

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

Raisa Moreira Gosch

**O CONCEITO DE JORNALISMO INDEPENDENTE
NO CONTEXTO DOS NATIVOS DIGITAIS BRASILEIROS**

Florianópolis

2021

Raisa Moreira Gosch

**O CONCEITO DE JORNALISMO INDEPENDENTE
NO CONTEXTO DOS NATIVOS DIGITAIS BRASILEIROS**

Trabalho Conclusão do Curso de Graduação em
Jornalismo do Centro de Comunicação e Expressão da
Universidade Federal de Santa Catarina como requisito
para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo
Orientadora: Prof. Dr.^a Stefanie Carlan da Silveira

Florianópolis

2021

FICHA DO TCC – Trabalho de Conclusão de Curso – JORNALISMO UFSC		
ANO	2021	
ALUNO (A)	Raisa Moreira Gosch	
TÍTULO	O conceito de jornalismo independente no contexto dos nativos digitais brasileiros	
ORIENTADOR (A)	Stefanie Carlan da Silveira	
MÍDIA	<input checked="" type="checkbox"/> Impresso	
	<input type="checkbox"/> Rádio	
CATEGORIA	<input type="checkbox"/> TV/Vídeo	
	<input type="checkbox"/> Foto	
	<input type="checkbox"/> Website	
	<input type="checkbox"/> Multimídia	
	<input checked="" type="checkbox"/> Pesquisa Científica	
	<input type="checkbox"/> Produto Comunicacional	
	<input type="checkbox"/> Produto Institucional (assessoria de imprensa)	
	<input type="checkbox"/> Produto Jornalístico (inteiro)	Local da apuração:
	<input type="checkbox"/> Reportagem livro-reportagem ()	() Florianópolis (X) Brasil () SC () Internacional () Região Sul País: _____
	ÁREAS	Jornalismo digital; nativos digitais; independência.
RESUMO	Diante do crescimento de iniciativas autodenominadas independentes no jornalismo, advindas sobretudo da internet, esta pesquisa teve como objeto de estudo a discussão teórica do conceito de jornalismo independente na produção acadêmica brasileira no debate sobre iniciativas nativas digitais. O período selecionado para análise foi de 2015 a 2020. O objetivo do projeto foi desvelar o conceito de jornalismo independente trabalhado em artigos científicos publicados em revistas científicas brasileiras com avaliação entre B2 e A1 da área de Comunicação e Informação do Portal Qualis CAPES. Buscou-se compreender se a definição de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais estava mais associada aos aspectos de: a) independência financeira, b) independência editorial, c) independência política, ou d) natureza nativa digital. Para o desenvolvimento, foi utilizada uma Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS) como metodologia . Para isso, foram estabelecidos para cada etapa, critérios de inclusão e exclusão utilizados na coleta, na compilação e na identificação do corpus de pesquisa para verificar em quais autores esses conceitos foram respaldados, buscando categorizar as perspectivas adotadas que definem essas iniciativas como independentes no debate sobre nativos digitais.	

Raisa Moreira Gosch

**O conceito de jornalismo independente
no contexto dos nativos digitais brasileiros**

Este Trabalho Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do título de bacharel em Jornalismo e aprovado em sua forma final pelo Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 13 de maio de 2021.

Prof.^a Dr.^a Daisi Irmgard Vogel
Coordenadora do Curso

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a Stefanie Carlan da Silveira
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina

Dr.^a Ana Marta Moreira Flores
Avaliadora
Universidade de Lisboa

Prof.^a Dr.^a Rita de Cássia Romeiro Paulino
Avaliadora
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pelo acalanto nos dias difíceis e pela alegria nos dias bons, por ser o meu farol quando o coração se sentiu perdido.

Aos meus pais, pelo amor e toda dedicação, por repetirem ao longo dos últimos anos, independentemente dos meus êxitos ou erros, o quanto têm orgulho de mim, por terem feito eu me sentir uma estrela.

Ao mestre e tio Vanderlei, por ensinar que o conhecimento é o único bem que ninguém pode nos tirar ou diminuir, que a persistência e a dedicação nos tornam imparáveis, mas principalmente, por mostrar que família é base. É para onde sempre poderemos voltar.

Aos meus avós, Maria Lurdes, Crescêncio e Loremi por todo o apoio, incentivo e amor de sempre.

À orientadora deste trabalho, professora Stefanie Carlan da Silveira, pela dedicação, e incentivo a minha pesquisa, mas, principalmente, por ter sido além de professora, amiga. Por ter mostrado que a pesquisa é trabalhosa, mas que pode ser leve, que além de regras e normas, a pesquisa científica pode ser também uma bela aventura.

À Universidade Federal de Santa Catarina, que além de ter me proporcionado conhecimento e ensino público de qualidade, trouxe à minha vida pessoas especiais. Agradeço a Thuana, pela parceria nos trabalhos e pela amizade. À Aniéli, pela força e lealdade durante esses anos.

Ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, pelas bolsas no decorrer de três anos que possibilitaram a minha dedicação à pesquisa e a operacionalização dos estudos.

Ao Daniel, ao Maurício e a toda a equipe DM, que além de contribuírem para a minha capacitação e incentivo profissional, se tornam meus amigos. Com quem compartilho além do trabalho, o cotidiano da vida.

E por fim, agradeço a banca, à professora Doutora Rita e à Doutora Ana Marta, por aceitarem compartilhar juntamente comigo o seu conhecimento e gosto pela pesquisa.

A tecnologia da banda larga aumentou ainda mais o poder da notícia com a possibilidade de emissões interativas entre todos os mecanismos difusores na síntese chamada a internet. Tudo isso com infinitas possibilidades de uso inteligente pelo saber estratégico das organizações e a criatividade das pessoas. A nova fisionomia do jornalismo relativiza teorias e crenças.

MEDITSCH, 2012

RESUMO

Diante do crescimento de iniciativas autodenominadas independentes no jornalismo, advindas sobretudo da internet, esta pesquisa teve como **objeto de estudo** a discussão teórica do conceito de jornalismo independente na produção acadêmica brasileira no debate sobre iniciativas nativas digitais. O período selecionado para análise foi de 2015 a 2020. O **objetivo** do projeto foi desvelar o conceito de jornalismo independente trabalhado em artigos científicos publicados em revistas científicas brasileiras com avaliação entre B2 e A1 da área de Comunicação e Informação do Portal Qualis CAPES. Buscou-se compreender se a definição de jornalismo independente no contexto dos nativos digitais estava mais associada aos aspectos de: a) independência financeira, b) independência editorial, c) independência política, ou d) natureza nativa digital. Para o desenvolvimento, foi utilizada uma Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS) como **metodologia**. Para isso, foram estabelecidos para cada etapa, critérios de inclusão e exclusão utilizados na coleta, na compilação e na identificação do corpus de pesquisa para verificar em quais autores esses conceitos foram respaldados, buscando categorizar as perspectivas adotadas que definem essas iniciativas como independentes no debate sobre nativos digitais.

Palavras-chave: jornalismo independente; jornalismo alternativo; jornalismo empreendedor; nativos digitais; mídia independente.

ABSTRACT

Faced with the growth of self-styled independent initiatives in journalism, arising mainly from the internet, this research had as its object of study the theoretical discussion of the concept of independent journalism in Brazilian academic production in the debate on digital native initiatives. The period selected for analysis was from 2015 to 2020. The objective of the project was to unveil the concept of independent journalism worked on scientific articles published in Brazilian scientific journals with a rating between B2 and A1 in the Communication and Information area of the Qualis CAPES Portal. We sought to understand whether the definition of independent journalism in the context of digital natives was more associated with the aspects of: a) financial independence, b) editorial independence, c) political independence, or d) digital native nature. For the development, a Systematic Bibliographic Review (RBS) was used as a methodology. For this, inclusion and exclusion criteria were used for each stage, used in the collection, compilation and identification of the research corpus to verify which authors these concepts were supported in, seeking to categorize the adopted perspectives that define these initiatives as independent in the debate. about digital natives.

Keywords: independent journalism; alternative journalism; enterprising journalism; digital natives; independent media.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Principais fontes de receita	31
Figura 2- Número de meios digitais na América Latina relatam múltiplos financiamentos ..	29
Figura 3- Nuvem de palavras com os temas mais encontrados em todos os trabalhos	54
Figura 4- Perspectivas adotadas nos artigos quando se define o conceito de jornalismo independente e jornalismo alternativo com a frequência	59

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Categorização final dos artigos selecionados na amostra.....	52
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Critérios para a coleta dos artigos científicos	48
Quadro 2- Filtros para a categorização dos artigos científicos	48
Quadro 3- Autores mais citados na amostra	55
Quadro 4- Autores e como conceituam jornalismo independente	62

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABStartups Associação Brasileira de Startups

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

FGV-SP Fundação Getúlio Vargas de São Paulo

PNAD Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

RA Realidade Aumentada

RV Realidade Virtual

RBS Revisão Bibliográfica Sistemática

UIT União Internacional de Telecomunicações

INTRODUÇÃO	12
1. TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO	16
1.1 WEB 2.0 E A CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA NO JORNALISMO DIGITAL	16
1.2. CRISE DA PROFISSÃO E CAMINHOS PARA A INOVAÇÃO NO JORNALISMO ..	17
1.3 JORNALISMO E EMPREENDEDORISMO	23
2. A INDEPENDÊNCIA NO DEBATE DOS NATIVOS DIGITAIS	33
2.1 NATIVO DIGITAL: SURGIMENTO, IMPLICAÇÕES E DESDOBRAMENTOS NO JORNALISMO	33
2.2 CONTEXTO, CARACTERÍSTICAS E APLICAÇÕES DO CONCEITO DE INDEPENDÊNCIA NO BRASIL.....	36
3. COLETA DE DADOS E ANÁLISES	45
3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E COLETA DE DADOS	46
3.2 ANÁLISES	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
REFERÊNCIAS	70
APÊNDICE A – Classificação de revistas científicas brasileiras	78
APÊNDICE B – Categorização completa final dos artigos selecionados na amostra ...	79
ANEXO A – Declaração de originalidade e autoria	87

INTRODUÇÃO

A dinâmica da sociedade atual é fortemente marcada pelas tecnologias digitais. Neste cenário de transformações tecnológicas e sociais devido ao uso da internet e de novos dispositivos digitais, o jornalismo enquanto profissão e também a indústria jornalística brasileira e mundial necessitam estar em constante inovação para se adaptar e suprir as demandas e necessidades da área. A relação entre profissionais da área jornalística e seu público, também foi alterada. Como indica Henry Jenkins (2009, p. 43), “a convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos”.

Desde 2003-2005 com a chamada Web 2.0, denominada como a segunda geração de comunidades e serviços oferecidos na internet, o usuário passou a publicar mais facilmente conteúdo próprio na web, por meio de sites, redes sociais e diferentes aplicativos. Essa autonomia e facilidade de interação trouxe consequências diretas para o jornalismo, seja na produção, circulação ou distribuição de conteúdo e informações.

O jornalismo possui constantes ciclos de adaptação e inovação na trajetória do impresso para a migração digital e das iniciativas que nasceram exclusivamente na rede. Devido às transformações tecnológicas e sociais que a cultura da convergência possibilitou com o uso de diversas plataformas de mídias ao mesmo tempo para produção, distribuição e circulação de conteúdos informativos, comerciais ou de entretenimento, houve uma maior integração da indústria de mídia e um relacionamento mais próximo com os consumidores.

A criação de iniciativas independentes de jornalismo nativas digitais é um dos principais movimentos da atualidade. O jornalismo está relacionado aos diferentes agentes sociais, processos e plataformas de trabalho, a potencialização de iniciativas independentes se dá por meio, na sua grande maioria, do trabalho colaborativo e das possíveis interações em redes as quais estão inseridas. O termo nativo digital possui diferentes significados e aplicações. No jornalismo, elucida a representatividade de veículos noticiosos nascidos, exclusivamente na era da internet (LENZI, 2019) e que trabalham com diferentes linguagens jornalísticas, explorando vários recursos multimídia, redes sociais e inovações para a construção de diversas narrativas (SAAD, GIACOMASSI, 2018).

As manifestações populares de 2013, no Brasil, aumentaram, significativamente, a visibilidade de veículos autodeclarados independentes. Além disso, a crise nos meios impressos, o elevado número de demissões e a insatisfação com a mudança nas rotinas

produtivas levou à desvinculação de muitos jornalistas dos grandes veículos de comunicação. Para se manter no mercado de trabalho, criar novos nichos foi uma das opções escolhidas por muitos profissionais da área tanto para se assegurar financeiramente como para conseguirem ser mais autônomos na profissão. De acordo com a Associação Brasileira de Startups (ABStartups), de 2.580 projetos cadastrados na entidade, em 2014, 5% eram da área de mídia e comunicação.

Inserido nesse contexto, o uso da internet, das mídias e redes sociais como YouTube, Flickr, Facebook, Instagram, Twitter, por meio de celulares e *tablets* ganhou força e foi um diferencial nas coberturas jornalísticas feitas, principalmente, por iniciativas independentes que durante as passeatas de protestos e reivindicações, que aconteciam no país, gravaram e transmitiram imagens e sons ao vivo dos acontecimentos. Em muitos casos, as coberturas nas redes sociais confrontavam a versão da mídia convencional ou evidenciavam fatos que esta não cobriu.

Essas iniciativas se declaram, em sua grande maioria, como produtoras de um jornalismo independente. Mas o quê está sendo entendido por jornalismo independente? Esta pesquisa tem como objetivo geral discutir teoricamente o conceito de jornalismo independente em empresas nativas digitais nos artigos científicos publicados em revistas científicas brasileiras entre 2015 e 2020. A amostra de trabalhos investigados será coletada em revistas com avaliação entre B2 e A1 da área de Comunicação e Informação do Portal Qualis CAPES (triênio de 2013-2016).

Como objetivos específicos, tem-se a proposta de compreender se definição de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais está mais associado aos aspectos de:

- a) independência financeira;
- b) independência editorial;
- c) independência política;
- d) natureza nativa digital.

Para o desenvolvimento da pesquisa utiliza-se a Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS) como processo metodológico. Charters Kitchenham (2007) define a revisão sistemática de literatura como uma forma de identificar, analisar e interpretar o conteúdo disponível e relevante para uma questão específica de pesquisa. A questão norteadora da presente pesquisa foi: Qual (ou quais) a definição de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais em trabalhos acadêmicos publicados em revistas científicas brasileiras nos últimos cinco anos?

A investigação aqui proposta possui como uma de suas justificativas, o cunho pessoal pelo interesse em relação ao jornalismo independente e sua representação na transformação da comunicação brasileira ao longo dos anos. O interesse inicial partiu de questionamentos levantados no projeto “Mapa do jornalismo independente”¹, feito pela Agência Pública que mapeou iniciativas jornalísticas brasileiras que nasceram na rede e que são frutos de projetos coletivos não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas. O mapa mostrava um panorama dessas iniciativas que se autodeclararam independentes no país.

Assim sendo, foi possível observar que as autodeclarações de independência elencadas por essas iniciativas se apresentavam muito diferentes, assim como seus fundadores não pareciam ter clareza dos elementos que os tornavam ou não iniciativas de jornalismo independente. Além disso, todas as iniciativas elencadas eram muito diversificadas e dinâmicas entre si, desde seus processos de produção de conteúdo, temas pautados e formas de financiamento.

Tal diversidade é compreensível, uma vez que, o próprio conceito de independência abarca uma pluralidade de significados e perspectivas diferentes. Seja na área da Economia, Filosofia, História, ou na do Jornalismo, a representação de independência vai muito além de uma discussão conceitual. Por exemplo, no jornalismo, a independência pode equivaler a um caminho rumo ao futuro da profissão, mas que ao longo da história teve concepções diferentes, as quais não conseguem mais representar em sua totalidade a independência que se tem retratada no jornalismo hoje.

A ideia de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais não possui uma definição que abarque todas as iniciativas já existentes no contexto atual. O jornalismo independente, segundo Mariana Reis (2017, p.194 *apud* LIMA, 2010, p. 110), “é definido, em geral, por ser um jornalismo realizado sem vinculação econômica ou editorial a grandes grupos empresariais, na perspectiva de contraposição à mídia convencional”.

Ao longo da história da imprensa, o jornalismo obteve diversas acepções sobre o que significa ser independente na área. Nos primeiros jornais existentes do final do período imperial brasileiro e no início do processo de independência do país, o conceito era aplicado como referência à luta contra o despotismo da época, à possibilidade de ruptura política e também com a noção de autonomia e liberdade, em que o conceito assumiu claramente o sentido de separação, ruptura (NEVES, 2003, p. 220-222).

¹ Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acessado no dia 02/01/ 2020.

Já durante o período da ditadura militar, o jornalismo alternativo entra em discussão e acarreta significações semelhantes ao de jornalismo independente. Kucinski (2003) destaca em sua obra que esses periódicos opunham-se ao regime e destoavam do discurso governista reproduzido pela grande imprensa. Estes continham as mais várias tendências: políticos, satíricos, feministas, ecológicos e culturais, que tinham como traço comum a intransigente oposição ao governo militar (1991, p. XIII). As fontes de financiamento da mídia alternativa nessa época também eram inconsistentes.

Após a redemocratização do Brasil e o avanço da tecnologia, evidenciado na internet e nas redes sociais, a imprensa independente obteve diferentes contornos e formatos no país. Neste contexto, a ideia de independência aliada à imprensa é complexa de se medir e de se conceituar, devido à sua mutabilidade no decorrer dos tempos. Por isso, a necessidade de definir o que a academia brasileira compreende e define como jornalismo independente, uma vez que o conceito relaciona-se com diferentes e amplas áreas do conhecimento.

De acordo com Reinhart Koselleck (2006) a investigação histórica de um conceito nos permite compreender os espaços de experiências e os horizontes de expectativas que se associam a um determinado período. Permite também compreender a função política e social desse mesmo conceito, visto que a perspectiva sincrônica de análise traz à tona a possibilidade de se tratar conjuntamente espaço e tempo (KOSELLECK, 2006, p. 104).

Para atingir seus objetivos, esta monografia está organizada em três capítulos. No primeiro, “Transformações no Jornalismo”, discorre-se sobre a relação entre o surgimento da web 2.0, a convergência midiática e os primeiros passos do jornalismo a caminho da digitalização de processos de produção, circulação e distribuição de conteúdo. A discussão conecta-se aos conceitos de web 2.0 (PRIMO, 2007), convergência midiática (JENKINS, 2009) e jornalismo digital (MACHADO, 2000). Com isso, busca-se traçar um panorama sobre as estruturas, ferramentas e funcionalidades integradas no mundo digital que passaram a fazer parte do jornalismo, alterando assim linguagens, formatos, narrativas, formas de produzir e distribuir conteúdos jornalísticos.

Ainda no capítulo um, trazem-se algumas das alternativas que o jornalismo encontrou para inovar na área e as suas implicações, como por exemplo o empreendedorismo e o surgimento de iniciativas digitais, que tiveram sua criação impulsionada a partir das demissões em massa de jornalistas das redações, nos últimos anos, e da migração da mídia impressa cada vez mais intensa para o meio digital. No final do capítulo, traz-se a discussão também sobre o surgimento e os desdobramentos da aplicação do conceito de nativo digital no jornalismo.

No segundo capítulo “a independência no debate sobre nativos digitais” faz-se a discussão do conceito de nativo digital, primeiramente a partir da conceitualização feita por (PRENSKY, 2001), e em seguida associa-se o conceito ao jornalismo (LENZI, 2019) e suas especificidades e características (SAAD, GIACOMASSI, 2018). Além disso, buscou-se fazer uma exploração histórica sobre os significados do conceito de independência. Inicialmente, diante das áreas de Administração, Economia, Filosofia e História, e por último no jornalismo. No campo filosófico o debate girou em torno de autores como (KANT, 1964; SCHNEEWIND, 1992), (MILL, 1892), DE TOCQUEVILLE, 1998; ANKERSMIT, 1996), que além de discorrer sobre as acepções do conceito de independência a termos como autonomia, liberdade, felicidade, progresso, talento, inovação, entre outros.

Já no campo da história, deu-se destaque a ciclos históricos brasileiros como: o surgimento da imprensa no país (1808), o processo de independência do Brasil (1822), a República Velha (1889-1930), a ditadura militar (1964-1985) e a redemocratização do Brasil (1988), para assim discutir a conexão histórica e conceitual de independência e imprensa brasileira, que só foi viável, após essa investigação histórico conceitual para demarcar alguns dos importantes acontecimentos que marcaram a trajetória do Jornalismo no país.

No último capítulo, “análise e coleta de dados” fez-se a descrição da metodologia de Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS) que norteou a atual pesquisa desenvolvida. Além disso, descreveu-se todos os procedimentos metodológicos adotados durante o trabalho para a coleta, compilação e elaboração dos dados encontrados. Já os resultados foram, para uma maior compreensão e sistematização, organizados através de tabelas, gráficos e figura de palavras, ao final do capítulo há a análise interpretativa e crítica dos resultados obtidos ao longo da pesquisa, ademais, ao final deste percurso, espera-se demonstrar com mais clareza o que define-se como jornalismo independente e quais são as perspectivas que definem essas iniciativas independentes no debate sobre nativos digitais.

1 TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO

Estudar todas as transformações que o jornalismo perpassou ao longo do surgimento de novos e diferentes avanços tecnológicos, tomaria por si só, uma vida inteira dedicada a esse trabalho, dado que o jornalismo é adaptado, modificado e associado também a aplicação e ao uso de novas tecnologias diante da sociedade. Como pôde-se observar, por exemplo, com o desenvolvimento de computadores que foram utilizados como ferramentas de processamento de cálculos, que possibilitaram novas e diferentes formas, antes nunca imaginadas, fossem

utilizadas para a produção, edição e distribuição de conteúdo jornalístico. Um dos principais avanços, foi no começo dos anos 2000, em que as comunicações *Wi-Fi*² ganharam força viabilizando ainda mais diferentes ferramentas tecnológicas e ampliando cada vez mais, o transporte imediato de informações, que reconfigurou o espaço e o distanciamento entre pessoas. Segundo Castells (2000, p. 67), vive-se em um intervalo da história em que “a característica principal é a transformação da nossa cultura material pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação”.

1.1 WEB 2.0 E A CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA NO JORNALISMO DIGITAL

As tecnologias comunicacionais evoluíram em grande escala e em velocidade, ao longo do tempo. A industrialização, a globalização e, principalmente, a internet permitiram e possibilitaram feitos na área da comunicação antes inimagináveis. A internet aliada aos computadores, *smartphones* e *tablets* traçaram inovações em comportamentos e habilidades, como, por exemplo, as formas de expressão, seja com palavras, códigos ou *emojis* e *emoticons*³. O movimento contínuo das informações o tempo todo e a qualquer instante respaldado ainda pela falta de controle hierárquico tornou a internet um espaço não governado, embora muitas empresas e governos queiram cada vez mais ocupá-la e controlar o que por ela passa.

A interconectividade de pessoas, lugares e culturas proporcionada pela internet e os aparatos que a acompanharam, viabilizaram uma nova era da globalização. No livro - A Nova Era Digital - de Eric Schmidt e Jared Cohen (2010), os autores propõem pensar a vida futura com os avanços tecnológicos e as inovações advindas com a internet e os dispositivos móveis. Eles traçam um panorama de prospecções sobre os benefícios, malefícios e diferenças que a conectividade ao redor do mundo trará aos diferentes setores da sociedade e às novas relações existentes entre indivíduos e plataformas digitais em massivo desenvolvimento.

As tecnologias de comunicação progrediram numa velocidade sem precedentes. Na primeira década do século XXI, o número de pessoas conectadas à internet em todo mundo aumentou de 350 milhões para mais de dois bilhões. No mesmo período, a quantidade de usuários de telefones celulares subiu de 750 milhões para mais de cinco bilhões [...] Até 2025, a maior parte da população mundial terá saído, em uma geração, de quase falta de acesso a informações não filtradas para o domínio de toda a informação do mundo através de um aparelho que cabe na palma da mão. Se o ritmo atual de inovação tecnológica for mantido, a maioria da população da Terra, estimada em oito bilhões de pessoas, estará online (SCHMIDT, COHEN, 2010, p. 12).

²Disponível em: [em:https://www.benetti.eti.br/gest%C3%A3o-da-tecnologia-da-informa%C3%A7%C3%A3o/tend%C3%Aancias-em-ti](https://www.benetti.eti.br/gest%C3%A3o-da-tecnologia-da-informa%C3%A7%C3%A3o/tend%C3%Aancias-em-ti). Acessado no dia 27/10/2020.

³ Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/1510.08480.pdf>. Acessado no dia 17/10/2020.

De acordo com o *International Communications Union*⁴, na América Latina, Caribe, Oriente Médio e Oceania, a porcentagem de pessoas conectadas está acima de 60%. Outro dado apresentado na pesquisa é o crescimento do uso das redes sociais, em que de todos os usuários que acessam a internet, 80% deles usam alguma rede social. Outro dado levantado é o que representa o número de pessoas que realizam esse acesso através de um *smartphone*. No total, 3.19 bilhões são usuários de algum site de rede social, e 9 em cada 10 usam um celular para acessá-los.

Segundo dados da União Internacional de Telecomunicações⁵ (UIT) de 2019, 4,1 bilhões de pessoas utilizam a internet. O número de usuários corresponde a 53,6% da população de todos os países do mundo. No entanto, 3,6 bilhões de pessoas continuam excluídas da comunicação online, segundo dados da (UIT) presentes no relatório *Mensurando o Desenvolvimento Digital: Fatos e Números 2019*, que sugere que a maioria dos desconectados vive em países menos desenvolvidos, onde apenas 20% acessam a internet.

A internet evolui ao longo do tempo, iniciada em um primeiro momento para objetivos militares e para espaços universitários, ela não demorou muito para se tornar comercial. De acordo com Asa Briggs e Peter Burke (2006), ao perceber a internet como uma oportunidade de novos negócios:

Uma nova fase se abriu quando a Net atraiu interesses comerciais e seu uso se ampliou. Nas montanhas suíças, mais precisamente nos laboratórios do CERN, um instituto europeu de pesquisa, Tim Berners-Lee, um pesquisador inglês imaginou [...] o que chamou de *World Wide Web*, em 1989 (BRIGGS e BURKE, 2006, p. 302).

A criação da *web* viabilizou a organização da informação e dos arquivos na rede. No princípio, o conteúdo ainda era estático, unidirecional e sem qualquer interação entre leitores e editores de conteúdo. A web 1.0 caracterizava-se por possibilitar o acesso a sites de conteúdos variados, mas sem viabilizar a interatividade dos materiais produzidos com seus usuários. Já a segunda geração, mais conhecida como web 2.0, trouxe mudanças e inovações, uma vez que novas ferramentas e sistemas se aproximaram dos usuários.

Um dos principais progressos foram os serviços que a tornaram mais colaborativa e participativa tanto para empresas quanto para usuários. O termo web 2.0 ficou conhecido em

⁴ Disponível em: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Acessado no dia 30/10/2020.

⁵ A União Internacional de Telecomunicações é a agência da ONU especializada em tecnologias de informação e comunicação, que tem como organização matriz: O Conselho Econômico e Social das Nações Unidas.

2004, ano em que Tim O'Reilly⁶ e John Battelle⁷ criaram a Web Conference. A web 2.0 ampliou a distribuição de serviços, processos e produtos digitais na rede. Ao propiciar sobretudo o compartilhamento, ela apropriou-se de um aspecto relacional ao fazer surgir novos atores e interações, de acordo com Alex Primo (2007).

[...] A segunda geração de serviços online caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. A Web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web syndication, etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador. [...] A Web 2.0 tem repercussões sociais importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações (PRIMO, 2007, p. 2).

A web 2.0 modificou as formas de linguagem na rede, passando de unidades isoladas para uma estrutura integrada de ferramentas, funcionalidades e diferentes formas de compartilhamento de informações e conteúdos. Como exemplos de sites baseados nessa segunda geração têm-se o *Flickr*, o *Orkut*, o *YouTube* e a *Wikipedia*. Um dos maiores representantes dessa geração foram os *blogs*, sites que podiam ser mantidos por indivíduos ou grupos, com facilidade de criação e edição de páginas online de forma gratuita, oferecendo ao usuário a possibilidade de ser consumidor e produtor de conteúdo ao mesmo tempo. A segunda geração potencializou a cultura da participação conforme Clay Shirky (2011).

As pessoas querem fazer algo para transformar o mundo em um lugar melhor. Ajudam, quando convidadas a fazê-lo. O acesso a ferramentas baratas e flexíveis remove a maioria das barreiras para tentar coisas novas. Você não precisa de supercomputadores para direcionar o excedente cognitivo; simples telefones são suficientes (SHIRKY, 2011, p. 21).

A chegada da web 2.0 acarretou mudanças nas mais diversas áreas e profissões e com o jornalismo não foi diferente, uma vez que, assim como outras profissões, ele teve que se adaptar aos parâmetros e paradigmas trazidos por esse novo modelo de comunicação. Assim sendo, houve modificações e adaptações tanto na forma de se produzir informação quanto nos tipos de linguagem e formatos utilizados para isso, dado que a comunicação também passou a ser digital.

⁶ É fundador da *O'Reilly Media*, O'Reilly Media, Inc. Esta empresa americana organiza grandes eventos que têm a tecnologia como tema principal, pioneiro em softwares, além disso popularizou o termo *open source* e é também criador da expressão Web 2.0. A visão da O'Reilly Media, Inc. é disseminar conhecimento e apresentar inovações sobre tecnologia. Disponível em: <http://tim.oreilly.com/>. Acessado no dia 30/03/2020.

⁷ Além de jornalista, é fundador do Federated Media Publishing. Esta empresa americana ajuda sites independentes a se inserirem no mercado. Para mais detalhes verificar: <http://www.federatedmedia.net/about/index>.

A Internet e os dispositivos móveis são capazes de envolver ao mesmo tempo e num só lugar múltiplos suportes, linguagens, formatos e pessoas. Numa velocidade cada vez mais eficaz e interconectada. As possibilidades comunicacionais foram potencializadas e a capacidade de alcançar diferentes indivíduos ao mesmo tempo e disseminar um fluxo contínuo de compartilhamento de informações aumentado. Tudo isso, gerou transformações significativas nos mais variados canais, sistemas midiáticos e administrativos ao redor do mundo, mas também acarretou mudanças culturais perante a sociedade, dado que o fluxo de participação ativa dos consumidores passou a ser parte integrada nos meios de comunicação.

Um dos grandes estudiosos da área da comunicação, que traz à tona a discussão não somente através da perspectiva tecnológica, mas também a partir de uma perspectiva culturalista sobre essas transformações advindas com a internet e a tecnologia é JENKINS (2009), que investiga a relação existente entre as mídias e a cultura popular, respaldado, principalmente pelo que o autor denomina de convergência midiática:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão quase a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 27).

A convergência midiática não se refere apenas à transformação tecnológica, mas a uma transformação sociocultural que acarreta alterações significativas nos sistemas comunicacionais existentes. Sérgio Silveira (2008) enfatiza que:

Uma série de práticas socioculturais reconfiguraram as redes informacionais como um terreno comum — commons, no sentido anglo-saxônico — e incentivaram a produção de processos, repositórios e interfaces a partir do ciberespaço ou em seu redor, tais como, a música techno, a Wikipedia, as redes sociais, a blogosfera, o jornalismo open source, o desenvolvimento de softwares livres, [...] as licenças Creative Commons e até o YouTube (SILVEIRA, 2008, p. 86).

Seja na comunicação, entretenimento ou cultura, vivencia-se a era dos dados em que qualquer tipo de conteúdo pode ser personalizado aos gostos, desejos e interesses de seus consumidores, leitores ou usuários. Essa possibilidade também acarretou na padronização, sistematização e delimitação de fluxos midiáticos, sejam eles culturais, de entretenimento ou até mesmo informacionais, uma vez que a rede foi sendo moldada por monopólios econômicos, industriais e de poder político centralizados. “A internet fez uma geração inteira sonhar com uma sociedade melhor, com novas formas de expressão e formas alternativas de jornalismo.

Porém, cada nova tecnologia acaba sempre por revelar seus pontos fracos, seus caprichos e limitações” (WU, 2012, p. 17).

O jornalismo teve sua evolução interligada ao desenvolvimento de novas tecnologias desde o surgimento do telefone, rádio, televisão, computadores e a *web*. Com o desenvolvimento do jornalismo na *web* surgiram várias nomenclaturas e categorias para o jornalismo desenvolvido no ciberespaço, como por exemplo jornalismo eletrônico, jornalismo digital, ciberjornalismo, jornalismo online, webjornalismo, entre outros. Um dos principais autores que trazem a tona o conceito é Elias Machado (2000) que compreende e define o jornalismo digital como⁸:

[...] é todo o produto discursivo que constrói a realidade através da singularidade dos acontecimentos, que têm como suporte de circulação em redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia onde os sinais digitais são transmitidos e que incorporam a interação com usuários em todo o processo produtivo” (MACHADO, 2000, p 18).

Percebe-se assim, a partir da perspectiva do conceito de jornalismo digital abordada por Machado (2000), que a prática jornalística pode inserir-se em um contexto mais amplo em relação a tecnologia digital, difundindo-se e crescendo cada vez mais, como também na disponibilização de acesso e interatividade por parte dos usuários da rede. Embora tenham variações de significações para o termo, dependendo do contexto discursivo e a área do conhecimento que está inserido, como também da percepção de que ao longo da história da imprensa, as transformações no jornalismo perpassam os séculos impulsionadas ou não por crises e que elas refletem não somente de forma escusa, mas também serviram para encontrar novos e diferentes caminhos para a profissão, conforme aponta Alexandre Lenzi (2018).

Como dito anteriormente, a *web* tem várias fases, assim sendo o jornalismo digital sofreu alterações, inovações e adaptações ao longo do tempo, principalmente em relação às novas ferramentas, ao aumento do uso de dispositivos móveis e ao avanço das redes sociais online como *Instagram*, *Facebook*, *YouTube*, *Twitter* e a responsividade estruturada para qualquer plataforma.

O Brasil já vinha em crescente uso de dispositivos móveis e redes sociais, segundo a empresa de pesquisa *GlobalWebIndex*⁹ que analisou os dados de 45 dos maiores mercados de internet mundial e detectou que o tempo gasto nas redes sociais globalmente aumentou quase

⁸ [...] es todo el producto discursivo que construye la realidad por medio de la singularidad de los eventos, que tiene como soporte de circulación las redes telemáticas o cualquier otro tipo de tecnología por donde se transmita señales numéricas y que incorpore la interacción con los usuarios a lo largo del proceso productivo.

⁹ Empresa de pesquisa de mercado fundada por Tom Smith em 2009, que fornece informações sobre o público para editores, agências de mídia e profissionais de marketing em todo o mundo.

60% nos últimos sete anos. A pesquisa realizada no ano de 2019 informou ainda que, em nível mundial, as pessoas gastam em média 150 minutos por dia nas mídias sociais. Em termos regionais, a América Latina é onde mais utilizam-se as redes sociais no mundo, a média diária é de 212 minutos.

Conforme revela a Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP)¹⁰, no Brasil, há aproximadamente 220 milhões de *smartphones* ativos para 206,7 milhões de habitantes. Além disso, aproximadamente três de cada quatro pessoas têm acesso à internet no país e os *smartphones* são o principal dispositivo de acesso, com 99% das pessoas acessando por esses dispositivos segundo a Agência Brasil¹¹.

Uma ressalva imprescindível é que no presente ano do desenvolvimento deste trabalho, 2020, o Brasil e o mundo passam pela pandemia do novo coronavírus e como estratégia de prevenção e para conter o avanço da pandemia desde março do mesmo ano, o isolamento social foi uma medida fomentada e aplicada por diversas instituições governamentais ao redor do mundo. O ano de 2020 é marcado pela necessidade do isolamento social, com inúmeras restrições de sociabilidade e lazer nas mais diversas esferas da vida, assim sendo as pessoas fizeram ainda maior uso dos *smartphones* e das redes sociais, além desses fatores, o uso de *smartphones* foi potencializado e antecipando pela necessidade de ensino e trabalho a distância.

À medida que a pandemia se alastrou ao longo de 2020, o consumo de mídia aumentou, de acordo com pesquisa feita pela Kantar¹². A navegação na *web* cresceu em 70%, seguida pela exibição de TV (tradicional), aumentando em 63% e o engajamento nas mídias sociais como YouTube, Instagram e Facebook. Com a ampla disseminação das redes sociais, o jornalismo enfrenta mudanças em suas práticas, uma vez que antigos receptores passaram a atuar também como emissores de informações e conteúdos.

Uma série de transições ocorreram desde os chamados *blogs*. As redações tiveram que mudar suas estruturas e o perfil do profissional jornalista também alterou-se ao longo das décadas com a vinda e o avanço da internet, das novas tecnologias e dos dispositivos móveis. Os algoritmos, a inteligência artificial e a convergência das mídias, ao mesmo tempo em que aceleram o processo de adaptação e inovações no jornalismo digital, também acarretam

¹⁰ Disponível em: <https://eaesp.fgv.br/producao-intelectual/pesquisa-anual-uso-ti>. Acessado no dia 11/11/2020.

¹¹ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa#:~:text=Atualizado%20em%2026%2F05%2F2020,a%20134%20milh%C3%B5es%20de%20pessoa>. Acessado no dia 11/11/2020.

¹² Disponível em: <https://www.kantar.com/Inspiration/Coronavirus/COVID-19-Barometer-Consumer-attitudes-media-habits-and-expectations>. Acessado no dia 11/11/2020.

consequências como a propagação intensa de informações falsas, causando retrocessos e desinformação. O jornalismo digital entrelaça-se a todos esses aspectos e para se manter teve que se adaptar, passou assim, como qualquer profissão, por diferentes momentos de crise.

1.2 CRISE DA PROFISSÃO E CAMINHOS PARA A INOVAÇÃO NO JORNALISMO

Ao longo da história da imprensa, as transformações no jornalismo perpassaram os séculos impulsionadas, muitas vezes, por crises. A palavra crise tem diferentes acepções em diferentes línguas. No grego [krísis,eōs]¹³, por exemplo, representa momento crítico ou decisivo, e no latim [crísis,is] ressalta o período ou momento de mudança repentina, súbita. Partindo dessas duas etimologias da palavra, entende-se que o termo se relaciona com o tempo e as transições, dependendo do contexto discursivo e a área do conhecimento que o termo está inserido.

A palavra crise é associada ao jornalismo há muito tempo. Desde a academia até o campo profissional, ouve-se sobre as crises cíclicas e os diagnósticos catastróficos sobre o fim da profissão e da importância social do jornalismo para a sociedade. Quando se relaciona ao campo do Jornalismo, o termo fica no plural, crises. Crise estrutural, crise de valores, crise de identidade, crise de financiamento.

É possível perceber diferentes momentos de crise na história do jornalismo. Os impactos das novas tecnologias nas redações não geram a primeira, e talvez, nem mesmo a maior delas. O próprio reconhecimento do jornalismo como profissão ainda é uma crise não superada, sendo a exigência do diploma universitário uma questão não resolvida no caso brasileiro (LENZI, 2018, p.107).

Nelson Werneck Sodré já indicava a crise da imprensa. Para o autor, a crise define-se a partir de movimentos cíclicos do mercado jornalístico e que acabam gerando fases de transição "quando as formas antigas já não mais satisfazem ou não correspondem ao novo conteúdo, e vão sendo quebradas, sem que se tenham definido ainda plenamente as novas formas" (SODRÉ, 1996, p. 450).

Transição é uma palavra que tem destaque na história da imprensa, não somente a causada pela evolução tecnológica, mas também a transição institucional e profissional que o jornalismo percorreu ao longo do tempo. É possível demarcar na história momentos que impulsionaram essas transições, como por exemplo, no século XIX, quando o jornalismo teve

¹³ A palavra "crise", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/crise>. Acessado no dia 17 de fevereiro de 2021.

uma forte expansão impulsionada pela industrialização e o surgimento da imprensa popular e, no final do século XX, com o surgimento do rádio e em seguida, da televisão, que gerou como consequência, a modernização dos jornais. Este cenário complexifica-se quando inserido no jornalismo pós-industrial, segundo Mark Deuze e Tamara Witschge (2016).

O jornalismo pós-industrial atualmente pode ser visto tanto como constituído quanto resultado da chamada “modernidade líquida” (Bauman, 2000), onde as práticas individuais são parte de um contexto profundamente precário governado por uma permanente impermanência na indústria (onde contínuos remanejamentos, reorganizações, demissões e inovações são a norma), no ambiente de trabalho (onde o lugar onde você trabalha e as pessoas com quem você trabalha estão em constante mudança), e nas carreiras (onde sua trajetória de trabalho é imprevisível, para dizer o mínimo) (DEUZE & WITSCHGE, 2016, p. 08).

Ao longo das décadas, não somente na área profissional jornalística, as relações de trabalho foram alterando-se. A necessidade multidisciplinar, jornadas de trabalho longas, acúmulo de funções e a substituição cada vez mais do homem pela máquina foram sendo naturalizados num mundo gradualmente mais conectado e inserido no meio digital.

No Brasil, no ano de 2020, o desemprego no país teve uma taxa recorde de 14,4%, o número de desempregados chegou a 13,8 milhões. Os dados são da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Mensal (PNAD Contínua), feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).¹⁴ Em um ano, o Brasil perdeu 12 milhões de postos de trabalho, enquanto a população ocupada encolheu, atingindo o menor contingente registrado pela série histórica da pesquisa, iniciada em 2012.

No jornalismo, nos últimos sete anos, de 2012 a 2018, foram verificadas 2.327 demissões de jornalistas e 7.817 demissões totais em empresas de mídia. Os dados são do projeto, *A Conta dos Passaralhos*¹⁵, feito pela agência independente de jornalismo, *Volt Data Lab*¹⁶, que mapeou o número de demissões de jornalistas em redações de 2012 a agosto de 2018, quando foi feita a última atualização. Este cenário deixa a categoria dos jornalistas em alerta, afinal a sobrecarga de trabalho, a multidisciplinaridade e o domínio de ferramentas computacionais não são mais um diferencial no mercado de trabalho, mas sim uma necessidade para a sobrevivência.

¹⁴ Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/29935-desemprego-fica-em-14-1-no-trimestre-encerrado-em-novembro>. Acessado no dia, 22/02/2021.

¹⁵ Expressão para dizer do corte de funcionários na atividade jornalística. Desenvolvido pela agência independente de jornalismo *Volt Data Lab*. Disponível em: <https://passaralhos.voltdata.info/>. Acessado no dia, 22/02/2021.

¹⁶ Agência de pesquisas, análises e estudos orientados por dados que atua no setor de jornalismo, mídia e comunicação.

Ainda conforme o levantamento de dados do panorama de demissões nas redações brasileiras, feito pelo *Volt Data Lab*, os veículos que mais tiveram demissões nos últimos anos foram TV e Rádio com 45%, Jornal 29% e Revistas 20%. A migração do impresso para o digital e as iniciativas nativas digitais independentes são consequências do jornalismo pós-industrial. Afinal a introdução da web, de novos dispositivos e plataformas de produção, circulação e distribuição de conteúdo fizeram com que as redações também se modificassem adaptando-se aos modelos de mercado.

[...] a fragmentação das redações; a emergência de uma sociedade “redacional”, e a ubiquidade das tecnologias midiáticas. Estas tendências, cada uma à sua maneira, apontam para uma perspectiva de jornalista mais individual que institucional e para uma necessidade de re-conceituar o campo. (DEUZE & WITSCHGE, 2016, p. 09)

Além disso, a questão ética e de credibilidade da profissão é cada vez mais debatida diante da sociedade. Nos últimos anos, os termos *fake news* e desinformação, constantemente, são o centro ou a causa das discussões nas esferas sociais e políticas sejam internacionais ou brasileiras. Essas discussões foram potencializadas pelas eleições norte-americanas de 2016, que elegeram Donald Trump, como presidente dos EUA, onde a internet, especificamente as redes sociais online, foram usadas como instrumentos para a desinformação e distribuição de notícias falsas durante a campanha eleitoral.

Em levantamento feito pela agência de pesquisa Edelman Trust Barometer (2018),¹⁷ verificou-se que, no Brasil, 59% da população tem dificuldade em diferenciar conteúdos jornalísticos de boatos. As autoras Marcia Benetti e Silvia Lisboa (2015) compartilham da percepção ambivalente e da diferenciação do conceito de credibilidade, partindo da ideia de credibilidade constituída e credibilidade percebida.

Essa distinção é importante porque os valores que sustentam a credibilidade percebida – atribuída pelo leitor – nem sempre correspondem aos valores “canônicos” que desenham o ethos do jornalismo e que são geralmente associados à credibilidade constituída “do jornalismo” ou “do veículo”. A credibilidade tem uma natureza intersubjetiva: para ser um predicado, não pode ser uma qualidade autoatribuída, mas se forma no contexto de uma relação e é dependente da perspectiva de outro sujeito. (LISBOA E BENETTI, 2015, p. 15).

Na conjuntura atual de transições digitais, potencialização das mídias sociais atreladas ao cenários e às mudanças que a pandemia do coronavírus trouxe, não somente ao jornalismo, mas nas mais diversas profissões e áreas, observou-se ainda mais que o jornalista não detém a exclusividade da mediação informativa, embora a profissão tenha adaptado-se, e reorganizado-

¹⁷ Disponível em: <https://www.edelman.com.br/estudos/trust-barometer-2018>. Acessado no dia 22/02/ 2021.

se. Para Francisco José Karam e Rogério Christofolletti (2011) a janela aberta para a imprensa diante deste constante questionamento e enxurrada de críticas é não abrir mão da qualidade técnica vinculada conjuntamente com o interesse do público que são “contratos históricos”. Sem isso, “estará negando suas reais vocações, permitindo que o público se distancie perigosamente e passe a considerá-lo prescindível, descartável, desnecessário”. Para os autores, a chave é a “utilidade”, sem a qual o jornalismo se torna irrelevante (KARAN & CHRISTOFOLETTI, 2011 p. 96).

O jornalismo nasceu e cresceu em crise. Superou todas essas fases e dificuldades, criando linguagem e características próprias. O que precisa ser feito agora, é acompanhar o desenvolvimento do seu público, entregando-lhe produtos relevantes, em formatos que sejam atrativos. Ainda é nos jornais e revistas que muitas pessoas procuram se informar para ter opiniões. Para além das previsões pessimistas da revolução em curso, representa novas possibilidades e desafios (RUSSI, MOSER, OLIVEIRA, 2015, p. 30).

As crises do jornalismo podem ser compreendidas e analisadas por diferentes ângulos e perspectivas. Assim como representam o fim de alguns ciclos, apresentam também novas oportunidades e desafios. É o que se percebe atualmente em diferentes e novos modelos de negócio criados a partir das crises na área jornalística. Para o autor Eduardo Meditsch (2012) o momento atual que o jornalismo vive é de muitas oportunidades para quem estiver disposto a interpretar as mudanças e adaptar-se a elas.

A palavra de ordem nesta segunda década do século XXI é inovação. Não só pelas oportunidades que estão abertas à iniciativa empreendedora, como pela necessidade premente do Jornalismo, como instituição, se renovar para continuar cumprindo a sua missão. Pode-se dizer que o Jornalismo como instituição atravessa um período de crise, mas esta crise tem sido mal interpretada, porque ela não se explica pelos aspectos que têm sido enfatizados normalmente pelo idealismo presente na observação mutação tecnológica, ou seja ela não se centra no fato dos receptores terem se tornado potenciais produtores. A crise na instituição jornalística, na verdade, se localiza muito mais na concorrência observada na recepção do que na descentralização da produção (MEDITSCH, 2012, p.19).

Em meio às crises surgem também potencialidades de atuação e iniciativas jornalísticas empreendedoras. A experimentação de novos produtos e processos se faz presente na área, como também a necessidade e aplicabilidade de inovação constante no jornalismo. Segundo o relatório¹⁸ anual de 2020 do *Instituto Reuters*¹⁹ em parceria com a universidade de Oxford,

¹⁸Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-01/Newman_Predictions_2021_FINAL.pdf. Acessado no dia 01/03/2021.

¹⁹O Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo é um centro de pesquisas sobre questões que afetam a comunicação e a mídia globalmente. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>. Acessado no dia 01/03/2021.

sobre Jornalismo, Mídia e Tendências de tecnologia para 2021, o consumo de notícias, no Brasil, pelos dispositivos digitais, deu-se principalmente pelos *smartphones* (76%), computador (43%) e *tablet* (10%). As mudanças e os avanços tecnológicos podem trazer para o jornalismo a busca pela criação de novas práticas de produção, narrativas, modelos de negócio, entre outros. A disposição para a experimentação e a criatividade precisam estar atentas à segmentação e à personalização cada vez mais contínua e acelerada de seus públicos.

1.3 JORNALISMO E EMPREENDEDORISMO

A inserção ao mundo digital trouxe à profissão e ao jornalista desafios, transformações e inovações no mundo do trabalho. A relação espaço-tempo, público-jornalista e a forma de produção, circulação e distribuição do conteúdo jornalístico tornaram-se convergentes, multiplataformas, instantâneos e polivalentes. Para se inserir neste contexto, o jornalismo passa por consequências como a precarização do trabalho e a crise no modelo tradicional de imprensa.

Há também, no entanto, novos e diferentes caminhos para alternativas econômicas e de atuação profissional do jornalista, que atualmente está diante de um contexto de rupturas e adaptações que possibilitam abertura para diferentes formas de empreendedorismo no jornalismo.

Em 2013, as diretrizes curriculares nacionais homologadas pelo Ministério da Educação em relação ao curso de Jornalismo deram ênfase à necessidade de que nos cursos universitários, fosse dado estímulo e capacitação para o empreendedorismo durante a formação universitária.

O espírito empreendedor (...), de forma que (os estudantes/egressos) sejam capazes de (...) conceber, executar e avaliar projetos inovadores que respondam às exigências contemporâneas e ampliem a atuação profissional em novos campos, projetando a função social da profissão em contextos ainda não delineados no presente. (MEC, 2013, p.2)

Cercar o chamado “jornalismo empreendedor” ou até mesmo associar os conceitos de jornalismo e empreendedorismo na área, não é algo fácil, dado que o desenvolvimento de estudos e pesquisas ainda sejam recentes e que careçam de delimitações. De acordo com Hans Landström e Bengt Johannisson (2001) “o empreendedorismo é um fenômeno que está além de atributos e habilidades individuais. O empreendedorismo engloba, à nossa mente, a organização de recursos e colaboradores em novos padrões de acordo com as oportunidades percebidas” (LANDSTROM, JOHANNISSON, 2001, p. 228).

O jornalismo empreendedor surgiu a partir das necessidades e tendências do mundo globalizado e interconectado, mas para além disso também como uma das alternativas encontradas para buscar: empregabilidade, autonomia e independência profissional. Segundo a última edição da pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor*²⁰(GEM), realizada em 2019-20:

Em duas décadas de realização no Brasil, os dados de 2019 mostram resultados extremamente positivos para o universo do empreendedorismo. Podemos dizer que o maior deles é que o Brasil atingiu a sua 2ª maior Taxa de Empreendedorismo Total. Isso significa dizer que 38,7% da população adulta estava envolvida de alguma forma com a atividade empreendedora (GEM, 2019, p. 9).

A pesquisa também revelou que empreender no Brasil é uma atividade tipicamente solitária, dado que, em 2019, três quartos dos empreendedores, 74,5% foram identificados como sendo os únicos proprietários do negócio, cerca de 20% possuíam um sócio e apenas 4,8% mais de um sócio.

O empreendedorismo não é exclusivamente, visto como uma alternativa para maior autonomia e empregabilidade, somente pela área jornalística, mas também nas mais diversas áreas profissionais. Flexibilidade, inovação, criatividade, dinamismo são termos intrínsecos ao empreendedorismo, que se ajustam às necessidades, hoje no mercado de trabalho, e que também impactam no jornalismo. Uma perspectiva interessante em relação ao empreendedorismo atrelado ao jornalismo é abordada por Eleonora Magalhães Carvalho (2018), em que a autora coloca que:

Empreender significa, dentro desse contexto, profissionalizar a atividade jornalística, a qual é transformada em modelo de negócio a fim de disputar um nicho no mercado midiático - o que envolve geração de receita a partir de diversas fontes de financiamento, que podem ser adotadas isoladamente ou em conjunto (como recebimento de recursos de publicidade pública, anunciantes privados, doações, participação em editais de financiamento, cobrança de assinaturas), mas não necessariamente obtenção de lucro (CARVALHO, 2018, p.120).

De modo geral, o empreendedorismo no jornalismo tem sido associado ao trabalho *freelance*, que segundo o Dicionário *Michaelis* de língua portuguesa (2009, p. 405) é a “pessoa que executa serviços profissionais por conta própria e sem vínculo empregatício”. Mas, com o

²⁰ O programa de pesquisa de abrangência mundial, é uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora. Teve início em 1999, com a participação de 10 países, por meio de uma parceria entre a *London Business School*, da Inglaterra, e o *Babson College*, dos Estados Unidos. Nesses 20 anos, mais de 80 países participaram do programa, que permanece crescendo ano a ano. Atualmente, no mundo, o GEM é o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora.

passar do tempo, o empreendedorismo conseguiu cada vez mais espaço na área jornalística, apesar de ainda haver a predominância da mídia tradicional (grandes jornais e revistas, conglomerados de televisão e rádio), as iniciativas independentes nativas digitais jornalísticas foram surgindo e ganhando espaço.

Embora, os meios tradicionais tenham perdido força e influência com o passar dos anos, empreender no jornalismo ainda é um desafio, uma vez que para empreender no meio digital é necessário inovar em produtos, plano de negócios, conteúdos e cada vez mais investir em narrativas que agreguem valor e qualidade para públicos e nichos de mercado, que cada vez mais se tornam mais específicos. Embora empreendedorismo não seja, necessariamente sinônimo de inovação, uma vez que existem jornalistas que podem empreender em um meio de comunicação, mas não inovar em produtos, plano de negócios, conteúdos, entre outras possibilidades ou vice-versa.

No jornalismo, frequentemente o conceito de inovação é atrelado ao uso de tecnologia e dispositivos móveis, contudo, ela não é a única presente na área. Carlos Eduardo Franciscato (2010) ressalta que:

A inovação tecnológica no jornalismo (...) não pode ser considerada como um investimento isolado em modernização industrial, mas caracterizada também como um aporte que modifica as rotinas e processos de trabalho do jornalista, bem como o perfil e a qualidade do produto jornalístico. (FRANCISCATO, 2010, p.12).

No campo da comunicação digital, e mais especificamente do jornalismo, para Raquel Longhi e Ana Flores (2017), em relação às constantes transformações tecnológicas e do comportamento do mercado e dos consumidores de notícias, “a inovação não pode ser vista como um elemento extra, e sim como uma necessidade para a área, que busca alternativas para sobreviver em um cenário de crise” (LONGHI, FLORES, 2017 p. 24, 25). É possível observar a exploração de novos nichos de mercado pelo jornalismo, como, por exemplo, o desenvolvimento de games, reportagens investigativas com recursos imersivos e a utilização de Realidade Virtual (RV) e Realidade Aumentada (RA), serviços de curadorias, entre outros. De acordo com o relatório da Digital News Report (2020), a criação de uma cultura mais inovadora continua sendo uma preocupação fundamental para muitos líderes digitais.

Um dos maiores exemplos de empreendedorismo e inovação na área jornalística, que trazem o dinamismo presente no meio digital, são as *startups*²¹. De acordo Daniela Bertocchi

²¹ Conforme a Associação Brasileira de Startups “Startups são empresas em fase inicial que desenvolvem produtos ou serviços com potencial rápido de crescimento e que entre as principais características que

(2017) em seu artigo “Startups de Jornalismo: Desafios e possibilidades de inovação” que traz luz à discussão sobre esse modelo de negócio, relacionando-os com o conceito de inovação e traçando um panorama sobre essas organizações no jornalismo.

“[...] buscam inaugurar um modelo singular, inédito e visionário de negócio, promovendo rupturas em suas diversas camadas: equipes, estratégias, processos, formatos narrativos, audiências e tecnologias. Ou seja, sem ser mais um galho novo na mesma árvore, criar uma startup de jornalismo não significa "sair da redação" e abrir um negócio de jornalismo digital (ou se tornar *freelancer*) como forma de sustento alternativo diante da falta de empregos nas empresas de mídia tradicionais. Além disso, as startups de jornalismo são empresas que desbravam uma trilha inovadora (e de alto risco) para resolver problemas reais da sociedade. Precisam se adaptar rapidamente ao longo da jornada para concretizar tal inovação, isso antes mesmo de gerar lucros” (BERTOCCHI, 2017, p.113).

De acordo com a última edição do relatório Ponto de Inflexão²², realizado pela organização Sembramedia no ano de 2017, que pesquisou sobre empreendedores latino-americanos de mídia digital, a maioria das *startups* latino-americanas pesquisadas ainda são pequenas empresas, no entanto, 49% já existem há mais de quatro anos e 12 delas foram fundadas há mais de uma década. Além disso, os criadores dessas iniciativas são, em geral, jornalistas veteranos em busca de independência editorial.

Segundo a Abstartups, Associação Brasileira de Startups, que mapeia e analisa o ecossistema de *startups* em seus diversos nichos no país, em pesquisa²³ realizada no ano de 2017, constatou-se que o principal problema dos clientes que são atendidos pelas *startups* brasileiras são: a inovação em produtos ou serviços (20, 5%), a simplificação de processos (19,7%) e a redução de custos (18,1%). Em relação às áreas de atuação por segmentos da indústria, primeiramente está a área de serviços profissionais (16,2%) e em segundo lugar TI e telecomunicações (11%) e em terceiro Serviços Financeiros (8,8%).

As empresas de comunicação que empreendem no meio digital potencializam a produção de conteúdos, a partir das oportunidades oferecidas pelas tecnologias digitais e a exploração de nichos de mercado locais globais, com linguagens e formatos diferenciados que dialogam com diversos canais de comunicação e com seus públicos consumidores. Conquanto, uma das maiores dificuldades para o empreender no jornalismo é a sustentabilidade de seus projetos empreendedores a médio e longo prazo. A maioria dos empreendimentos são nativos digitais em que a produção de conteúdo de jornalismo investigativo, de marketing de conteúdo,

diferenciam e definem uma startup destacam-se: inovação, escalabilidade, repetibilidade, flexibilidade e rapidez” (ABSTARTUPS, 2017, p 06).

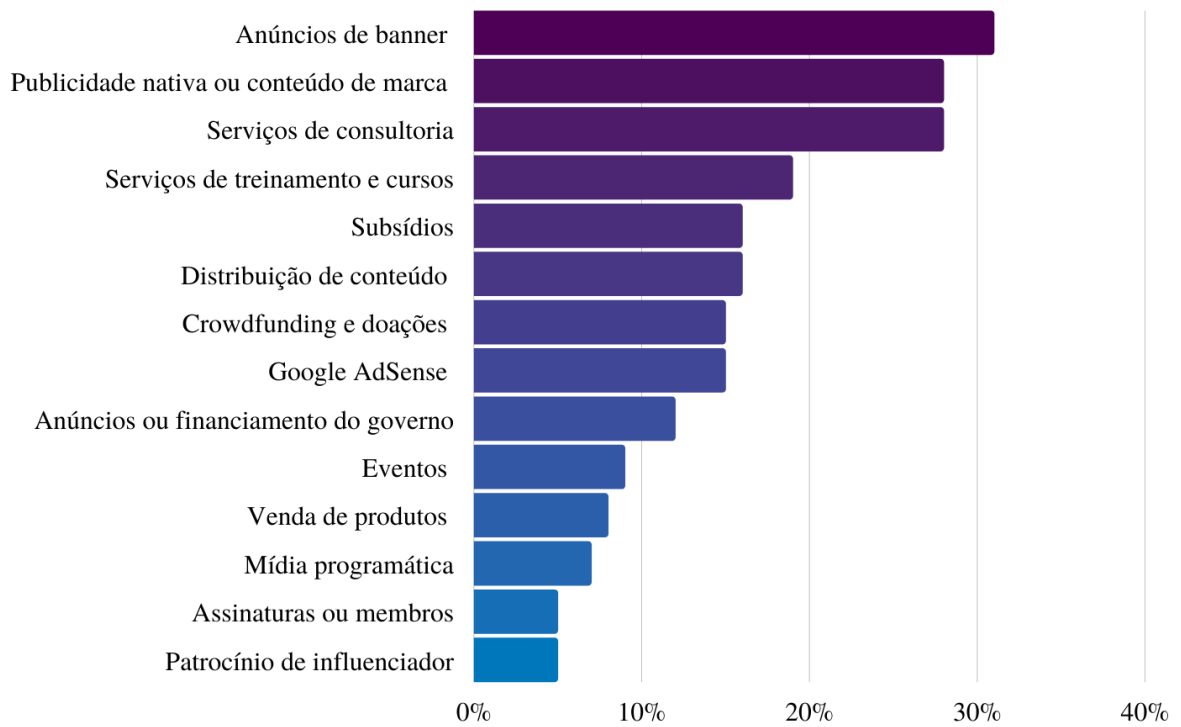
²² Disponível em: <https://data.sembramedia.org/?lang=es>. Acessado no dia 02/02/2021.

²³ Disponível em: https://abstartups.com.br/wp-content/uploads/2021/03/Radiografia_v26.pdf. Acessado no dia 09/02/2021.

produção digital, jornalismo de dados, são alguns dos inúmeros segmentos que os jornalistas atuam na área jornalística digital. Todavia, tornar esses projetos sustentáveis é um debate constante, para quem empreende no meio, mas que ao longo do tempo encontraram diferentes formas de financiamento, além da publicidade.

Ainda conforme o relatório Ponto de Inflexão realizado pela organização SembrMedia, no ano de 2017, sobre as *startups* latino-americanas, a principal forma de financiamento dos empreendimentos nativos digitais foi a publicidade. Apesar disso, os mil nativos digitais investigados, na Argentina, Brasil, Colômbia e México, apresentaram mais de 15 oportunidades de receita, incluindo treinamento, consultoria, subsídios, eventos e *crowdfunding*.

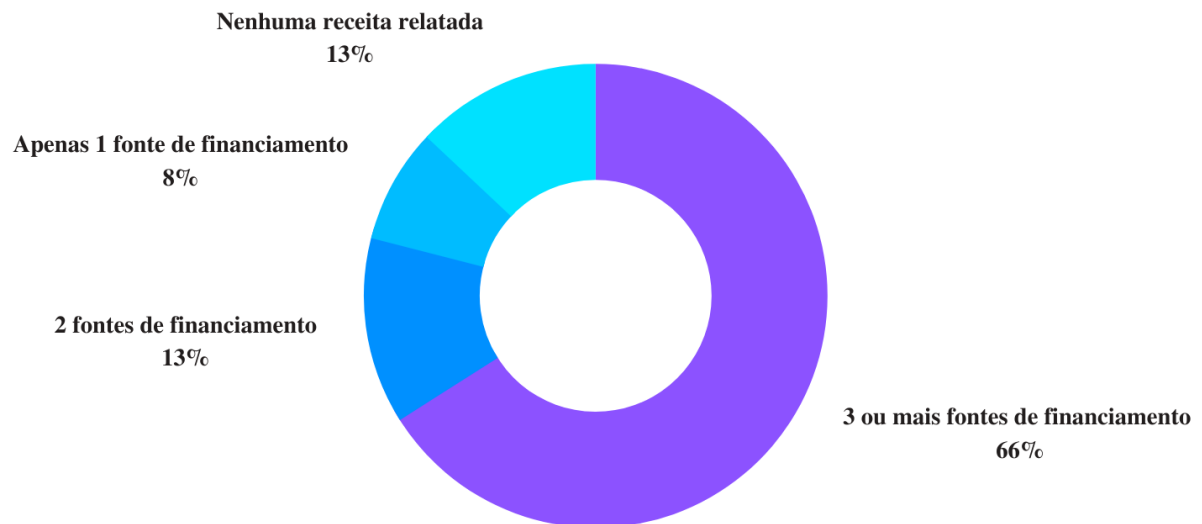
No relatório, evidenciou-se também que, com as mídias sociais e ferramentas de web design, mais de 70% dos empreendimentos relataram que começaram com menos de US \$10 mil, e mais de 10% desse total estão gerando pelo menos meio milhão de dólares em receitas anualmente. Foi possível perceber que 68% do tráfego dos empreendimentos nativos digitais vem dos dispositivos móveis. Abaixo o gráfico um mostra as principais fontes de receita utilizadas pelos empreendedores latino-americanos, em que tiveram destaque os anúncios de *banner* que representaram (31%), publicidade nativa ou conteúdo de marca (28%) e serviços de consultoria (28%).

Gráfico 1- Principais fontes de receita

Fonte: Relatório SembraMedia (2017) Tradução e elaboração da autora.

Além disso, dos 100, mais de 65 dos nativos digitais relataram que estavam gerando receita de pelo menos três maneiras diferentes. Ainda acrescentaram que a partir dessa ramificação e diversidade de financiamento, foi possível desenvolver negócios sustentáveis e até lucrativos em torno do jornalismo de qualidade. Como mostrado no gráfico dois abaixo:

Gráfico 2- Número de meios digitais na América Latina que relataram múltiplas formas de financiamento



Fonte: Relatório SembraMedia (2017) Tradução e elaboração da autora.

Embora haja uma diversidade de oportunidades de gerar receita nos empreendimentos nativos digitais latino-americanos e a maioria tenha três fontes ou mais de financiamento, a maior parte dos fundadores dos empreendimentos (44%) afirmaram que ninguém estava trabalhando em geração de receita a não ser o fundador. Este resultado explicita as dificuldades de manter um empreendimento autossustentável jornalístico e do seu crescimento.

Outro desafio do jornalista como empreendedor é, além de produzir um jornalismo de qualidade, com valores agregados reforçar, principalmente, a sua relevância social e do jornalismo como forma de conhecimento para a sociedade. Além de criar e produzir conteúdos profundos, inovadores, dinâmicos, os aspectos comerciais e publicitários necessitam de setor ou profissionais específicos para atuação no empreendedorismo atrelado ao jornalismo, embora possa estender tensões e acelerar as que já existem no meio.

De um modo geral, percebe-se que o jornalismo empreendedor é reflexo do momento de transição que a profissão vivencia. A premissa de que o jornalismo irá morrer ou deixará de existir não é válida, dado que durante a história, o jornalismo como profissão adaptou-se às

mudanças culturais, sociais e tecnológicas. O jornalismo empreendedor foi um dos caminhos encontrados para testar novas alternativas, narrativas e modelos de negócio, aproveitando o contexto para criar projetos jornalísticos que reforcem a importância do jornalismo para a sociedade e que agreguem mais independência editorial e financeira aos projetos.

2. A INDEPENDÊNCIA NO DEBATE DOS NATIVOS DIGITAIS

Conforme elucidada Alexandre Lenzi (2019), o termo nativo digital diante do jornalismo representa veículos nascidos na era da internet e que começaram a produzir materiais noticiosos originais desenvolvidos, especificamente para a rede (LENZI, 2019, p.02). E que além disso, trabalham com diferentes linguagens jornalísticas, explorando vários recursos multimídia, redes sociais e inovações para a construção de diversas narrativas (SAAD, GIACOMASSI, 2018).

Nesse sentido, ao longo deste capítulo é feita, num primeiro momento, a discussão do conceito de nativo digital atrelado à definição de (PRENSKY, 2001) relacionada à geração Z e o uso das tecnologias digitais. Em seguida, faz-se a discussão do conceito de independência associado aos campos da Administração, Economia, Filosofia, História, e por último, ao Jornalismo. E por último, dá-se a discussão conceitual, onde problematiza-se as especificidades do conceito de independência associadas à área jornalística. Além disso, é traçado um panorama geral da trajetória histórica do conceito de independência, diante do contexto brasileiro em que relacionou-se o conceito à imprensa brasileira durante o processo de independência do Brasil, período republicano, ditadura militar e a fase de redemocratização do país.

2.1 NATIVO DIGITAL: SURGIMENTO, IMPLICAÇÕES E DESDOBRAMENTOS NO JORNALISMO

O conceito de nativo digital tem aparecido em diferentes contextos, principalmente como referência aos jovens que nasceram cercados pelas tecnologias digitais, a chamada geração Z, nascidos a partir da década de 1990. O conceito de nativos digitais nessa perspectiva, segundo Prensky (2001) refere-se aos jovens que possuem a capacidade de realizar múltiplas tarefas, o que representa uma das características principais dessa geração.

Ainda conforme o autor, essa nova geração é formada, especialmente, por indivíduos que não se amedrontam diante dos desafios expostos pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) e experimentam e vivenciam múltiplas possibilidades oferecidas por novos

aparatos digitais, ou seja, uma geração que já tem acesso e está inserida em tais inovações e, por isso, tem habilidades para usá-las. A geração de nativos digitais deverá chegar a 2,56 bilhões de pessoas em 2020, segundo a pesquisa realizada pela *Fung Global Retail & Technology*²⁴, em 2016.

Essa geração é rodeada pela tecnologia, mídias, redes sociais e ferramentas de transmitir informações, como celulares, tablets, computadores, aparelhos de TV, vídeo games que hoje, estão presentes dentro da maioria dos ambientes. De acordo com o portal de pesquisa e tendências da *Google, O Think with Google*²⁵ que reuniu dados na reportagem “*Gen Z: A Look Inside Its Mobile-First Mindset*”²⁶ para ajudar a entender a geração Z e seus comportamentos, cerca de 38% dos adolescentes brasileiros preferem acessar a internet em um dispositivo móvel, além disso, os dispositivos mais utilizados são os *smartphones* (78%), *notebook* (69%), televisão (68%) e videogames (62%).

A geração de nativos digitais também consome informações jornalísticas pelo celular, preferencialmente pelas redes sociais e não está disposta a pagar para ter acesso ao conteúdo informativo, de acordo com a pesquisa *Global Customer Experience Trends 2019*²⁷ que mapeou as diferenças dos hábitos de consumo entre as gerações X, Y e Z. A maior diferença entre as três gerações foi observada em relação ao uso das redes sociais para consumir conteúdo informativo. A geração Z é a única em que a maioria das pessoas (55%) usa as redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram) como principal fonte de informação.

Quando se aproxima ao jornalismo, entende-se como nativos digitais iniciativas jornalísticas que nasceram exclusivamente na internet, e não aquelas que migraram do impresso para o ambiente online. Alexandre Lenzi (2019) afirma que:

(...) nas primeiras décadas da internet, os veículos jornalísticos faziam a transposição dos conteúdos do meio original para o digital; depois passaram a utilizar algum elemento multimídia, mas ainda tendo o impresso como principal referência; e em um cenário mais recente começaram a oferecer materiais noticiosos originais desenvolvidos especificamente para a rede; (LENZI, 2019, p.02).

Nativos digitais são organizações que possuem como características principais o uso de tecnologias para a produção editorial, circulação e distribuição de conteúdos e que inovam constantemente em seus modelos de negócio. Elizabeth Saad Corrêa e Fernanda Giacomassi (2018) constata que:

²⁴ Disponível em: <https://bit.ly/3aHPCFw>. Acessado no dia: 12/04/2020.

²⁵ Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/>. Acessado no dia: 14/04/2020.

²⁶ Disponível em: <https://bit.ly/357Fox7>. Acessado no dia: 14/04/2020.

²⁷ Disponível em: <https://bit.ly/2Sbsed6>. Acessado no dia: 16/04/2020.

De uma forma geral, os empreendimentos nativos digitais são aqueles que buscam renovar as práticas tradicionais e obsoletas do processo jornalístico e utilizam-se de técnicas digitais inovadoras para a narrativa e foco na audiência. A maioria dos empreendimentos nativos considera em seus propósitos que tais posicionamentos acerca da inovação os diferencia da mídia tradicional, mesmo que na prática não incorporem completamente de funcionalidades de multimídia, colaboração e interatividade (SAAD, GIACOMASSI, 2018, p. 69)

O projeto intitulado como o “Mapa do Jornalismo Independente”²⁸, feito pela Agência Pública²⁹, entre novembro de 2015 e fevereiro de 2016, mapeou mais de 100 iniciativas em 12 Estados e no Distrito Federal, como também identificou o aumento de novos empreendimentos de jornalismo digital, no Brasil. Entre 2014 e 2016, vale ressaltar que esse aumento de novos empreendimentos de jornalismo digital foi impulsionado também pelo elevado número de demissões de jornalistas em veículos tradicionais. Ao menos 1.230 profissionais da área perderam o emprego entre 2012 e 2013³⁰, os quais deixaram suas atividades nas redações tradicionais e migraram para a estrutura online. Além disso, seguindo a tendência de queda vertiginosa de tiragem impressa dos principais jornais do país dos últimos seis anos, em 2019 a circulação de jornais impressos no Brasil caiu 10%.

As iniciativas nativas digitais jornalísticas apresentam estratégias diferenciadas na produção e distribuição de seus conteúdos, como também os temas pautados abarcam perspectivas distintas da mídia de legado, de acordo com o relatório “Ponto de Inflexão³¹ - Impacto, ameaças e sustentabilidade: Um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos” realizado no ano de 2017, pelo SembraMedia³².

Conforme a percepção de Andresa Oliveira e Silvia Stipp (2015), é através deste ambiente digital que surge o jornalismo independente que segundo as autoras “atua como um laboratório de jornalismo. Sem compromissos com ideologias e hierarquias, ele reinventa modos de narrar, de recepção e até mesmo o modo de se fazer jornalismo” (OLIVEIRA; STIPP, 2015, p. 14)

2.2 CONTEXTO, CARACTERÍSTICAS E APLICAÇÕES DO CONCEITO DE INDEPENDÊNCIA NO BRASIL

²⁸ Disponível em: https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/#_. Acessado no dia 11/06/2020.

²⁹ Fundada em 2011 por repórteres mulheres, a Pública foi a primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil. Disponível em: <https://apublica.org/quem-somos/>. Acessado no dia 11/06/2020.

³⁰ “Mais de 1.230 jornalistas foram demitidos de redações no Brasil”. Reportagem da Agência Pública.

³¹ Disponível em <http://data.sembramedia.org/?lang=pt-br>. Acessado no dia 11/01/2020.

³² Disponível em: <https://www.sembramedia.org/quienes-somos/>. Acessado no dia 16/08/2020.

A pluralidade de significados do conceito de independência é vasta, além disso o tema permeia diversas áreas como Administração, Economia, Filosofia, História, Jornalismo, entre outras. A palavra independência é derivada do latim *independentia* que segundo o dicionário de língua portuguesa *Michaelis*³³ é definida como:

Estado, condição ou característica daquele que goza de autonomia ou de liberdade completa em relação a alguém ou algo; Caráter ou qualidade de alguém ou daquilo que rejeita conceitos, ideias, regras etc, predeterminados; autonomia; Caráter de um estado que não se acha submetido à soberania política de uma outra nação; autonomia política; Condição financeira favorável de alguém ou de uma instituição, sem que precise depender de outrem; (MICHAELIS, 2020).

Quando se aproxima o conceito de independência da área de Administração Pública, observa-se que há, de certa forma, conteúdo moral implícito no conceito. Aqui por exemplo independência foi definida como “a capacidade de entidades autônomas tomarem decisões individuais e de natureza reguladora com a certeza de não haver [...] influência do ministério pertinente em tais decisões” (OCDE, 2001, p.4). Ainda, conforme as definições da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômicos (OCDE)³⁴, o conceito de independência na literatura de Administração está muitas vezes relacionado à inovação, eficiência, responsabilidade, mas também com a proteção de interferência política e delegação de poder. Além do mais, outros termos são associados ao conceito de independência, como: autonomia, liberdade e imparcialidade.

Na filosofia ocidental, os termos autonomia e liberdade representavam “coisas sagradas” e no discurso filosófico da modernidade tornaram-se componentes básicos, influenciando a construção dos ideais de universalidade, individualidade e racionalidade presentes no movimento cultural iluminista dos séculos XVII e XVIII. O Iluminismo se desenvolveu na Inglaterra, Holanda e França primeiramente, e em seguida espalhou-se sobre o globo. O movimento iluminista buscava a compreensão da origem social do indivíduo, para que consequentemente a lógica pudesse legitimar o exercício do poder político.

Embora seja recorrente nos estudos historiográficos separar além do Iluminismo, a Filosofia Renascentista da Filosofia Moderna, pode-se compreendê-la como um período

³³ Michaelis é uma marca de dicionários de língua portuguesa e estrangeira publicado no Brasil pela editora Melhoramentos.

³⁴ Disponível em:

[http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=CCNM/GF/GOV/PUBG\(2002\)2&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=CCNM/GF/GOV/PUBG(2002)2&docLanguage=En). Acessado no dia 14/03/2019.

intermediário que teve início com o movimento renascentista e que foi concebido com traços do movimento iluminista, como por exemplo a valorização incondicional à razão, ceticismo e a dileção do elo entre política e conhecimento, além separação entre Igreja e Estado.

Ainda no campo filosófico, autores como Immanuel Kant e John Stuart Mill discorreram sobre alguns dos conceitos relacionados à independência. Kant aborda o conceito de autonomia, conceito básico em sua teoria ética (KANT, 1964; SCHNEEWIND, 1992). Já Mill, de forma similar, aborda o conceito de liberdade, considerando-a a chave para a verdade, a felicidade, o progresso, o talento e a inovação (MILL, 1892). Nos escritos do filósofo Alexis de Tocqueville, onde ele explica suas observações das interações sociais e as diversas análises de suas causas e efeitos, encontra-se a ideia de independência e seu adjetivo independente equiparados a “autoconfiança e orgulho” (DE TOCQUEVILLE, 1998; ANKERSMIT, 1996).

Tocqueville defendeu a liberdade individual e a igualdade na política, sendo os dois conceitos, para ele, inseparáveis. Além disso, o significado de independência estaria associado à autoconfiança. A virtude da independência evidencia-se porque as pessoas independentes têm orgulho, na percepção do filósofo. Nas sociedades ocidentais, os conceitos de autonomia, liberdade e independência são vistos como questões moralmente corretas e positivas.

A independência como conceito reverberou numa batalha linguística e de ideologias cotidianas, as quais também fizeram parte da complexidade histórica que caracterizou o processo de independência do Brasil. O rompimento dos laços coloniais entre o país e Portugal ocorreu durante a regência de D. Pedro de Alcântara, em que as cortes portuguesas tomaram medidas bastante impopulares, como, por exemplo, a exigência da transferência das principais instituições criadas durante o período Joanino para Portugal, o envio de mais tropas para o Rio de Janeiro e o retorno do príncipe regente para o seu país de origem, que acabou tornando-se o estopim para a separação entre Portugal e Brasil. No dia sete de setembro de 1822, o príncipe regente declarou oficialmente a separação política entre a colônia que governava e Portugal.

As consequências do processo de independência do Brasil foram: o surgimento do país enquanto nação independente, a construção da nacionalidade brasileira e o endividamento do país por meio de um pagamento de 2 milhões de libras como indenização aos portugueses. O processo de independência do país foi complexo, causado, entre outros fatores, pela usurpação dos direitos dos portugueses tanto por invasores estrangeiros quanto pelos burocratas ao redor de D. Pedro, além de uma luta pela independência, era também uma luta contra o despotismo e a opressão presentes, desta qual a imprensa fez parte.

A imprensa no Brasil surgiu em 10 de setembro de 1808, marcando uma nova era para a construção da opinião pública nos impressos que circulavam na época, passando a

desenvolver seu papel como agente histórico no processo de independência do país, uma vez que ampliou o debate político e os espaços de liberdade de expressão, que formaram e interferiram na separação de Portugal do Brasil. Além disso, corroborou para a construção da ordem nacional ao difundir ideias, já que era um significativo mecanismo de participação e interferência política presente num momento de transformações. A partir de 1821, com a suspensão da censura prévia, houve um grande aumento de periódicos, principalmente no Rio de Janeiro, que na época era a capital do Reino.

Os jornais surgidos no Brasil entre 1821 e 1823, período de intenso debate político, de radical transformação das instituições, com mais razão ainda nasciam impulsionados por esse espírito. Seu propósito, segundo declaram quase sempre no editorial de estreia, seria o de preparar o povo para o regime liberal que se inaugurava. Os homens que o faziam acreditavam nas virtudes mágicas do saber e confiavam na educação como alavanca de transformação da sociedade (LUSTOSA, 2000, p. 29-30).

Esse foi um momento muito importante tanto para os jornais brasileiros quanto para os portugueses, afinal a independência foi retratada em ambos sob diferentes perspectivas e processos de significação. No Brasil, os jornais com tons panfletários que se destacaram ao difundir a ideia de independência foram o *Correio Braziliense*, o *Revérbero Constitucional Fluminense* e o *Sentinela da Liberdade*. O *Revérbero*, segundo Lustosa (2000, p. 122), representou o “primeiro jornal politicamente independente” a circular no Rio de Janeiro, pois seus redatores não estavam comprometidos com o governo.

A autora ainda afirma que, os primeiros jornais brasileiros considerados independentes fundados após a revolução constitucionalista do Porto (1820) tiveram participação significativa e decisiva nos acontecimentos que se seguiram àquela revolta e que acabaram resultando na Independência do país. Neste contexto, o *Correio Braziliense* transformou-se no único veículo usado para divulgar ideias liberais aos brasileiros e para criticar os erros da administração portuguesa transferida para o Rio de Janeiro junto com a corte.

Nesses primeiros jornais, a pluralidade de significados do conceito de independência era vasta, mas dentro do contexto político do processo de Independência, o conceito era aplicado como referência à luta contra o despotismo da época, à possibilidade de ruptura política e também com a noção de autonomia e liberdade. A palavra independência afirmou-se no processo de independência do Brasil de Portugal, a partir do surgimento de diversos impressos, em que o conceito assumiu claramente o sentido de separação, ruptura (Neves, 2003, p. 220-222).

Não há como aplicar uma visão simplista sobre a emancipação do Brasil em relação à Portugal, pois foi um processo de variadas e assimétricas transformações políticas e sociais.

Precisa-se destacar que a independência do Brasil aconteceu de uma adaptação de ideias restritas, principalmente das elites política e intelectual brasileiras, mas que acabou se confrontando com a realidade de sua sociedade assegurada sobre a base do trabalho escravo e por uma elite econômica considerada conservadora, em que esse contexto sociocultural acabou dando respaldo a um processo violento de consolidação da Independência.

A independência no jornalismo pode agregar diferentes significados em distintos contextos da história brasileira, por exemplo, a imprensa durante o período imperial e nos primeiros anos do século XX teve um papel político forte exercido pelos meios de comunicação em expansão quando a censura e a liberdade de imprensa andaram lado a lado.

O processo de independência no Brasil gerou grande estímulo à produção de impressos como obras literárias e periódicos, principalmente para a imprensa local devido ao processo de efervescência política e da difusão ideológica que o país passava e que configurava a sociedade na época. Além da documentação governamental, almanaques e textos literários e de cunho científico começaram a circular, como também os pasquins. Os pasquins foram papéis que atuaram como instrumentos de comunicação informais, que propagaram informações e opiniões com rapidez e eficiência. O verbete segundo o dicionário Antônio Houaiss é definido como:

Pasquin- el.comp. antepositivo, do port. pasquim (sXVI) ‘sátira afixada em lugar público; jornal ou panfleto crítico mordaz’, do fr. pasquin (fim do sXVI), por sua vez it. pasquino (1534), personagem sobre a qual Cortelazzo e Zolli, s.v. pasquinata (antes de 1535), dão as informações aqui transcritas, apud Enc. Italiana XXVI, 451: “Pasquino é a frontada de um grupo de mármore da primeira idade helenística(sIII a.C.), que representava ou Menelau com o corpo de Pátroclo ou Ájax com corpo de Aquiles. Mais antiga porque atestada já em 1509, é a tradição que chama estátua de libertador seu magister ludi [letrado ou mestre de jogo], de mestre-escola, que habitava em frente. Inclui, além de pasquim, os segg, voc.: pasquinada, pasquinagem, pasquinar, pasquinário, pasquinear, pasquineiro, pasquinata (HOUAISS,2008, p.2142).

Os pasquins configuraram uma das primeiras formas de imprensa popular e refletiram o descontentamento dos grupos sociais e os conflitos provinciais existentes no país, principalmente entre a saída de Dom Pedro I e o fim do período regencial. Como indica Nelson Werneck Sodré (1999, p. 155) “O ambiente do país, na época em que surgiram e se multiplicaram os pasquins, explica de forma nítida a fisionomia áspera assumida pela pequena imprensa, comprovando que suas características eram ligadas diretamente às condições do meio”.

Os pasquins ocuparam um espaço significativo nas discussões presentes nos espaços públicos. Por meio deles, seus autores buscaram construir e difundir uma determinada

percepção da realidade, protegida, geralmente, pelo anonimato. Em suma, os pasquins de certa forma sempre estiveram ligados à contestação política ou social tornando-os assim, alvo de censura e repressão, mesmo quando mantido o anonimato. Eles caracterizaram a imprensa brasileira no século XIX, porém como as inovações técnicas na imprensa prosseguiram até 1895, os jornais acabaram definindo-se com estrutura empresarial e a notícia como produto.

Com isso, a produção de pasquins entrou em declínio, sendo substituída pela imprensa literária e pelos órgãos políticos partidários. No fim do século XIX, “a imprensa artesanal estava sendo substituída pela imprensa industrial. A imprensa brasileira aproximava-se, pouco a pouco, dos padrões e das características peculiares à uma sociedade burguesa” (SODRÉ, 1999, p. 261). O final do século XIX e o início do século XX marcaram a transição da chamada pequena para a grande imprensa.

Na Primeira República, também chamada de República Velha (1889/1930), surge o jornal *Correio da Manhã*, periódico brasileiro publicado no Rio de Janeiro em 15 de junho de 1901, fundado pelo advogado Edmundo Bittencourt (1866/1943). O jornal atravessaria sete décadas do século XX em linha dominante de crítica aos governos.

O Brasil no início do período republicano já trazia consigo problemas do passado colonial, como crises políticas, econômicas e sociais. O país ainda vivia um momento conturbado de sua história. Nessa época, o jornal *Correio da Manhã* posicionava-se contra as oligarquias e a favor dos direitos da sociedade, motivos pelos quais foi perseguido e fechado em diversas ocasiões. Na época em que o *Correio* foi fundado, o jornalismo carioca passava por uma fase de críticas e acusações, como por exemplo, estar subordinado ao governo e sem independência editorial.

Foi nesse contexto, que o *Correio da Manhã*, tornou-se um veículo inovador e que já se definia como um veículo independente, colocando-se como representante da população, desde sua primeira edição, como explicitado na sua capa de edição inaugural:

O *Correio da Manhã* não tem nem terá jamais ligação alguma com partidos políticos (...) jornal que propõe, e quer de veras defender a causa do povo, do comércio e da lavoura, entre nós, não pode ser um jornal neutro. Há de, forçosamente, ser um jornal de opinião, e, neste sentido, uma folha política (...) Mas desta política, desapaixonada e nobre, só uma imprensa francamente independente e nobre pode se ocupar (...) O povo está cansado, o povo sente que lhe ocultam a verdade, e que transformam até seus clamores em uma antífona sacrílega de aplausos. O povo quer a verdade, ele compreende que só ela salva e redime, embora às vezes fira. E hoje, magoa é dizê-lo, todo o programa de um jornal, sincero e independente, pelo qual o povo anela, se pode resumir nestas palavras: dizer a verdade. É para dizer-lhe que aqui estamos (CORREIO DA MANHÃ, 15/06/1901, p. 1).

O Correio da Manhã se autodeclarava como independente devido, segundo o posicionamento do jornal, a ser um veículo independente de forma política e econômica do governo. O Correio da Manhã manteve-se por décadas como jornal de referência do Brasil. “Era um jornal do Rio, que o Brasil inteiro lia” (CASTRO, 2009, p. 156) e que influenciou desde a sua fundação até 1960 toda a imprensa brasileira, embora tenha sido apoiador de primeira hora da intervenção militar de 1964, mas que logo se afastou e começou a cobrar a democratização do país, o que voltou a lhe causar forte censura, prisões de dirigentes e jornalistas do veículo.

Conforme Sodré (2004), o jornal Correio da Manhã foi marcado por “ferrenho oposicionismo e extrema virulência” (p. 278), mas também como marco de transição entre a pequena e a grande imprensa. Para o autor, o país passava, então, pela ascensão da burguesia e pelo avanço do capitalismo. “O jornal será, daí por diante, empresa capitalista de maior ou menor porte. O jornal como empreendimento individual, como aventura isolada, desaparece, nas grandes cidades” (SODRÉ, 2004, p. 275).

Entre o final do século XIX e início do século XX, com o crescimento da imprensa dentro do país e no mundo, a atividade foi adquirindo características próprias de acordo com seu contexto histórico sociocultural advindas das transformações econômicas, industrialização e modernização da sociedade. Assim sendo, o jornal acabou tornando-se um produto de consumo.

A imagem a imprensa no mundo e as características essenciais tanto das fórmulas do jornalismo como das do mercado da imprensa de cada país estavam, em 1914, muito próximas das de hoje, pelo menos nos países industrializados, pois fora do mundo ocidental a imprensa ainda tinha muito que progredir, até porque o grau de desenvolvimento dos jornais era, como o é ainda hoje, uma função direta da ocidentalização da vida econômica e social (ALBERT E TERROU, 1990, p. 51).

Em 1964, no dia 31 de março o exército brasileiro foi enviado para o Rio de Janeiro, onde estava o presidente Jango, alguns dias depois, João Goulart partiu para o exílio no Uruguai e uma junta militar assumiu o poder do Brasil. Em 15 de abril, o general Castello Branco tomou posse, tornando-se o primeiro de cinco militares a governar o país durante esse período. A ditadura militar no Brasil durou 21 anos (1964-1985), teve cinco mandatos militares e instituiu 16 atos institucionais – mecanismos legais que se sobrepunham à constituição.

Nesse período houve restrição à liberdade, repressão aos opositores do regime e censura. Foi durante este contexto que muitos jornais alternativos nasceram, pela necessidade e urgência de questionar a situação política vivenciada no país e pela sua redemocratização. Uma das obras

mais completas sobre a imprensa alternativa no Brasil, é da autoria de Bernardo Kucinski, denominada “Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa” (1991).

Em sua obra, o autor destaca que durante o período da ditadura militar, nasceram e morreram entre o período de 1964 a 1980 cerca de 150 periódicos alternativos que se opuseram ao regime e destoavam do discurso governista reproduzido pela grande imprensa. Tais jornais continham as mais variadas tendências: políticas, satíricas, feministas, ecológicas e culturais, que tinham como traço comum a intransigente oposição ao governo militar (KUCINSKI, 1991, p. XIII).

As fontes de financiamento da mídia alternativa nessa época também eram inconsistentes. Parte do financiamento vinha do ativismo de militantes políticos e da colaboração voluntária de intelectuais. O apoio também chegava através de jornalistas que ainda trabalhavam na imprensa convencional e contribuía com dinheiro e matérias.

Um dos periódicos mais famosos foi o Pasquim, considerado símbolo de resistência ao período militar que ficou conhecido como *nanica* (formato tabloide), independente ou *underground*. A publicação dava voz aos grupos não hegemônicos que foram reprimidos naquele período (BUZALAF, 2009, p. 43). O Pasquim trazia humor e sarcasmo como formas de questionar e criticar as ações do governo e de governantes, como também da classe média que dava sustentação à ordem militar. Por meio de uma linguagem satírica, humorística, os pasquins conquistaram uma boa quantidade de leitores, e criticavam o discurso do governo, o que acabava incomodando a grande imprensa.

Na obra de Paolo Marconi, intitulada "A censura política na imprensa brasileira" (1968-1978), o autor aborda a imprensa alternativa da seguinte maneira:

Na década de 60 deu-se o surgimento da imprensa denominada independente, *nanica* ou alternativa. (...) O primeiro jornal desse tipo - o Pif-Paf - surgiu em 1964 e teve duração efêmera de 8 edições quinzenais sob a direção do esquerdista Millôr Fernandes. O mesmo humorista em 1969, reunindo-se a um grupo de críticos e humoristas de esquerda (Zirardo, Tarso de Castro, Henfil, Jaguar) funda o semanário O Pasquim. As características desta imprensa: tiragem reduzida de cada impressão; repercussão reduzida, exceções como O Pasquim, Movimento, Em Tempo; falta de esquema empresarial com trabalho semiartesanal na maioria dos órgãos; ausência de suporte financeiro adequado, caracterizada pela inexistência de anúncios comerciais, etc (MARCONI, 1980, p.307-309).

A perspectiva de Marconi sobre a imprensa alternativa relaciona-se com um dos jornais pioneiros considerados independentes, segundo Reis (2017 p. 194), o jornal *Manha*³⁵, lançado

³⁵ De acordo com o site <https://bndigital.bn.gov.br/artigos/a-manha-2/> acesso em 22 de outubro de 2020

em 13 de maio de 1926, no Rio de Janeiro, em formato tabloide. A Manha era dirigida por Aparício Fernando de Brinkerhoff e apresentava várias seções: economia, política, cotidiano, noticiário policial, página de literatura e esportes. Após a Revolução de 1930, que levou Getúlio ao poder, A Manha se dizia um órgão independente, “que não se vende, nem se troca por quinhentos réis”. Entre idas e vindas, o jornal voltou a circular em 1950, em São Paulo, e desapareceu em setembro de 1952. A Manha foi um dos grandes jornais da época e que se auto declarava independente por ser desvinculado econômica e editorialmente de grandes grupos empresariais e do próprio governo.

Em 1966, surge a revista "Realidade", lançada pela editora Abril. A revista trazia consigo características como crítica moral e dos costumes da época, além de reportagens mais aprofundadas. Considerada também como inovadora, por trazer inovações jornalísticas e gráficas a seu conteúdo, a revista estava inserida na efervescência cultural vivida pelo país no período pós-64. A revista Realidade se legitimava como independente por estar em confronto com a política do país, contra a mídia hegemônica e por quebrar *tabus* na imprensa.

Questionadora e crítica, a revista Realidade diferenciou-se por enquadrar os assuntos mais pertinentes deste período por intermédio de uma linguagem sofisticada, com uma forte carga autoral, que se comprometia de forma irreversível a proposta da revista, que estava amparada em um jornalismo de profundidade e contestador vigente no Brasil na década de 1960. A importância da revista para o Brasil, na época do regime militar no país é descrita por José Carlos Marão:

Realidade como fonte para trabalhos acadêmicos não se dão conta de que muito do comportamento atual como liberdade para namorar ou “ficar”, o desprezo pelo tabu da virgindade, a igualdade de direitos da mulher, a possibilidade de casar, descasar, casar de novo – começou a despontar como mudança de comportamento no período 1966-1968... A criatividade na pauta e na finalização mostrava uma revista contestadora e irreverente, mas que nunca foi irreverente, mas que nunca foi confronto (MARÃO, 2010, p. 17).

A revista Realidade deixou de circular em 1976, mas deve ser considerada como um dos exemplos de jornalismo independente no Brasil, pelo seu posicionamento editorial, a militância de seus jornalistas e redação. Suas especificidades trouxeram censura e opressão, mas não diminuíram sua importância para a história do país e do jornalismo praticado e apresentado pela revista.

O Correio da Manhã, o jornal A Manha e a revista Realidade são precursores de um jornalismo independente, por serem exemplos de veículos que se posicionaram contra a mídia hegemônica, pelos temas e enquadramentos que propuseram em suas linhas editoriais, a relação

com anunciantes e, principalmente, a desvinculação política, em um momento tão impositivo e autoritário.

Após quase 21 anos de governos militares, em 1978 com o levante de movimentos estudantis e da própria população, houve o enfraquecimento do regime militar. O país passava pela reivindicação da realização de eleições diretas para presidente da República, o que fortaleceu o movimento das Diretas Já em 1985.

Com a redemocratização do Brasil e o avanço da tecnologia, evidenciado na internet e nas redes sociais online, a imprensa independente obteve diferentes contornos e formatos no país. Sites, blogs, páginas e perfis em plataformas terceirizadas, além dos formatos já existentes como revistas e suplementos, todos estes possuem representantes que se autodenominam independentes. Neste contexto, a ideia de independência aliada à imprensa é complexa de se medir e de se conceituar devido à sua mutabilidade no decorrer dos tempos. Trata-se de um conceito que se relaciona com diferentes e amplas áreas do conhecimento e para além disso, faz parte das engrenagens e aparatos político-administrativos, forças armadas, sistemas eleitorais, imprensa, organizações, instituições financeiras, entre outros.

O processo de investigação de um conceito compõe-se em diferenciar “as diversas significações que estão vivas na língua, mas que obtêm uma determinação mais restrita em cada contexto do discurso”, como afirma Gadamer (2002, p. 248). Percebe-se assim a polissemia e as diversas variações que o termo e o próprio conceito de independência carregaram durante a história e que ainda carregam consigo. Ambos podem ser considerados multidimensionais por possuírem uma interferência cultural e ética muito forte e uma capacidade abrangente de tratarem de múltiplos aspectos da sociedade.

A investigação histórica de um conceito nos permite compreender os espaços de experiências e os horizontes de expectativas que se associam a um determinado período. Permite também compreender a função política e social desse mesmo conceito, visto que a perspectiva sincrônica de análise traz à tona a possibilidade de se tratar conjuntamente espaço e tempo (KOSELLECK, 2006, p. 104).

A partir do resgate histórico e conceitual feito até aqui, o que se pode aprender da conexão de independência e imprensa é que, em sua maioria, os veículos que são considerados independentes carregam uma liberdade maior com relação a anunciantes e ao poder público. Não há como carimbar um selo de independência e isenção em diferentes veículos, mas é possível afirmar que estão mais inclinados a uma autonomia aqueles menos comprometidos com as relações políticas de poder e com “amarras financeiras”.

3. COLETA DE DADOS E ANÁLISES

Desde os primeiros capítulos deste trabalho, buscou-se traçar um percurso para responder à questão que norteia a atual pesquisa: a definição do conceito de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais brasileiros nos trabalhos desenvolvidos academicamente nos últimos cinco anos. Dentro destes, quer-se entender a quais aspectos o conceito está associado: a) independência financeira, b) independência editorial, c) independência política, ou d) pela natureza nativa digital. Neste capítulo, a partir das construções e delimitações feitas sobre o entendimento do conceito de jornalismo independente na academia brasileira, foi possível chegar a resultados importantes acerca do principal questionamento do trabalho.

É necessário, inicialmente, explicitar de forma descritiva e detalhada os procedimentos metodológicos adotados, que foram baseados na Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS). Em seguida, descreve-se a coleta de dados e os filtros aplicados em todas as etapas da pesquisa, como também os resultados encontrados em cada uma dessas três etapas, por meio de figuras, gráficos, quadros e tabelas. Por fim, é feita a descrição e a análise dos resultados apontados em cada uma das fases da atual pesquisa, para além disso cada resultado é colocado em discussão de forma crítica e analítica para incitar reflexões aos leitores (as).

3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E COLETA DE DADOS

A partir da questão norteadora da pesquisa, o trabalho desenvolveu-se com base na Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS). Charters Kitchenham (2007) define a revisão sistemática de literatura como uma forma de identificar, analisar e interpretar o conteúdo disponível e relevante para uma questão específica de pesquisa.

As revisões sistemáticas são revisões de literatura que seguem um conjunto de métodos científicos que têm como objetivo explícito a redução do enviesamento sistemático, procurando fazê-lo através da identificação, avaliação e síntese de todos os estudos relevantes [...] de forma a responder uma pergunta (ou série de perguntas) específica. Para levar a cabo esta tarefa, as respetivas metodologias são explicitadas de antemão e em pormenor, como em qualquer outro trabalho de investigação social. (PETTICREW, ROBERTS, 2006, p. 27-28).

Além disso, a RBS trata-se de pesquisa “desenvolvida a partir de material já elaborado, disponível a partir das teorias publicadas em livros, artigos ou obras congêneres” (GIL, 1996, p. 48) e que tem como objetivo “conhecer e analisar as principais contribuições teóricas existentes sobre um determinado tema” (CERVO; BERVIAN, 1983, p. 55).

Os procedimentos metodológicos deste trabalho buscaram seguir etapas consideradas fundamentais para atestar sua validade científica, a partir do problema de pesquisa formulado. Por conseguinte, em seu objetivo de investigar artigos científicos publicados no Brasil, em português, optou-se por organizar a amostra de seleção com revistas de Qualis entre B2 e A1 da área de Comunicação e Informação do Portal Qualis CAPES. Assim sendo, com base nesse recorte, foi possível selecionar 37 revistas científicas brasileiras. Contudo, é importante ressaltar que durante a produção, execução e aplicação da pesquisa, usou-se a avaliação Qualis do quadriênio 2013-2016.

Deste modo, foi feito o mapeamento dessas revistas em uma planilha no *Excel*, onde organizou-se uma divisão de quatro colunas, separando-as por ISSN (Número Internacional Normalizado das Publicações em Série), pelo título de cada revista em ordem alfabética, pela classificação do Qualis e pelo link de acesso a cada uma. A planilha completa encontra-se no APÊNDICE A, intitulado: Classificação de revistas científicas brasileiras, ao final do trabalho.

Dentro desta classificação e seleção de revistas científicas, o período escolhido para a coleta de artigos foi do ano de 2015 a 2020, os últimos cinco anos, mais especificamente de 1 de janeiro de 2015 a 31 de dezembro de 2020. A escolha desse período justifica-se, uma vez que, os últimos cinco anos são um recorte atual e largo para abarcar a pesquisa e os objetivos que foram propostos por ela. Para a seleção de artigos científicos brasileiros que discutiram teoricamente o conceito de jornalismo independente, particularmente em artigos sobre nativos digitais, foram estabelecidos critérios de inclusão e exclusão para cada etapa da pesquisa, que está dividida em três.

Na primeira etapa, como primeiro critério, optou-se por artigos científicos escritos em língua portuguesa, excluindo assim artigos escritos em idiomas como espanhol ou inglês. O segundo critério de inclusão foi escolher apenas artigos científicos, excluindo-se assim Dissertações de mestrado e Teses de doutorado. Por conseguinte, todos os artigos científicos escolhidos na amostra deveriam estar publicados entre o período de 2015 a 2020, que foi o recorte temporal definido na elaboração, desenvolvimento e execução da pesquisa. Consequentemente, artigos publicados antes do ano de 2015 e após o ano de 2020, foram descartados. Como exposto anteriormente, foi estabelecida a escolha da amostra em revistas

com QUALIS entre B2 e A1 da área de Comunicação e Informação do Portal Qualis CAPES, sendo assim descartaram-se artigos científicos com QUALIS menor que B2 na área de Comunicação e Informação do Portal Qualis CAPES.

A pesquisa definiu como termos de busca as palavras “jornalismo independente, nativos digitais, jornalismo alternativo, jornalismo empreendedor”. Uma vez que a maioria dos termos eram palavras compostas, foi utilizado principalmente entre os operadores booleanos, o OR, pois a partir dele foi possível ampliar a busca nos periódicos. Além disso, os termos de busca foram utilizados com a variação dos termos do singular para o plural e vice-versa. É importante salientar que as palavras-chave “jornalismo” e “mídia” sempre foram utilizadas de forma combinada com alguma outra dentro das pesquisas feitas nas plataformas, isso serviu para evitar, por exemplo, trabalhos que continham apenas uma das palavras nas mais variadas áreas da pesquisa científica jornalística. No mesmo sentido, as palavras não foram utilizadas sozinhas, pois não trariam resultados, especificamente relacionados à atual pesquisa.

A primeira etapa da pesquisa foi feita, a partir da definição e aplicação dos critérios de inclusão e exclusão na seleção do material de coleta. Todos esses aspectos estão organizados e descritos no quadro um abaixo. Nesta primeira etapa, foi possível coletar artigos científicos que se encaixaram nos termos de busca selecionados na pesquisa. Assim, chegou-se a uma amostra de 85 artigos científicos acadêmicos brasileiros relacionados ao tema proposto no trabalho.

Quadro 1- Critérios para a coleta dos artigos científicos

Critérios de inclusão	Critérios de exclusão
Artigos científicos em língua portuguesa	Artigos científicos em outros idiomas
Artigos científicos	Dissertações de mestrado e Teses de doutorado
Publicados entre o período de 2015 a 2020	Publicados antes de 2015 ou após 2020
Artigos disponíveis em revistas com QUALIS entre B2 e A1 da área de Comunicação e Informação do Portal Qualis CAPES	Artigos disponíveis em revistas com QUALIS menor que B2 na área de Comunicação e Informação do Portal Qualis CAPES
Busca dos termos: jornalismo independente; jornalismo alternativo; nativos digitais; mídia independente; mídia independente; mídia alternativa; jornalismo empreendedor; jornalismo nativo digital; modelo de negócio.	Trabalhos que não contivessem os termos combinados: jornalismo independente; jornalismo alternativo; nativos digitais; mídia independente; mídia independente; mídia alternativa; jornalismo empreendedor; jornalismo nativo digital; modelo de negócio.

Fonte: Elaborada pela autora, (2020).

Na segunda etapa, foi utilizado um *software* de gerenciamento de referências bibliográficas gratuito chamado *Mendeley*, a fim de operacionalizar as buscas, organizar, formatar, editar e gerenciar textos, citações e referências bibliográficas, o que conseqüentemente colaborou para facilitar a aplicação dos filtros descritos no quadro dois abaixo, que foi dividido pelos seguintes critérios: se o artigo definia os conceitos de jornalismo independente e jornalismo alternativo; os autores utilizados para definir esses conceitos; e, qual perspectiva adotada dentro desses trabalhos: a perspectiva econômica, a política, a editorial, ou por ser de natureza nativa digital.

Quadro 2- Filtros para a categorização dos artigos científicos

Define/problematiza os conceitos de jornalismo independente, jornalismo alternativo
Autores em que esses conceitos são respaldados, se são autores brasileiros e/ou estrangeiros
Perspectiva adotada: Econômica, política, editorial, ou por ser de natureza nativa digital

Fonte: Elaborada pela autora, (2020).

Nesta etapa, no primeiro filtro para a categorização dos artigos científicos, observou-se que, na amostra inicial de 85 artigos científicos, a utilização do termo mídia associado às palavras independente e alternativa acarretou um número significativo de trabalhos selecionados que continham os termos, mas que não, necessariamente, discutiam ou problematizavam os conceitos de jornalismo independente ou jornalismo alternativo em seus referenciais e pesquisas. Assim como, o termo jornalismo empreendedor que embora tivesse relação com o tema de pesquisa, não apresentou nos trabalhos encontrados, especificamente a devida conceitualização.

Portanto, a partir da leitura prévia, além dos títulos e resumos (*abstract*) dos trabalhos coletados na amostra inicial, de 85 artigos científicos acadêmicos brasileiros, a amostra foi reduzida para 41 trabalhos, excluindo-se assim mais de quarenta e quatro trabalhos que, apesar de abordarem os temas, não os trabalhavam conceitualmente. Na sequência, constatou-se que nesses 41 trabalhos havia artigos científicos associados à área da comunicação, mas não necessariamente à área do jornalismo, uma vez que foram encontrados também trabalhos da área do cinema, por exemplo. Posto isso, a amostra foi reduzida mais uma vez e de 41 trabalhos passou-se para 34 artigos científicos brasileiros.

Em seguida, dando continuidade à análise dos trabalhos, foi preciso reduzir mais uma vez a amostra, dado que dos 34 trabalhos, cinco deles discorreram sobre o conceito de jornalismo independente, mas não respaldaram sua conceitualização ou problematização em nenhum autor(es) e nem em definições de centros de pesquisas. Outros três trabalhos estavam relacionados à produção de jornalismo cultural, associando as mídias juntamente aos avanços tecnológicos e ao jornalismo digital, estes, no entanto, não trouxeram ou problematizaram o conceito de independência em nativos digitais brasileiros, sendo assim também foram excluídos nesta etapa.

Além disso, foram encontrados nove trabalhos que problematizaram, não necessariamente o conceito de jornalismo alternativo, mas o espectro da comunicação alternativa de maneira geral, ou seja, discutiu-se nos trabalhos mais sobre jornalismo comunitário, jornalismo popular, mas não houve conceitualização sobre o jornalismo alternativo. Também nesses nove trabalhos, estavam artigos científicos que discutiram o conceito de jornalismo alternativo, porém associado a temas como por exemplo, a panfletagem, a chamada imprensa nanica e aos contextos do regime militar no Brasil (1964 a 1985), em que a discussão foi correlacionada à forte censura e repressão à liberdade de imprensa imposta no período do autoritarismo militar no país.

Ademais, três trabalhos trouxeram diferentes termos para relacionar a independência de veículos jornalísticos de natureza nativa digital, todavia não discutiram, especificamente, os conceitos de jornalismo independente ou alternativo, mas sim associaram a independência desses veículos a definições como: “jornalismo sem fins lucrativos”, “iniciativa autodenominada independente” ou “jornalismo de qualidade na internet”.

No artigo intitulado "Organizações sem fins lucrativos: iniciativas de fortalecimento do jornalismo de interesse público?", o autor Guilherme Simão traz no texto a ideia de "jornalismo sem fins lucrativos", a partir de uma análise das declarações de missões da Agência Pública de Jornalismo Investigativo e da norte-americana ProPublica. No segundo artigo, denominado "O saber em empreendedorismo no campo do jornalismo: uma análise de iniciativa autodenominada independente com escopo em jornalismo investigativo", dos autores Gustavo Panacioni e Paula Melani Rocha, o texto traz a discussão acerca do conceito de empreendedorismo entre profissionais jornalistas que começaram iniciativas autodenominadas independentes com escopo em jornalismo investigativo, mas não problematiza ou define o conceito de jornalismo independente ou associa o conceito à iniciativa analisada.

Já no último artigo, "A desintegração do modelo de negócios do jornalismo e tentativas para financiar reportagens de qualidade na internet", da autora Patrícia Maurício, embora um

dos seus objetos de estudo seja a iniciativa Agência Pública, tangencia-se o tema, mas não traz nenhuma definição acerca do conceito de jornalismo independente, utilizando o termo "jornalismo de qualidade na internet" várias vezes no decorrer do texto para se referir à iniciativa escolhida.

Sendo assim, foi possível afirmar que dentre os 37 periódicos brasileiros analisados na área de Comunicação e Informação, publicados entre os anos de 2015 a 2020, somente quatorze artigos científicos brasileiros trabalharam efetivamente com conceituações e problematizações dos conceitos de jornalismo independente e jornalismo alternativo no debate sobre nativos digitais brasileiros.

Ao final da aplicação do primeiro filtro descrito no quadro dois, deu-se continuidade à filtragem que abarcou uma tarefa mais minuciosa e demorada, envolvendo a análise de conteúdo. A análise de conteúdo possui técnicas singulares e abordagens diversas, contudo, esta pesquisa deteve-se estritamente para a investigação dos dados de uma forma quanti-qualitativa. Para Bardin (2011), o termo análise de conteúdo constitui:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2011, p. 47).

Além disso, de acordo com Gil (2002), a análise de conteúdo possibilita a descrição de um conteúdo presente numa amostra de pesquisa, podendo ser quantitativa ou qualitativa. Escolheu-se assim para apresentar neste momento do trabalho os resultados qualitativos, para assim oferecer alguns apontamentos iniciais que podem auxiliar a pesquisa sobre a definição e compreensão de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais brasileiros no campo do Jornalismo.

Os trabalhos passaram por mais uma leitura minuciosa para, assim, responder se: a definição de jornalismo independente proposta nestes trabalhos estava mais associada aos aspectos de: a) independência financeira; b) independência política; c) independência editorial e d) natureza nativa digital, e para além disso, poder verificar dentre os que conceituam, em quais autores esses conceitos são respaldados, se são autores brasileiros e/ou estrangeiros.

Na sequência, por meio da leitura dos referenciais teóricos dos trabalhos, e com todos os filtros devidamente aplicados, optou-se também por identificar na amostra selecionada, quais temas esses trabalhos abordavam quando se tratava de definir os conceitos de jornalismo

independente e jornalismo alternativo, para assim ser possível identificar quais temáticas ou assuntos predominavam nesses estudos.

Para organização final da amostra, criou-se uma tabela de cinco colunas, com as seguintes categorias: título do artigo e nome do autor ou autores, a temática dos trabalhos, como cada artigo conceituou os conceitos de jornalismo independente e jornalismo alternativo, o autor ou autores utilizados nessa conceitualização dos termos e perspectiva adotada quando problematizou-se e conceituou-se os conceitos. A tabela completa encontra-se no final do trabalho no APÊNDICE B da pesquisa, intitulado: Categorização completa final dos artigos selecionados na amostra.

A fim de propiciar uma compreensão mais concisa da coleta de dados da amostra, foi elaborada a tabela um abaixo, foi dividida em quatro colunas, a partir da categorização do: título e autor dos trabalhos, os temas de cada artigo, os autores utilizados para conceituar jornalismo independente e jornalismo alternativo e a perspectiva adotada por cada autor para problematizar e discutir os conceitos.

Tabela 1 - Categorização final dos artigos selecionados na amostra

Título e Autor	Tema	Autores (as) utilizados	Perspectiva adotada
<p>Artigo 1- Ativismo Digital Materno e Feminismo Interseccional: uma análise da plataforma de mídia independente "Cientista que virou mãe"</p> <p>Autoras: Andrea Medrado e Ana Paula Muller</p>	Ativismo digital	<p>James Bennett</p> <p>Daniela Osvald Ramos</p> <p>Egle Müller Spinelli</p>	Editorial
<p>Artigo 2- Configurações da organização tecnológica do trabalho jornalístico em rede no modelo pós-industrial: idiossincrasias e similaridades em realidades extremas</p> <p>Autores: Paula Melani Rocha e Simone Pallone de Figueiredo</p>	Modelo de Negócio	Gustavo Ribas Panacioni	Editorial

<p>Artigo 3 - Jornalismo sem fins lucrativos: transição, expansão, sustentabilidade e independência</p> <p>Autores: Fernando Oliveira Paulino e Aline Cristina Rodrigues Xavier</p>	<p>Sustentabilidade e formas de financiamento</p>	<p>Pew Research Center</p>	<p>Econômica</p>
<p>Artigo 4 - As rotinas produtivas do coletivo Mídia Ninja: narrativas jornalísticas e midiativismo</p> <p>Autores: Leonel Azevedo de Aguiar Claudia Miranda Rodrigues</p>	<p>Rotinas produtivas</p>	<p>John D. H Downing Graham Meikle Denis Moraes</p>	<p>Editorial</p>
<p>Artigo 5 - A problemática da crítica no jornalismo independente</p> <p>Autores: Marcelo Engel Bronosky Luciane Justus dos Santos</p>	<p>Ombudsman de imprensa</p>	<p>Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT)</p>	<p>Editorial</p>
<p>Artigo 6- Mídia Ninja: a narrativa fotojornalística brasileira na era digital</p> <p>Autoras: Monica Martinez e Simonetta Persichetti</p>	<p>Fotojornalismo</p>	<p>Tucker Landesman</p>	<p>Editorial</p>
<p>Artigo 7- Narratividade e autoria na pesquisa em comunicação alternativa no Brasil</p> <p>Autores: Fernando Felício Pachi Filho, João Augusto Moliani, Roseli Figaro</p>	<p>Comunicação alternativa</p>	<p>Dennis de Oliveira Alexandre Freitas Haubrich Pedro Lucas O. dos Santos Cicilia Khroling Peruzzo Bernardo Kucinski Simpson Máximo Grinberg John Downing</p>	<p>Econômica Política Editorial</p>
<p>Artigo 8- Versus: um espaço da América Latina na imprensa alternativa (1975-1979)</p> <p>Autora: Regina Aída Crespo</p>	<p>Elementos de identidade</p>	<p>Bernardo Kucinski</p>	<p>Política</p>
<p>Artigo 9- Blogs, colaborativismo e crowdfunding: novos arranjos para o livre exercício do jornalismo e a prática da cidadania</p> <p>Autora: Claudia Nonato</p>	<p>Sustentabilidade e formas de financiamento</p>	<p>Henrique Antoun Fábio Malini</p>	<p>Econômica</p>

<p>Artigo 10 - Mapeamentos iniciais do jornalismo digital independente em Mato Grosso: uma análise de autodescrições de sites</p> <p>Autores: Tamires Ferreira Coelho, Vinícius Guedes Pereira de Souza, Thays Luz Amorim, Letícia Souza Pereira</p>	Jornalismo digital	<p>Edgard Patrício Raphaelle Batista Naiana Rodrigues da Silva Aline Cristina Rodrigues Xavier Dennis Oliveira Erick Caldeira de França Evandro Assis Mariana Reis</p>	Editorial Econômica Política
<p>Artigo 11- Jornalismo Alternativo: O caso do Huffpost Brasil</p> <p>Autores: Denise Becker e Guilherme Carvalho</p>	Curadoria de conteúdo	<p>Bernardo Kucinski Maria Lúcia Becker John Downing Dennis Oliveira</p>	Editorial
<p>Artigo 12 - Jornalismo alternativo: O estilo Gonzo e as vozes da invisibilidade</p> <p>Autora: Ligia Coeli Silva Rodrigues</p>	Fontes jornalísticas	Dennis Oliveira	Editorial
<p>Artigo 13 - A educação empreendedora em questão: a experiência do curso de Jornalismo da Univ. Federal do Pampa</p> <p>Autor: Leandro Ramires Comassetto</p>	Educação empreendedora	Ignacio Ramonet	Editorial
<p>Artigo 14 - Novos ‘Arranjos Econômicos’ Alternativos Para a Produção Jornalística</p> <p>Autoras: Roseli Figaro e Claudia Nonato</p>	Mundo do trabalho	<p>Fábio Malini Henrique Antoun</p>	Econômica

Fonte: Elaborada pela autora, (2021).

3.2 ANÁLISES

Na etapa final, com os quatorze trabalhos devidamente categorizados, observou-se que quando se trata da problematização e conceitualização dos conceitos de jornalismo independente e jornalismo alternativo, as temáticas relacionadas são diversas e dinâmicas entre si. Foram encontrados nos trabalhos temas como: fotojornalismo, ativismo digital, sustentabilidade, *ombudsman* de imprensa, entre outros. O tema mais abordado dentro da amostra foi o da sustentabilidade e formas de financiamento do jornalismo, que apareceram em

dois dos quatorze trabalhos. Todos os temas abordados nos trabalhos encontram-se na figura três abaixo.

Figura 3– Nuvem de palavras com os temas encontrados em todos os trabalhos.



Fonte: Elaborado pela autora, (2021).

Já em relação aos autores e autoras utilizados para definir os conceitos e problematizá-los nos artigos pesquisados, foi encontrado um total de 25 autores (as) diferentes. No quadro três, abaixo, estão apresentados os autores mais citados na amostra e a frequência com que apareceram.

Quadro 3 - Autores mais citados nos artigos e a frequência

Autor	Total
Dennis de Oliveira	4
Bernardo Kucinski	3
John Downing	3
Fábio Malini	2
Henrique Antoun	2

Fonte: Elaborado pela autora, (2021).

Além da definição dos autores encontrados na amostra, houve dois trabalhos que fizeram uso da definição do conceito de jornalismo independente do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) e do *Pew Research Center*.

Na amostra coletada, dos quatorze artigos científicos brasileiros que conceituaram e problematizaram os conceitos de jornalismo independente e jornalismo alternativo no debate sobre nativos digitais, dez deles fizeram a discussão dos conceitos, a partir da perspectiva editorial das iniciativas analisadas. Isto significa que a perspectiva mais abordada quando se discute e procura definir os termos jornalismo independente e jornalismo alternativo no debate sobre nativos digitais é a questão editorial.

A perspectiva editorial refere-se à linha ou política editorial presente em um determinado veículo jornalístico. Diferentes estudiosos da área apresentam as duas terminologias de variadas formas, todavia a nomenclatura utilizada na atual pesquisa, e que norteou um dos critérios presentes no objetivo geral do trabalho foi linha editorial. Todo o processo de produção, edição e distribuição de conteúdos informacionais jornalísticos não ocorre de maneira neutra, dado que sofre influência de, dentre outros, elementos editoriais e mercadológicos, pelos princípios, compromissos e interesses de cada agente com assento na cadeia produtiva das notícias (ABRAMO, 1997; KARAM, 1997). A linha editorial de um veículo, pode ser observada a partir da escolha ou seleção que os jornalistas profissionais que trabalham nesses veículos podem e fazem de temas que vão ser pautados, as fontes ouvidas, o espaço dado a determinadas temáticas e a discussões sociais, entre outros procedimentos que podem identificar ou confirmar um posicionamento ou ideologia defendida pela publicação.

Nesse sentido, um dos estudiosos e pioneiros mais referenciados e que se destaca no campo da pesquisa em jornalismo no Brasil, sobre a definição da terminologia de linha editorial é José Marques de Melo. O autor define a linha editorial como “a ótica através da qual a empresa jornalística vê o mundo. Essa visão decorre do que se decide publicar em cada edição, privilegiando certos assuntos, destacando determinados personagens, obscurecendo alguns e omitindo diversos” (MARQUES DE MELO, 2003, p.75).

Assim sendo, os manuais de redação que norteiam os profissionais dos veículos jornalísticos e as linhas editoriais que são apresentadas por esses veículos para seus públicos, interferem não somente na escolha do que será ou não notícia, mas também nas formas em que serão enquadradas e direcionadas para a sociedade. A linha editorial é mensurável desde o surgimento da imprensa e alterada ou adaptada a partir da dimensão cultural e do contexto histórico em que esteve inserida. Como já foi abordado anteriormente, em um dos capítulos desta pesquisa, o processo de independência do Brasil foi complexo e teve relação direta com

o início da imprensa independente no país. Todo este cenário foi um estímulo à produção de impressos e periódicos, e de produção da imprensa local, em que devido ao momento político histórico e de difusão ideológica ocasionado, a partir da vinda da família real para o Brasil, e do início do processo de independência do país em relação a Portugal, a chamada imprensa da Independência, adotou uma postura ideológica nítida, quando defendeu e questionou a proposta de Independência do Brasil em relação a Portugal (ROMANCINI, LAGO 2007).

O conceito de jornalismo independente, como foi visto e estudado até aqui, a partir de um resgate histórico e conceitual exposto no capítulo dois desta pesquisa, carregou no início da imprensa independente, características relacionadas principalmente à perspectiva política, e às relações políticas de poder. Conquanto, foi possível verificar, diante da amostra selecionada do atual trabalho que a independência hoje, diante das iniciativas de natureza digital, pode estar mais relacionada à perspectiva editorial e não exclusivamente política partidária.

Como por exemplo, nas definições apresentadas no artigo "Configurações da organização tecnológica do trabalho jornalístico em rede no modelo pós-industrial: idiossincrasias e similaridades em realidades extremas", das autoras Paula Melani Rocha e Simone Pallone de Figueiredo, o conceito de independência foi atrelado à autonomia “na avaliação da noticiabilidade do conteúdo jornalístico, perpassando pela escolha das fontes, valor notícia e critérios de noticiabilidade, que se distanciam das lógicas adotadas dos meios tradicionais (RIBAS, 2017, p.103) ”.

Além da definição de Gustavo Ribas Panacioni utilizada pelas autoras, elas também trazem nas considerações finais do seu trabalho, a conclusão de que, a partir da pesquisa empírica feita sobre o site InfoAmazônia, jornal que foi um dos objetos de estudo do trabalho delas, foi possível observar que o veículo independente apresentou maior autonomia em relação ao desenvolvimento das pautas, com menos amarras nos poderes vigentes, sobretudo locais: econômico e político. Identificaram-se coberturas de interesse público e relevância social.

Elementos como: a autonomia em relação à escolha de pautas, a intensificação da cobertura local no chamado “jornalismo de proximidade”, jornalismo de investigação, e principalmente decisões baseadas na própria lógica desenvolvida e aplicada pelo veículo independente, como autogoverno, liberdade de administrar seu negócio jornalístico, foram elementos presentes nos trabalhos que definiram o conceito no debate sobre nativos digitais, a partir da perspectiva editorial do conceito.

A segunda perspectiva mais adotada foi a econômica, que apareceu em cinco dos quatorze trabalhos da amostra, em que foram discutidos temas relacionados à sustentabilidade,

diferentes formas de financiamento, modelo de negócio, fontes de receita, relacionando assim essas temáticas à ideia de independência. Um dos artigos em que mais se discutiu a perspectiva econômica de iniciativas nativas digitais jornalísticas independentes foi o artigo intitulado "Novos 'Arranjos Econômicos' Alternativos Para a Produção Jornalística", das autoras Roseli Fígaro e Claudia Nonato.

Nele, foi discutido sobre o mundo do trabalho do jornalista, atrelado ao uso das tecnologias digitais da comunicação para a atuação em coletivos organizados horizontalmente, em busca de independência dos grandes grupos de comunicação. O texto das autoras debate bastante sobre a viabilidade de sustentação para o trabalhador jornalista, bem como sobre as formas de financiamento dessas iniciativas, em que são apontadas por exemplo, a prática do *crowdfunding*, do colaborativo, entre outras.

Outro trabalho também relacionado às práticas de sustentabilidade dos veículos nativos digitais independentes foi o artigo dos autores, Fernando Oliveira Paulino e Aline Cristina Rodrigues Xavier, intitulado "Jornalismo sem fins lucrativos: transição, expansão, sustentabilidade e independência". Neste trabalho, a discussão foi feita a partir, principalmente, das análises feitas pelos autores dos dados e apontamentos encontrados nos relatórios de pesquisa do *Pew Research Center* e pelo *Knight Center*, especificamente nos relatórios: *Nonprofit Journalism: A Growing but Fragile Part of the U.S. News System* e *Finding e Foothold: How nonprofit news ventures seek sustainability*, ambos publicados em 2013. Nas pesquisas e relatórios sobre organizações de jornalismo sem fins lucrativos, especialmente dedicadas à investigação jornalística, o texto trouxe temas como: fontes de receita, diferentes formas de doações, tipos de financiamento de fundações, entre outros, associando a discussão como definidor de independência dos veículos estudados.

Já os trabalhos classificados sob a perspectiva política, foram os artigos, especificamente associados à comunicação alternativa e ao conceito de jornalismo alternativo que discorreram em seus textos definições relacionadas ao combate político-ideológico da mídia tradicional (KUCINSKI, 1991), à não ligação com políticas hegemônicas (KUCINSKI, 1991), mídia politicamente dissidente que articula pontos de vista dissonantes frente à grande mídia a partir de ligações horizontais com a audiência em contraste com o luxo vertical de cima para baixo da mídia impressa (MEIKLE, 2003).

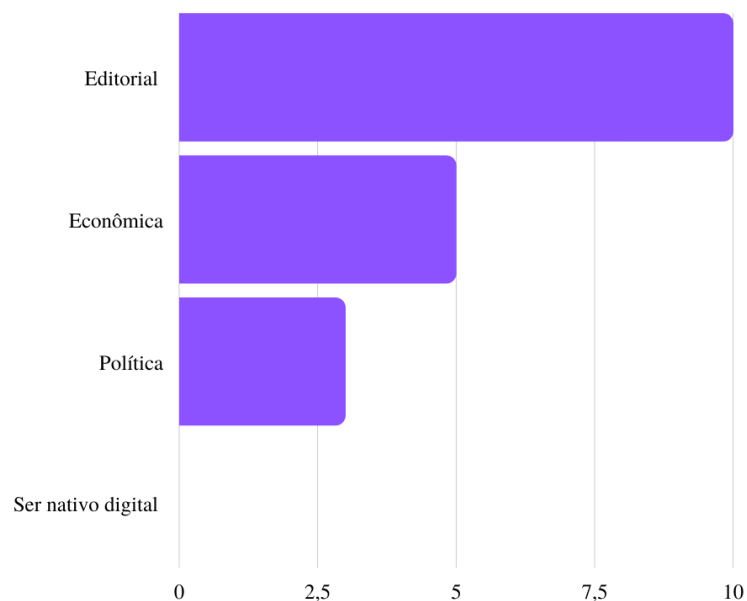
Foi possível constatar que nenhum dos autores dos trabalhos coletados na amostra tomou como justificativa ou argumento definidor de independência a natureza nativa digital dos objetos pesquisados. Em nenhum dos trabalhos essa perspectiva foi utilizada para definir

jornalismo independente ou alternativo. Este resultado traz uma reflexão importante quando se estuda o conceito de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais brasileiros.

A definição de nativo digital no jornalismo remete a veículos noticiosos nascidos, exclusivamente na era da internet (LENZI, 2019) e que trabalham com diferentes linguagens jornalísticas, explorando vários recursos multimídia, redes sociais e inovações para a construção de diversas narrativas (SAAD, GIACOMASSI, 2018), e diante da pesquisa e da amostra coletada, isso não significou um critério ou elemento definidor para se nomear um veículo como independente. Um ponto a ser considerado também neste aspecto é que, por exemplo, tem-se no Brasil, veículos nativos digitais que são ligados à mídia de legado, como os veículos G1, do grupo Globo, e R7, do Grupo Record.

Portanto, foi verificado que as perspectivas mais adotadas para a classificação dos trabalhos foram a perspectiva editorial, econômica e política. Abaixo no gráfico três encontram-se as perspectivas mais adotadas em cada trabalho e a frequência com que apareceram nos artigos científicos coletados na amostra.

Gráfico 3- Perspectivas adotadas nos artigos quando se define o conceito de jornalismo independente e alternativo com a frequência



Fonte: Dados coletados pela autora

Uma ressalva importante de se fazer é que em dois, dos quatorze trabalhos coletados, foram adotadas mais de uma perspectiva para definir e problematizar os conceitos de jornalismo independente e jornalismo alternativo. No primeiro trabalho, intitulado "Mapeamentos iniciais do jornalismo digital independente em Mato Grosso: uma análise de autodescrições de sites", dos autores Tamires Ferreira Coelho, Vinícius Guedes Pereira de Souza, Thays Luz Amorim e Letícia Souza Pereira, foi feito um mapeamento de iniciativas em que, para definir o conceito de jornalismo independente, devido à amplitude proposta no trabalho, foi trazido um número grande de definições em relação ao conceito sob variadas perspectivas de autores. Somente neste trabalho, foram adotadas três perspectivas diferentes quando se definiu o conceito de jornalismo independente: a perspectiva editorial, econômica e política.

Devido ao amplo mapeamento trazido na amostra, esse foi o trabalho, entre os coletados, que fez mais uso de diferentes autores para associar o objeto de estudo apresentado no artigo às diferentes definições do conceito de jornalismo independente. Foram utilizados oito autores distintos para fomentar a discussão sobre o conceito, entre estes estão PATRÍCIO e SILVA (2018), FRANÇA (2016), ASSIS (2017), entre outros.

O texto traz uma discussão interessante sobre o conceito associado ao cenário de iniciativas de natureza digital independentes, em todo o estado do Mato Grosso. Questões relacionadas à linha editorial, formas de financiamento, sustentabilidade e política, foram também aspectos discutidos no texto, fazendo com que na classificação da presente pesquisa, o trabalho fosse classificado a partir das três perspectivas: editorial, econômica e política.

Neste artigo, especificamente, também foi encontrado um aspecto que não foi colocado para discussão nos artigos da amostra. Os autores ressaltam no decorrer do texto que “vale destacar aqui que nem sempre o termo “independência” é usado para identificar autonomia, mas para tentar construir uma imagem credível, apagar os interesses organizacionais ou institucionais e isso varia inclusive conforme o contexto” (COELHO *et al.*, 2020, p. 364). Para elucidar a proposta de discussão no artigo, o trabalho trouxe a definição do conceito de jornalismo independente como:

[...] um conceito relacional, a independência no jornalismo pode ter diferentes significados em distintos contextos, ou ainda, ser apropriada em nome de determinados interesses. [...] Karppinen e Moe traçam as noções mais comuns ao se falar em independência no jornalismo: ausência de controle ou influência por agentes externos, capacidade de indivíduos ou organizações de tomarem decisões baseados em sua própria lógica, autogoverno, liberdade de administrar seu negócio jornalístico da maneira que convier, ou até mesmo, uma estratégia para ampliar seu público [...]. Se no Brasil, a ideia de mídia pública é a virtualidade do meio independente – afinal, não estaria nem nas mãos do Estado nem da iniciativa privada –, na Europa, independentes são os meios privados – financiados por anunciantes mas desatrelados dos governos (ASSIS *et al.*, 2017, p. 6).

Além dessa definição, entre outras associadas ao conceito, foi dado ênfase também ao aspecto econômico do conceito de jornalismo independente “[...] é o jornalismo que busca sobreviver financeiramente no mercado de trabalho, colocando em prática um modelo de negócio próprio” (FRANÇA, 2016, p. 22). Outros autores que foram citados mais de duas vezes no artigo, foram: Edgard Patrício e Naiana Rodrigues Silva, ambos compreendem “por independência, a iniciativa coletiva e sem vinculação com os tradicionais ‘proprietários’ dos veículos de comunicação. Essa última característica apontaria para outro elemento de independência, o financiamento, a partir da autossustentabilidade” (PATRÍCIO E SILVA, 2018, p. 2).

O segundo trabalho, intitulado "Narratividade e autoria na pesquisa em comunicação alternativa no Brasil", dos autores Fernando Felício Pachi Filho, João Augusto Moliani e Roseli Figaro, também devido à amplitude proposta, que relacionou as definições de jornalismo alternativo e independente a partir do espectro geral da comunicação alternativa no país, demonstrou ser necessário apresentar três perspectivas distintas para a definição do jornalismo alternativo. Consequentemente, foram utilizadas as perspectivas econômica, política e editorial na categorização final deste trabalho da amostra. Neste artigo, foram usados sete autores diferentes para problematizar e discutir comunicação alternativa e jornalismo alternativo, entre eles os mais citados foram OLIVEIRA (2011, 2012), DOWNING (2002), SANTOS (2013), KUCINSKI (1991), PERUZZO (2009), entre outros.

A discussão abordada neste artigo foi uma das mais completas sobre o conceito de jornalismo alternativo dentro do espectro da comunicação alternativa, posto que, além de traçar um percurso conceitual histórico da comunicação alternativa, também abordou e definiu o conceito. Entre as definições dadas ao conceito de jornalismo alternativo, o texto traz a de Dennis de Oliveira (2012), em que enfatiza que “o jornalismo alternativo visa reforçar valores que remetem ao interesse coletivo, como igualdade de oportunidades e radicalização da democracia” (OLIVEIRA, 2012, p. 144). Além disso, outra perspectiva que o texto traz é a de Cecília Peruzzo (2009) em que:

A imprensa alternativa reúne publicações de escopo variado, comprometidas com causas sociais, mas o vínculo direto com estas causas nem sempre é necessário. Nesse grupo, podem ser incluídas manifestações diversas de ordem político-partidária e sindical e jornais com abordagens diferenciadas em relação à grande mídia comercial. Essa classificação ainda pode incluir categorias como jornalismo de base popular, alternativo, colaborativo e autônomo (PERUZZO, 2009, pág.136).

Ademais, o artigo também traz a constatação do autor Pedro Lucas Oliveira dos Santos (2013), em que ele afirma que a imprensa alternativa abarca amplo escopo de experiências e veículos de comunicação, desde panfletos, imprensa operária e sindical, jornais de minorias,

blogs, entre outros, o que torna complexa a tarefa de construir uma delimitação consensual para o conceito.

Como foi colocado anteriormente, foram achados na amostra final desta pesquisa 25 autores diferentes que conceituaram e problematizaram os conceitos de jornalismo independente e alternativo. Entre esses 25 autores, os cinco mais citados nos artigos da amostra estão descritos no quadro três desta pesquisa, como também a frequência com que foram citados nos trabalhos. Diante desses cinco autores, três deles foram utilizados para conceituar e problematizar o conceito de jornalismo alternativo e dois foram usados para conceituar jornalismo independente.

Este resultado deu-se em função de alguns trabalhos trazerem uma multiplicidade de autores maior do que outros. Principalmente em dois dos quatorze artigos da amostra, em que foram feitas discussões conceituais densas, a partir de diferentes perspectivas do conceito de jornalismo independente e do conceito de jornalismo alternativo. Por isso, é importante observar que, quando se discutiu sobre o conceito de jornalismo independente, os autores mais citados foram Fábio Malini e Henrique Antoun. De acordo com Fábio Malini e Henrique Antoun (2013, p. 115), já existem diversas experiências, “que atuam de forma independente através de modelo aberto (sem a presença de jornalistas profissionais) ou híbrido (usuários e jornalistas profissionais), inventando um conjunto de novas práticas para a produção noticiosa”. Essa perspectiva do conceito de jornalismo independente foi atrelada à discussão de financiamento de iniciativas independentes, em que a forma de sustentabilidade associada a ela nos artigos foi o *crowdfunding*. Porém, além deles, outros autores conceituaram jornalismo independente. Abaixo, no quadro quatro estão descritos o autor e a definição dada por cada um.

Quadro 4 - Autores e como conceituam jornalismo independente

Autor	Definição
Aline Cristina Rodrigues Xavier	Administradas por equipes pequenas, formadas principalmente por profissionais de comunicação, que comumente estão mais preocupados em desenvolver produtos editoriais inovadores e de qualidade, a percepção dessas organizações como um negócio é baixa ou até mesmo ausente. Fato compreensível considerada a motivação existencial das organizações em questão. Mas a ausência de profissionais qualificados em negócios, somada ao pouco tempo dedicado ao desenvolvimento de fontes alternativas de financiamento e ao baixo investimento nas áreas de marketing e de publicidade, contribuem diretamente para a contínua dependência de uma ou duas fontes principais de receitas, geralmente baseadas em patrocínios e doações. (XAVIER, 2015, p. 72).
Edgard Patrício e Naiana Rodrigues da Silva	Por independência, entendem a iniciativa coletiva e sem vinculação com os tradicionais ‘proprietários’ dos veículos de comunicação. Essa última característica apontaria para outro elemento de independência, o financiamento, a partir da autossustentabilidade”(2018, p. 2).

Erick Caldeira de França	É aquele praticado de forma autônoma pelos profissionais jornalistas ou inclusive por não jornalistas, sem estarem ligados a veículos da mídia tradicional, nem a organizações, empresas ou partidos políticos. E que, além disso, é o jornalismo que busca sobreviver financeiramente no mercado de trabalho, colocando em prática um modelo de negócio próprio (2016, p. 22).
Evandro Assis	Palmilhar a área significa também conjugar a noção numa perspectiva mais relacional. Isto é, independência, liberdade e autonomia não se definem de forma isolada, mas na tensão com seus opostos. Só se pode afirmar que um meio é independente se observarmos seus contextos: ele depende menos do Estado do que de seus anunciantes em tal situação, e demonstra mais autonomia editorial em tal momento. No episódio seguinte, essa condição pode se alterar drasticamente (2017, p.18).
Mariana Reis	As plataformas independentes surgem em contraposição a essas plataformas tradicionais, tornando-se importantes para abranger a “multiplicidade de vozes” (2017, p. 199).
Ignacio Ramonet	Multiplicidade de veículos independentes criados e dirigidos por jornalistas”, em que se destacam a importância da retomada do jornalismo de investigação, “um gênero nobre que está desaparecendo da mídia convencional”, e a intensificação da cobertura local no chamado “jornalismo de proximidade (2013).

Fonte: Elaborado pela autora, (2021).

Além do conceito de jornalismo independente, os trabalhos investigados trouxeram também a perspectiva do conceito de jornalismo alternativo, dado que, desde o início do projeto da presente pesquisa, verificou-se que ambos os conceitos eram associados aos nativos digitais brasileiros jornalísticos. Entre os trabalhos que discutiram a ideia, quatro deles associaram e conceitualizaram a independência das iniciativas nativas digitais ao jornalismo alternativo. Também entre esses quatro, dois trabalhos tinham como objeto de estudo o coletivo Mídia Ninja.

O coletivo Mídia Ninja é uma rede de comunicação livre e descentralizada de mídia, com atuação em mais de 250 cidades no Brasil, que foi fundada em 2013 e que ganhou notoriedade nacional pela sua cobertura das manifestações de junho do mesmo ano. Na amostra coletada, o coletivo apareceu mais associado ao conceito de jornalismo alternativo. Esse resultado ocorreu devido às definições que foram problematizadas e discutidas pelos autores, como por exemplo, o midiativismo.

A Mídia Ninja, enquanto modelo de midiativismo, nos suscita a reflexão sobre a mídia alternativa na descrição cunhada por Downing (2001): mídia politicamente dissidente que articula pontos de vista dissonantes frente à grande mídia a partir de ligações horizontais com a audiência em contraste com o luxo vertical de cima para baixo da mídia impressa (MEIKLE, 2003, p. 60).

E também o espectro geral da comunicação alternativa:

A Mídia Ninja, vale sublinhar, autodeclara sua proposta de atuar no sentido de “subverter a lógica da noticiabilidade e dar voz e vez a atores sociais e temas invisibilizados pelos veículos tradicionais”. A lógica dos midiativistas enquadra-se na comunicação alternativa em rede, definida por Moraes que busca “romper crivos e controles da mídia convencional” (MORAES, 2007). Moraes (2013) salienta que o ativismo digital implica diferentes ideologias, agendas, metodologias e práticas que se evidenciam nas estratégias e recursos virtuais aplicados por cada grupo (AGUIAR e RODRIGUES, 2009, p. 164).

Em uma das discussões dos textos, foram trazidos aspectos que diferenciam o Coletivo Mídia Ninja de outros projetos independentes.

Podemos diferenciar a onda contemporânea de projetos independentes de mídia e coletivos, como Ninja, pelo seu impulso para a democratização dos meios de comunicação. Não é ideologia servida por meio da mídia, mas uma ideologia da mídia: jornalismo cidadão, participativo e com organização transparente, bem como uma rejeição de modelos de receitas à base de lucro das empresas (LANDESMAN, 2013, p. 44).

Com esses resultados obtidos, pode-se afirmar que a linha que define e separa jornalismo independente de jornalismo alternativo no debate sobre iniciativas nativas digitais é tênue. Embora, com os resultados encontrados nesta fase da presente pesquisa, seja possível traçar diferenças entre os conceitos quando associados às iniciativas nativas digitais e a definição de independência associada a elas. Como por exemplo, diante da percepção de que o conceito de jornalismo alternativo foi mais associado a aspectos relativos à comunicação alternativa e não independente, uma vez que autores como (OLIVEIRA 2012), (MORAES, 2013), (HAUBRICH, 2016) colocam que a utilização das tecnologias por iniciativas alternativas politizam com temática múltipla e em diferentes graus de autonomia e alinhamento com esferas estatais. Além disso, os estudos também afirmaram que o jornalismo alternativo visa reforçar valores que remetem ao interesse coletivo, como igualdade de oportunidades e radicalização da democracia. Posto isso, também foi possível constatar nos trabalhos, a partir dos autores e definições usadas, um reforço na aproximação do conceito mídia alternativa, mídia popular e mídia radical como equivalentes.

Apesar das pequenas oscilações que podem ser identificadas, Dennis Oliveira, o autor mais citado nos trabalhos que discutiram o conceito de jornalismo alternativo, salienta a perspectiva política e coloca que o objetivo de iniciativas assim não é de empresarial-mercantil “ou seja, o seu objetivo não é constituir um segmento de consumidores visando atender certas demandas narrativas publicitárias [...] e, principalmente, não governamental” (OLIVEIRA, 2019, p. 2).

Em um dos trabalhos coletados na amostra, enfatizou-se que os sentidos entre jornalismo alternativo e imprensa alternativa se associam, e para isso no trabalho da coleta, foi utilizada a perspectiva de Cicília Peruzzo (2009).

A corrente imprensa alternativa engloba o jornalismo alternativo praticado no contexto dos movimentos populares, em conformidade ao que nos referimos no item precedente; a imprensa “popular” (Festa, 1986) ligada a organismos comprometidos com as causas sociais, mas com publicações de porte mais bem elaborado e com tiragens maiores; a imprensa político-partidária; a imprensa sindical combativa e o jornal alternativo (Chinem, 1995; Kucinski, 1991; Intervezes, 2006; Festa, 1986) propriamente dito, caracterizado como de informação geral, à semelhança dos diários, semanários e mensários, porém com abordagem crítica (PERUZZO, 2009, p. 116).

Dos cinco autores mais citados na amostra, o segundo mais mencionado foi Bernardo Kucinski, referenciado em três dos quatorze trabalhos analisados. O autor é uma das principais referências que define e traz à tona discussões relacionadas à definição e a compreensão do conceito de jornalismo alternativo e de comunicação alternativa de modo geral.

Entre os sentidos que Kucinski relaciona à imprensa e à comunicação alternativa estão, por exemplo, o combate político-ideológico à ditadura (KUCINSKI, 1991), a não ligação da imprensa com as políticas hegemônicas e a concepção de uma esfera pública alternativa. O autor relaciona ao conceito de jornalismo alternativo, principalmente questões associadas ao ativismo, radicalização. Estes aspectos, no entanto, estão entre os menos encontrados na amostra coletada em relação à definição do conceito de jornalismo independente.

O conceito de jornalismo independente na amostra coletada, não foi associado a termos como jornalismo popular, comunitário, como também a política partidária. Tanto que, a perspectiva política, uma das utilizadas para classificar os achados da pesquisa, foi a menos adotada e quando foi, apareceu em trabalhos relacionados ao conceito de jornalismo alternativo e não ao conceito de jornalismo independente.

Como pode ser observado, o conceito de jornalismo independente trouxe certa preocupação financeira, com discussões envolvendo modelo de negócios, fontes de receita, sustentabilidade, inovação, novas e diferentes práticas de produção, sendo aspectos presentes nos trabalhos que discutiram e problematizaram o termo.

Aspectos internos como: equipes pequenas, formadas principalmente por profissionais de comunicação, mais preocupados em desenvolver produtos editoriais inovadores e de qualidade, além do jornalismo de investigação, também foram associados ao conceito de jornalismo independente.

Ao que parece, a partir da observação e análise realizada, jornalismo independente e jornalismo alternativo são conceitos que devem ser tratados e abordados de formas diferentes na área jornalística, por terem características diferentes, ainda que próximas em muitos aspectos. Dentro das diferenças e aspectos singulares de cada um, há uma percepção de que o jornalismo independente está ligado à liberdade editorial, o que não significa, necessariamente, uma postura ativista ou radical por parte do veículo noticioso.

A diversidade de definições do conceito de jornalismo independente na academia brasileira pode estar conectada à falta de clareza do próprio mercado jornalístico diante de quais critérios e aspectos, de fato, definem e nomeiam uma iniciativa nativa digital jornalística como independente no Brasil. Usando-se, por exemplo, como referência o Mapa de Jornalismo Independente apresentado pela Agência Pública, é possível verificar esta questão. Apesar de ser um dos trabalhos mais completos sobre jornalismo independente no Brasil, ainda assim, os critérios e as definições das iniciativas ali selecionadas e autodenominadas como independentes são muito gerais e dispersos para iniciativas tão diversificadas e dinâmicas entre si.

A partir de todos os trabalhos analisados nesta pesquisa, percebeu-se que um dos fatores que corroboraram e geraram dificuldades para definir o conceito de jornalismo independente foi a própria falta de especificidade e definição autodeclaradas dos próprios jornalistas. Essa é uma das questões, entre outras, que podem ser analisadas e estudadas com maior profundidade e detalhamento em pesquisas futuras.

Ainda diante da análise feita na amostra deste trabalho, verificou-se que os principais objetos de estudo dos trabalhos foram as iniciativas jornalísticas: Mídia Ninja, Nexo e Agência Lupa. Isto leva, mais uma vez, à discussão de que os critérios e as definições dessas iniciativas autodenominadas como independentes são muito amplos, uma vez que, entre os três principais exemplos vistos nos estudos há muitas diferenças.

A fim de organizar a discussão, criou-se um documento com todas as definições associadas ao conceito de jornalismo independente, que foram divididas e escritas separadamente do APÊNDICE B. A mesma coisa foi feita para todas as definições associadas ao conceito de jornalismo alternativo em outro documento separado do APÊNDICE B.

O objetivo desta divisão foi propor uma organização mais objetiva possível da separação e marcação feita nos trechos dos trabalhos que identificam essas diferenças com maior evidência. Entre as proximidades identificadas entre os conceitos, está a não vinculação com proprietários ou veículos tradicionais, aspecto que foi enfatizado em diferentes definições tanto do conceito de jornalismo independente quanto do conceito de jornalismo alternativo. Outro aspecto abordado por ambos foi a questão da transparência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao retomar a pergunta que guiou a pesquisa em questão, “A definição do conceito de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais está mais associada a quais aspectos: independência financeira, independência editorial, independência política ou natureza nativa digital?”, é possível compreender que o conceito relaciona-se, principalmente, com a questão da independência editorial.

Além disso, é importante salientar que outro aspecto que foi também considerado como definidor quando se discute sobre o conceito de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais brasileiros foi a independência financeira, dado que a segunda perspectiva mais adotada nos trabalhos foi a perspectiva econômica. Outra conclusão relevante foi que, durante a pesquisa em todos os trabalhos analisados durante a fase inicial até a sua finalização, a grande maioria dos estudos, temas e veículos analisados nos presentes trabalhos, não utilizaram como aspecto definidor de jornalismo independente, ser nativo digital ou não.

No que diz respeito aos temas dos trabalhos que discutem a noção de jornalismo independente e alternativo, foram encontrados temas relacionados ao ativismo digital, jornalismo digital, produção de reportagens investigativas, modelos de negócio, formatos, entre outros. O mais trabalhado foi o de sustentabilidade e formas de financiamento no jornalismo. Isso revela que quando se trata de jornalismo independente em iniciativas nativas digitais brasileiras, há uma preocupação e uma discussão maior em relação à autossustentabilidade, diversificação de receita e autonomia econômica dessas iniciativas.

Essa discussão em relação à sustentabilidade e às formas de financiamento das iniciativas nativas digitais, não é unicamente brasileira. Conforme, foi abordado na pesquisa essa também é uma preocupação muito discutida e vista, como um dos grandes desafios do jornalismo independente na América Latina, segundo dados coletados e analisados no relatório Ponto de Inflexão (SEMBRAMEDIA, 2017).

Outro ponto interessante a ser trazido nesta discussão, é que o conceito de jornalismo independente é associado à inovação, empreendedorismo, modelos de negócio, diferentemente do conceito de jornalismo alternativo, que foi mais associado ao midiativismo, esfera pública e à mídia radical. Embora tenham-se encontrado semelhanças, essas diferenças ficaram evidentes, principalmente, a partir dos dados coletados na categorização final da amostra da pesquisa.

As perspectivas teórico-metodológicas que permeiam os estudos relacionados ao conceito de jornalismo independente foram várias ao longo da história, mas o que se observou e foi estudado até aqui, é que as delimitações dadas ao conceito relacionam-se muito com o contexto histórico e social ao qual está inserido e a qual área do conhecimento é alocado. Visto que, o conceito de independência por si só, já é passível, nas mais diversas áreas e inclusive no jornalismo, de abarcar determinada variedade de experiências e até ser colocado com termo semelhantes de: alternativo, inovador, empreendedor, entre outros. Devido a isso, entre outros fatores, foi desafiador encontrar estudos que definiam claramente o conceito de jornalismo independente.

Sobretudo, constatou-se a partir de todos os aspectos estudados no decorrer dos três capítulos, como o processo de independência do Brasil, o surgimento da *web 2.0*, o empreendedorismo e a inovação como caminhos encontrados para as crises enfrentadas ao longo da história pela profissão, fizeram com que projetos e iniciativas jornalísticas nascidas exclusivamente na internet ganhassem espaço no país. Como também, possibilitando que novas formas de se fazer jornalismo surgissem com mais autonomia e liberdade. Ademais, é necessário ressaltar a importância dessas iniciativas diante da mídia de legado. Diferentemente desta, a grande maioria dessas iniciativas são espaço para as múltiplas vozes e atores da sociedade, trazendo assim cada vez mais discussões, temáticas e abordagens, sobretudo de minorias que não são pautadas ou não recebem o devido espaço nos veículos comunicacionais que fazem parte da mídia de legado e dos grandes conglomerados midiáticos.

Assim sendo, essas iniciativas não representam somente um caminho mercadológico e econômico encontrado diante das crises enfrentadas na profissão, mas também a busca cada vez maior por um jornalismo atrelado à democracia e a independência, para que assim a sua função social e o dever de informar diante da sociedade sejam cada vez maiores. A partir do resgate histórico e conceitual feito no decorrer dos capítulos da atual pesquisa, foi observado que, de fato, essas iniciativas trazem uma liberdade maior com relação a anunciantes e ao poder público.

É imprescindível ressaltar que esta pesquisa não traz respostas definitivas, mas que foi possível trazer alguns apontamentos para a discussão sobre de que jornalismo independente se fala quando relacionado aos nativos digitais brasileiros. A partir destes resultados obtidos, constatou-se que ainda há um caminho longo a ser percorrido em relação à organização teórica e compreensão do conceito de jornalismo independente, todavia conseguiu-se verificar alguns apontamentos para uma maior compreensão e definição do conceito diante dos nativos digitais, para assim trazer mais elementos que permitam identificar os marcadores dessa práxis jornalística.

Para trazer respostas ainda mais completas sobre estruturas, processos e elementos identitários, além dos aspectos editorial e financeiro que corroboram para a definição do conceito de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais brasileiros, pretende-se seguir com os estudos relacionados a este tema. Objetiva-se promover mais diálogos e reflexões sobre os possíveis atravessamentos, limites e perspectivas sobre o tema, para assim contribuir de maneira significativa para o campo acadêmico do Jornalismo e da Comunicação.

No decorrer desta pesquisa foi trazido um panorama geral sobre o desenvolvimento de *startups* latino-americanas, em que foi identificado, a partir do relatório Ponto de Inflexão, do *Sembramedia*, que a principal forma de financiamento dos empreendimentos nativos digitais foi a publicidade. Foi constatado também que há certa diversidade e ramificações de financiamento sendo feitas nesses projetos.

Estes dados, entre outros descritos na pesquisa, constataam que a independência financeira nos nativos digitais jornalísticos ainda precisa ser mais discutida e estudada, na medida em que, sendo a principal fonte de receita dessas iniciativas a publicidade, isso pode acarretar consequências diretas sobre o conteúdo, diminuindo assim a independência editorial dessas iniciativas. Assim, pode ser observado que há uma necessidade latente de se pensar e discutir mais sobre as formas de financiamento, os modelos de negócio e a geração de receita de iniciativas nativas digitais.

Contudo, foi verificado que o entendimento do que pode ser definido como jornalismo independente oscila de acordo com a visão de quem o conceitua, diante das iniciativas nativas digitais. Ademais, ainda é necessário aumentar e buscar na literatura da academia brasileira, mais bases conceituais sobre jornalismo independente no debate sobre nativos digitais, como por exemplo além das revistas do portal Qualis Capes, verificar todos os repositórios institucionais brasileiros, para estudar as dissertações e teses desenvolvidas, para assim ter uma amostra mais ampla e completa da compreensão do conceito na visão da academia brasileira, e que está previsto para a próxima etapa deste trabalho.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA PÚBLICA. **O Mapa do Jornalismo Independente**. Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em: 04 agosto. 2019.

ABRAMO, C. **A Regra do Jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, abr--jun 2013.

ALMEIDA, Bruno J. M. Independência do auditor em Portugal: o estudo teórico e empírico do remotness gap. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, UFSC, Florianópolis, v. 10, n. 21, p. 159-186, set./dez. 2013.

ALBERT, P.; TERROU, F. **História da imprensa**. França: Martins Fontes, 1990.

BARDOEL, J.; DEUZE, M. 'Network Journalism': Converging Competencies of Old and New Media Professionals. **Australian Journalism Review**, v. 23, n. 3, p. 91-103, 2001.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Tradução: DIAS, Maria Carmelita Pádua. Revisão técnica: VAZ, Paulo. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Resolução no 1 de 27 de setembro de 2013. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em

Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências. Disponível em:
http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=19121&Itemid=866. Acesso em: 12 de fev.2019

BRASIL. Ministério da Educação. Comissão de Especialistas. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo – Relatório. Portal do MEC, Brasília, set./2009.

BERTOCCHI, Daniela. Startups de jornalismo: Desafios e possibilidades de inovação.contemporanea | **comunicação e cultura** - v.15 – n.01 – jan-abr 2017 – 101-117. Disponível em:
<https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/21901/14436>. Acesso: 12 de març. 2021.

BRUNS, Axel. **Media Innovations, User Innovations, Societal Innovations**. The Journal of Media Innovations, 1.1, 2014. p. 13-27.

BUZALAF, Márcia. **A censura no Pasquim (1969-1975): As vozes não-silenciadas de uma geração**. 2009. 220 f. Tese (Doutorado em História)-Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2009. Orientadora: Prof^a. Dr^a. Zélia Lopes da Silva.

CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Madrid, Alianza, p. 33-259, p. 376-553, 2009.

CASTRO, Therezinha de. **Historia da civilização brasileira**. V.II República. Rio de Janeiro/São Paulo, Record, 1969.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2016.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v.1).

CARBASSE, Renaud. **Tino para os negócios e bom jornalismo? A figura do jornalista empreendedor nos debates sobre o futuro da profissão**. Brazilian Journalism Research, vol.1, n.1, p. 262-283, 2015.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CARVALHO.M. Eleonora. Jornalistas empreendedores: o segmento progressista brasileiro como nicho de mercado na web. Aurora: **revista de arte, mídia e política**, São Paulo, v.11, n.32, p. 110-127, jun.-set.2018

CANAVILHAS, J. (Org.) . **Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. 1. ed. Covilhã: Livros Labcom, 2013. 415p.

CHRISTOFOLETTI, R. . **Valores, ordenamentos de conduta e subsistência do jornalismo**. In: 20ª Reunião da Compós, 2011, Porto Alegre - RS. Anais do Encontro Anual da Compós. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2011. v. 1. p. 1-16

COHEN, Nicole S. Jornalismo Empreendedor e o estado precário do trabalho midiático. Parágrafo: **Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM**, v. 5, n. 1, p. 129-145, 2017.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Questões para um jornalismo em crise**. Florianópolis: Insular, 2015. 255 p.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**: para uso dos estudantes universitários. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

COELHO, Patrícia M. F. **OS NATIVOS DIGITAIS E AS NOVAS COMPETÊNCIAS TECNOLÓGICAS**. Pontifícia Católica de São Paulo. Volume: 5 – Número: 2. 2012
Disponível em: <http://periodicos.letras.ufmg.br/index.php/textolivres> Acesso em: 05 nov. 2019.

DEUZE, Mark. **Media Work** (Digital Media and Society). Polity, 2007.

DEUZE, M, WITSCHGE, T: **Dossiê dos Jornalistas**: O que o jornalismo está se tornando. Jul/Dez 2016, v.4, n.2.

DE TOCQUEVILLE, A. **Democracy in America**. Translation: H. Reeve. Hertfordshire: Wordsworth Editions, 1998. (Original work published in 1840).

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6 ed. São Paulo: Elsevier, 2016.

Dicionário Michaelis de Língua Portuguesa. 2 ed. São Paulo: **Editora Melhoramentos**, 2009.

EDWARDS, Paul N., 1996, **The Closed World**. Cambridge, MA, MIT Press.

FRANCISCATO, Carlos. Eduardo. **Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 7, n. 1, p. 8-18, abr. 2010. Disponível em:
<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n1p8> 23/>. Acesso em: 03. dez. 2019.

FRANCISCATO, Carlos. Eduardo. Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 7, n. 1, p. 8-18, abr. 2010. Disponível em:
<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n1p8> 23/. Acesso em: 31 jun. 2019.

FAGERBERG, Jan. Innovation: **A Guide to the Literature**. Workshop “The Many Guises of Innovation: What we have learnt and where we are heading”. Statistics Canada: Ottawa, October 2003, p. 1-22.

GADAMER, H.-G. 2002. **Acotaciones hermenéuticas**. Madrid, Trotta, 304 p.

GIACOMASSI, Fernanda. **NATIVOJOR**. Disponível em: <https://nativojor.com.br/>. Acesso em: 28. nov. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GÖRLING, S., REHN, A. Accidental ventures—A Materialist Reading of Opportunity and Entrepreneurial Potential. **Scandinavian Journal of Management** 24(2), 2008, p. 94–102

HABERMAS, J. **The philosophical discourse of modernity**. Translation: F. Lawrence. Cambridge: Polity Press, 1995. (Original work published in 1985).

HARLOW, Summer; SALAVERRÍA, Ramón. **Regenerating Journalism**: Exploring the “alternativeness” and “digital-ness” of online-native media in Latin America. In: *Digital Journalism*, 4(8), p.1001–1019, 2016.

HARVEY, D. **The condition of postmodernity**. Massachusetts: Blackwell Publishers, 1990.

HERSCHMANN, Micael; SANTOS, Suzy dos; ALBORNOZ, Luiz A. O crescimento dos observatórios no Brasil. **Observatório da Imprensa**. 09/09/2008. Disponível em: <<http://observatorioidaimpresa.com.br/armazem-literario/o-crescimento-dos-observatorios-no-brasil/>>. Acesso em: 23. jun. 2019.

INDEPENDÊNCIA. **Dicionário online Michaelis**, 20 jul. 2020. Disponível em <<http://michaelis.uol.com.br/>>. Acesso em 20 jul. 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. ampl. Ed Atual. São Paulo: Aleph, 2009.

JÚNIOR, Célio Aparecido Rosa de Araújo, et al. Marca, o Elemento de Familiarização entre Cliente e Empresa. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015. Rio de Janeiro. **Anais. Intercom**, 2015. p.1-15. Disponível em:<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3259-1.pdf>. Acesso em: 09 de fev. 2021.

JOHNSON, Steven. **Como chegamos até aqui** – a história das inovações que fizeram a vida moderna possível. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

KANT, I. *Groundwork of the metaphysic of morals*. Translation: H. Paton. New York: Harper And Row, 1964. (Original work published in 1785).

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2003, 441p.

KARAM, J.C.; CHRISTOFOLETTI, R. **Configurações políticas**. In: SILVA, G. et al. *Jornalismo Contemporâneo: figuras, impasses e perspectivas*. Salvador/Brasília: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2011. cap. Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação, p. 80-97.

KARAM, F. J. **Jornalismo, Ética e Liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

KITCHENHAM, B.A, CHARTERS, S. (2007). Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering. Retrieved from: Disponível em: www.elsevier.com.br. Acesso em: 12. set. 2019.

KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado**: Contribuição à semântica dos tempos

históricos. Rio de Janeiro: Contraponto, 2006.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Scritta, 1991.

LANDSTRÖM, H.; JOHANISSON, B. Theoretical foundation of Swedish entrepreneurship and small-business research. **Scandinavian Journal of Management**, vol. 17, 2001, p. 225-248

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LENZI, Alexandre. **Inversão de papel**. Florianópolis: Insular, 2018. 309 p.

LISBOA, S.; BENETTI, M.. Jornalismo como crença verdadeira e justificada. BJR – **Brazilian Journalism Research**, vol 11, n. 2, 2015.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo (org.). **Comunicação, hegemonia e contrainformação**. São Paulo: Cortez-Intercom, 1982, 231p.

LIMA, Venício A. O poder da mídia tradicional. **Observatório da Imprensa**. 30/03/2010. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-poder-da-midia-tradicional/>>. Acesso em: 11. dez. 2019.

LIMA, V. **Mídia, rebeldia urbana e crise de representação**. In: Cidades Rebeldes. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 89-94.

LENZI, Alexandre. **O jornalismo nativo digital do brasileiro Nexo**. 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/336899824_O_jornalismo_nativo_digital_do_brasileiro_Nexo. Acesso em: 11. dez. 2019.

LIMA, Venício A. de. **Liberdade de expressão x liberdade de imprensa: Direito à comunicação e democracia**. São Paulo: Publisher Brasil, 2010.

LONGHI, R.R. FLORES, A.M. Narrativas webjornalísticas como elemento de inovação: casos de Al Jazeera, Folha de S. Paulo, The Guardian, The New York Times e The Washington Post. **In: Intercom – RBCC**. São Paulo, v. 40, n. 1, jan/abr. 2017. P. 21-40.

LUSTOSA, Isabel. **Insultos Impressos: a guerra dos jornalistas na independência (1821-1823)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MACKENZIE, Donald, 1996, **Knowing machines: essays on technical change**. Cambridge, MA, MIT Press.

MALERBA Jurandir. As Independências do Brasil:ponderações teóricas em perspectiva historiográfica. **História**, São Paulo, v.24, N.1, p.99-126, 2005.

MARÃO, José Carlos; RIBEIRO, José Hamilton. **Realidade revista**. Santos: Realejo, 2010.

MARCONI, Paolo. **A censura política na imprensa brasileira (1968-1978)**. São Paulo: Global editora, 1980.

MACHADO, Elias. **La estructura de la noticia en las redes digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo**. (Tese de Doutorado). Universidade Autônoma de Barcelona, Barcelona, 2000.

MACHADO, Elias. SANT'ANA, Jéssica. Limitações Metodológicas na pesquisa em Jornalismo: Um estudo dos trabalhos apresentados no GT de Jornalismo da COMPÓS (2000-2010). **Anais da SBPJOR**, 2010.

MEDITSCH, Eduardo. **Pedagogia e pesquisa para o Jornalismo que está por vir**. Florianópolis: Insular, 2012.

MELO, J. M. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MICK, Jacques (Coord.) e LIMA, Samuel. **Perfil do jornalista brasileiro - Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. Florianópolis. Ed. Insular, 2013.

MILL, J. **On liberty**. London: Longmans, Green and Co., 1892.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003 - compos.org.br.

NEVES, Lúcia Maria Bastos Pereira das. **Corcundas e Constitucionais: a cultura política da independência (1820-1822)**. Rio de Janeiro: Revan: FAPERJ, 2003.

NIELSEN, Jakob. The End Of Legacy Media. **Nielsen Norman Group**, 23 ago. 1998.

O' REILLY, T. **O que é a Web 2.0: Padrões de Design e Modelos de Negócios para a Próxima Geração de Programas**. Disponível em: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>. Acesso em: 01/jun.2021.

OLIVEIRA, Andresa Caroline Lopes de; STIPP, Silvia Brandão Cuenca. Jornalismo Independente e novas narrativas: um olhar sob a série Amazônia Pública. In: XX CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 2015, Uberlândia. **Anais. Intercom**, 2015. p.1-15. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2015/resumos/R48-1257-1.pdf>. Acesso em: 11 de março de 2021.

OECD. **Governance in transition: public management reforms in OECD countries**. (Conclusions of the Public Management Committee). Paris: Puma/OECD, 1995.

PALFREY, John. GASSER, Urs. **Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração de nativos digitais**. Porto Alegre: Artmed, 2011.

PATRÍCIO, E; BATISTA, R. Elementos de identidade em iniciativas de jornalismo independente. **Extraprensa**, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 217 – 231, jan./jun. 2020. Disponível

em: <https://doaj.org/article/bb0f92ec5737484bba686dacc8718ec9> >. Acesso em: 03. fev. 2021.

PATEL, K. (2013). **Incremental Journey for World Wide Web: Introduced with Web 1.0 to Recent Web 5.0—A Survey Paper**. International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering, 3(10), 410-417.

PRENSKY, M. **Digital Native, digital immigrants. Digital Native immigrants**. On the horizon, MCB University Press, Vol. 9, N.5, October, 2001. Disponível em: <http://www.nnstoy.org/download/technology/Digital+Natives+-+Digital+Immigrants.pdf> . Acesso em: 05. nov. /2019.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na web 2.0. **E-Compós**, Brasília, v.9, p.1-21, 2007.

ROVAI, Renato. **Um novo ecossistema midiático: a história do jornalismo digital no Brasil**. Buenos Aires: Clacso, 2018, 337p.

REIS, Mariana. Comunicar, resistir: um olhar sobre as práticas discursivas em rede de jornalismo independente no Brasil. **Voze&Diálogo**. Itajaí, v. 16, n. 01, jan. /jun. 2017.

RIES, Eric. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. Tradução Texto Editores. São Paulo: Lua de Papel, 2012. Disponível em: <http://lelivros.pink/book/baixar-livro-a-startup-enxuta-ericries-em-pdf-epub-e-mobi/>>. Acesso em: 09 fev. 2021.

ROSSETTI, Regina. **Categorias de inovação para os estudos em Comunicação**. Revista Comunicação & Inovação, São Caetano do Sul, v. 14, n. 27:(63-72) jul-dez 2013.

ROMANCINI, R; LAGO,C. **História do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007. 276 p.

ROXO, Michelle; GROHMANN, Rafael. **Sentidos do Empreendedorismo no Campo Profissional Jornalístico**. Comunicom 2014. Disponível em http://www.espm.br/download/Anais_Comunicom_2014/gts/gtum/GT01_Grohmann.pdf. Acesso em: 05. dez. 2019.

SALAVERRÍA, R. (2017). Typology of Digital News Media: Theoretical Bases for their Classification. **Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication**, 8(1), 19-32.

SAAD, Elizabeth; GIACOMASSI, Fernanda. **Inovações no Jornalismo para além das tecnologias digitais**. Revista eletrônica do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Casper Líbero ANO XXI - No 41 JAN. / JUN. 2018. Disponível em: <http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/920/971>>. Acesso em: 05. fev. 2019.

SAMPAIO, RF, Mancini MC. **Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica**. Rev Bras Fisioter. 2007;11(1):83-9.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVEIRA, Sérgio. A. Cibercultura, commons e feudalismo informacional. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n.37, 2008.

SHIRKY, Clay. **Here Comes Everybody : How Digital Networks Transform Our Ability to Gather and Cooperate.** New York: Penguin Press, 2008.

SCHMIDT, Eric, COHEN, Jared. **A Nova Era Digital : como será o futuro das pessoas, das nações e dos negócios.** Rio de Janeiro : Intrínseca, 2013. 319 p.

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da Imprensa no Brasil.** 1.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

SOUZA, J.P. et al. **Imprensa e mudança: Portugal e Brasil no primeiro quartel de Oitocentos.** ed. Lisboa: ICNOVA, 2020, 231p.

STOURSUL, Tanja; KRUMSVIK, Arne H. (Org). **Media innovations: a multidisciplinary study of change.** 1.ed. Gothenburg (Suécia): University of Gothenburg , Nordicom, 2013.

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalismo, socialismo e democracia.** 4. ed. Rio de Janeiro: Editora Fundo Cultura, 1961.

PETTICREW, M. & ROBERTS, H. (2006). **Systematic reviews in the social sciences: a practical guide.** United Kingdom: Blackwell Publishing.

TEIXEIRA P. Alex F. **Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard.** Intexto, Porto Alegre, UFRGS, v.02, n.25, p. 130-146, dez. 2011.

VELOSO, M. do S. F. Imprensa e Contra-hegemonia na Amazônia: o caso do Jornal Pessoal. **Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 10, n. 21, p. 49-57, jan.-abr. 2009.

VIANNA, Jorge V. M. A Independência como conceito: o processo de emancipação política do reino do Brasil no interior do Império lusitano. **Faces da história**, Assis-SP, v.5, no 1, p. 44-64, jan-jun. 2018.

WEISE, F, Angélica. **Para compreender o jornalismo literário.** Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/_ed730_para_compreender_o_jornalismo_literario/. Acesso em: 12. out. 2020.

WU, Tim. 2012. **Impérios da Comunicação, do telefone à internet**, da AT&T ao Google (Rio de Janeiro: Zahar).

APÊNDICE A – Classificação de revistas científicas brasileiras

ISSN	Título	Classificação	Link
2175-7402	Aleu (Online)	B1	http://revistaaleu-acervo.com.puc-rio.br/cgi/ogilua.exe/systemstart.htm?pl=home
2175-1507	ALTERJUR USP	B2	http://www.revistas.usp.br/alterjur
2175-7402	Animus (Santa Maria)	B1	https://periodicos.ufsm.br/animus
1981-9854	Brazilian Journalism Research (Online)	B1	https://bjr.sbjor.org.br/bjr
16464974	Estudos em Comunicação	B2	http://ojs.labcom-ffp.ubi.pl/index.php/esc/index
1675-3475	Communicare (São Paulo)	B2	https://casperlibero.edu.br/revista-communicare/
2317-675X	Comunicação & Informação	B2	https://www.revistas.ufg.br/ci
1578-8946	Ciberlegenda (UFF. Online)	B1	https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/issue/archive
2178-0145	Contracampo	B1	http://periodicos.uff.br/contracampo
1809-9386	Contemporanea (Salvador. Impresso)	B1	https://portalseer.ufrva.br/index.php/comtemporaneaposcom
1518-8353	Comunicação & Sociedade	B1	https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO
1983-7070	Comunicação, Mídia e Consumo	A2	http://revistamc.ecom.br/index.php/revistamc
1981-6278	Comunicação Midiática	B1	http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica
1980-850X	Comunicação e Inovação	B1	http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao
1678-4588	Dados (Ciências sociais)	A1	http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_serial&pid=0011-5258&lng=pt&nm=iso
1852-4699	Conexão: Comunicação e Cultura	B1	http://www.ucs.br/et/revistas/index.php/conexao
2177-5067	Estudos em Jornalismo e Mídia	B1	https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo
1808-5245	Em questão	A2	https://seer.ufg.br/Fm/Questao/index
1980-4016	Estudos semióticos (USP)	B1	http://www.revistas.usp.br/esse/issue/archive
2175-8689	Eco-pós (Online)	B1	https://revistaecopos.eco.ufr.br/eco_pos/issue/archive
1808-2599	E-Compos (Brasília)	A2	http://www.e-compos.org.br/e-compos
1980-3729	FAMECOS	A2	http://revistaeletronicas.puers.br/ojs/index.php/revistafamecos
1982-2553	Galaxia (PUCSP)	A2	http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia
0102-6453	InterCom: revista brasileira de ciências da comunicação	A2	http://portalintercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/issue/view/140/showToc
1980-5276	Interin	B2	https://interin.utp.br/index.php/
1980-4016	In texto	B1	https://seer.ufg.br/intexto
0104-0146	Informação & sociedade: Estudos	A1	https://periodicos.ufpb.br/index.php/ies
2525-3166	Libero	B2	http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/946/504
0104-9933	Logos: Comunicação e Universidade	B1	https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/issue/archive
1981-4070	Lumina (UFJF. Online)	B1	https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/issue/archive
1414-3283	Matrizes	A2	https://www.revistas.usp.br/matrices/issue/archive
1981-4070	Organicom	B1	http://www.revistas.usp.br/organicom
1981-534	Perspectivas em ciência da informação	A1	http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci
2318-6372	QUESTÕES TRANSVERSAIS - REVISTA DE EPISTEMOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO	B2	http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/about
2238-5126	REVISTA BRASILEIRA DE HISTÓRIA DA MÍDIA	B2	https://revistas.ufpb.br/index.php/rhdm/index
2318-0889	Transinformação	A1	http://www.scielo.br/scielo.php?lng=pt&script=sci_issues&nm=iso&pid=0103-3786
1806-6925	VERSO E REVERSO (UNISINOS. ONLINE)	B2	http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso

APÊNDICE B: Categorização completa final dos artigos selecionados na amostra

Artigo nº Título/autor	Tema do artigo	Como conceitua	Autores usados	Perspectiva adotada
<p>Artigo 1- Ativismo Digital Materno e Feminismo Interseccional: uma análise da plataforma de mídia independente "Cientista que virou mãe"</p> <p>Autoras: Andrea Medrado e Ana Paula Müller</p>	<p>Ativismo digital</p>	<p>"Para muitas pessoas, a independência significa trabalhar com liberdade: liberdade do controle ou interferência do Estado, liberdade de monopólio, das forças do mercado, assim também como uma liberdade para reportar, comentar, criar e documentar sem medo de perseguição" (2015, p. 1).</p> <p>" Possuir entre suas colaboradoras permanentes escritoras com formação em jornalismo que migraram da imprensa tradicional;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funcionar a partir de ações de financiamento coletivo; • Propor que o conteúdo publicado e circulado tenha compromisso com a transparência já que as leitoras podem acompanhar mais de perto as etapas de sua produção" <p>É uma mídia independente, mas não só. É uma mídia independente produzida por mulheres mães, que fala sobre maternidade, que fala sobre a condição do feminismo no Brasil, que valoriza a infância e valoriza os Direitos Humanos. É uma alternativa à mídia que trata a mulher como produto</p>	<p>James Bennett Daniela Osvald Ramos Egle Müller Spinelli</p> <p>fundadora/declaração Lígia Moreiras Sena Fundadora, escritora e diretora executiva da plataforma CIENTISTA QUE VIROU MÃE</p>	<p>Editorial</p>
<p>Artigo 2- Configurações da organização tecnológica do trabalho jornalístico em rede no modelo pós-industrial : idiosincrasias e similaridades em realidades extremas</p> <p>Autores: Paula Melani Rocha e Simone Pallone de Figueiredo</p>	<p>Modelo de Negócio</p>	<p>"mostra, a partir de uma revisão teórica, que o conceito de jornalismo independente apresenta caracterizações de linha editorial, público e suporte econômico. O pesquisador acrescenta que há alternâncias conceituais de acordo com o autor, porém eles compartilham a ideia de desvinculação dos interesses de grupos hegemônicos de comunicação e de uma lógica comercial."Ribas (2017)</p> <p>acrescenta a busca de uma autonomia "na avaliação da noticiabilidade do conteúdo jornalístico, perpassando pela escolha das fontes, valor notícia e critérios de noticiabilidade, que se distanciam das lógicas adotadas dos meios tradicionais" (RIBAS,2017, p.103)</p>	<p>Gustavo Ribas Panacioni</p>	<p>Editorial</p>

		<p>O autor sugere ainda que o aumento de sites de jornalismo independente no Brasil, sobretudo após 2010, pode estar associado às “mudanças no mercado profissional tradicional jornalístico”, caracterizadas pelo enxugamento das redações, de cargos e de funções (RIBAS, 2017, p.82)</p> <p>“relacionou a noção de independência a projetos em plataformas digitais, de iniciação coletiva e sem vínculo com os tradicionais proprietários de veículos de comunicação”</p>	Agência Pública (2016)	
<p>Artigo 3 - Jornalismo sem fins lucrativos: transição, expansão, sustentabilidade e independência</p> <p>Autores: Fernando Oliveira Paulino e Aline Cristina Rodrigues Xavier</p>	<p>sustentabilidade/ formas de financiamento</p>	<p>“No estudo de considera independentes, (ideológica) organizações que estão dentro do regime fiscal sem fins lucrativos e não são (ideologicamente patrocinadas ou publicadas por outras instituições. Segundo o estudo, elas alinhada). se destacam das demais em diversas questões. Em geral, não começaram suas atividades a partir de uma grande doação, contam com uma diversificada gama de fontes de renda, arrecadam mais dinheiro, mantêm um número significativo de funcionários remunerados – geralmente as não-independentes trabalham com equipes formadas em sua maioria por colaboradores, devido à dificuldade de pagar salários –, são menos suscetíveis às mudanças do mercado e mais sustentáveis. Também estão mais ligadas à sua própria missão e tendem a se especializar em reportagens investigativas.” (Pew Research Center, 2011)</p> <p>“Dentro dos parâmetros adotados pela pesquisa, em síntese, uma organização para ser considerada independente teria que ser legalmente reconhecida como sem fins lucrativos e ser financeiramente autossuficiente. As vantagens em se encaixar</p>	Pew Research Center 2011 e 2013	Econômica

		<p>desta categoria ficam explícitas no comparativo entre “independentes e não-independentes”</p> <p>“Geralmente são administradas por equipes pequenas, formadas principalmente por profissionais de comunicação, que comumente estão mais preocupados em desenvolver produtos editoriais inovadores e de qualidade do que com as atividades de negócios. Mas a ausência de profissionais qualificados em negócios, somado ao pouco tempo dedicado ao desenvolvimento de fontes alternativas de financiamento e ao baixo investimento nas áreas de marketing e de publicidade, contribuem diretamente para a contínua dependência de uma ou duas fontes principais de receitas, geralmente baseadas em doações” (PEW, 2013)</p>		
<p>Artigo 4 - As rotinas produtivas do coletivo Mídia Ninja: narrativas jornalísticas e midiativismo</p> <p>Autores: Leonel Azevedo de Aguiar Claudia Miranda Rodrigues</p>	Rotinas produtivas	<p>A Mídia Ninja, enquanto modelo de midiativismo, nos suscita a reflexão sobre a mídia alternativa na descrição cunhada por Downing (2001): mídia politicamente dissidente que articula pontos de vista dissonantes frente à grande mídia a partir de ligações horizontais com a audiência em contraste com o luxo vertical de cima para baixo da mídia impressa (MEIKLE, 2003, p. 60)</p> <p>A Mídia Ninja, vale sublinhar, autodeclara sua proposta de atuar no sentido de “subverter a lógica da noticiabilidade e dar voz e vez a atores sociais e temas invisibilizados pelos veículos tradicionais”</p> <p>A lógica dos midiativistas enquadra-se na comunicação alternativa em rede, definida por Moraes que busca “romper crivos e controles da mídia convencional” (MORAES, 2007).</p>	<p>John D. H Downing Graham Meikle</p> <p>Co-Fundador Rafael Vilela/declaração</p> <p>Denis Moraes</p>	Editorial

		<p>Como percebe Moraes (2013), estes grupos politizam o uso das tecnologias com temática múltipla e diferentes graus de autonomia e alinhamento com esferas estatais.</p>		
<p>Artigo 5 - A problemática da crítica no jornalismo independente</p> <p>Autores: Marcelo Engel Bronosky Luciane Justus dos Santos</p>	ombudsman de imprensa	<p>“Independente Se configura na literatura como desvinculação política e econômica, como compromisso autocentrado, mais especificamente, no caso do jornalismo, “independente” restringe-se a não vinculação com os interesses políticos vigentes e à ideia de neutralidade.”</p> <p>Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT)</p> <p>“alternativo: Remete à experiência histórica daqueles que buscaram construir meios de comunicação contra-hegemônicos; ou ao menos alternativos a um outro constituído; para alguns, aproxima-se em alguma medida da formulação de popular”</p> <p>Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) Contextualizar</p>	<p>Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT)</p>	Editorial
<p>Artigo 6 - Mídia Ninja: a narrativa fotojornalística brasileira na era digital</p> <p>Autoras: Monica Martinez Simonetta Persichetti</p>	fotojornalismo	<p>Podemos diferenciar a onda contemporânea de projetos independentes de mídia e coletivos, como Ninja, pelo seu impulso para a democratização dos meios de comunicação. Não é ideologia servida por meio da mídia, mas uma ideologia da mídia: jornalismo cidadão, participativo e com organização transparente, bem como uma rejeição de modelos de receitas à base de lucro das empresas (Landesman, 2013, pág.44)</p>	Tucker Landesman	Editorial
<p>Artigo 7- Narratividade e autoria na pesquisa em comunicação alternativa no Brasil</p>	comunicação alternativa	<p>“caracterizando-o como oposição à tendência de legitimar e institucionalizar determinadas fontes e vozes no debate público.”</p>	<p>Dennis de Oliveira Alexandre Freitas Haubrich Pedro Lucas Oliveira dos Santos</p>	Econômica Política

<p>Autores: Fernando Felício Pachi Filho, João Augusto Moliani, Roseli Figaro</p>		<p>Oliveira (2011)</p> <p>“o jornalismo alternativo visa reforçar valores que remetem ao interesse coletivo, como igualdade de oportunidades e radicalização da democracia.” Oliveira (2012)</p> <p>“por sua vez, entende os conceitos de mídia alternativa, mídia popular e mídia radical como equivalentes, apesar das pequenas oscilações que podem ser identificadas conforme os autores consultados.” Haubrich (2016)</p> <p>“afirma que a imprensa alternativa abarca amplo escopo de experiências e veículos de comunicação, desde panfletos, imprensa operária e sindical, jornais de minorias, blogs, entre outros, o que torna complexa a tarefa de construir uma delimitação consensual para o conceito” Santos (2013)</p> <p>“pretende ser uma opção como canal de expressão e de conteúdos informativos em comparação à grande mídia comercial e à mídia pública de tendência conservadora. Partindo desse pressuposto vem se desenvolvendo ao longo da história uma práxis comunicacional – teoria e prática – diversa e que se modifica em conformidade com o contexto histórico em que se realiza.” Peruzzo (2009: 133)</p> <p>“A imprensa alternativa, na visão de, é aquela que não tem ligações com as políticas hegemônicas.” Kucinski (1991)</p> <p>“Nesse sentido, essa comunicação se configura como “antídoto frente</p>	<p><i>Cicilia Khroling Peruzzo</i> Bernardo Kucinski Simpson Máximo Grinberg John Downing</p>	<p>Editorial</p>
---	--	--	---	------------------

		<p>ao monopólio da palavra por parte dos que usufruem do poder político e econômico” (Ibid.: 18) Grinberg (1987)</p> <p>“A corrente imprensa alternativa engloba o jornalismo alternativo praticado no contexto dos movimentos populares, em conformidade ao que nos referimos no item precedente; a imprensa “popular” (Festa, 1986) ligada a organismos comprometidos com as causas sociais, mas com publicações de porte mais bem elaborado e com tiragens maiores; a imprensa político-partidária; a imprensa sindical combativa e o jornal alternativo (Chinem, 1995; Kucinski, 1991; Intervezes, 2006; Festa, 1986) propriamente dito, caracterizado como de informação geral, à semelhança dos diários, semanários e mensários, porém com abordagem crítica.” Peruzzo (2009:136)</p> <p>“O conceito de mídia alternativa radical refere-se na visão do autor, o que as define é seu caráter contra-hegemônico, termo desenvolvido a partir dos estudos de Gramsci (2002).” John Downing (2002)</p>		
<p>Artigo 8 - Versus: um espaço da América Latina na imprensa alternativa (1975-1979) Autora: Regina Aída Crespo</p>	Elementos de identidade	<p>“A imprensa alternativa se identificava com o combate político-ideológico à ditadura. Criticava o projeto econômico do governo, em oposição à euforia gerada pelo milagre brasileiro, e denunciava a tortura e as violações dos direitos humanos, tema ausente nos grandes jornais” Kucinski (1991:xiii)</p>	Bernardo Kucinski	Política

<p>Artigo 9 - Blogs, colaborativismo e crowdfunding: novos arranjos para o livre exercício do jornalismo e a prática da cidadania</p> <p>Autora: Claudia Nonato</p>	<p>sustentabilidade/ formas de financiamento</p>	<p>“atuam de forma independente através de modelo aberto (sem a presença de jornalistas profissionais) ou híbrido (usuários e jornalistas profissionais), inventando um conjunto de novas práticas para a produção noticiosa”</p> <p>Segundo Malini e Antoun (2013, p.115)</p>	<p>Henrique Antoun Fábio Malini</p>	<p>Econômica</p>
<p>Artigo 10 - Mapeamentos iniciais do jornalismo digital independente em Mato Grosso: uma análise de autodescrições de sites</p> <p>Autores: Tamires Ferreira Coelho, Vinícius Guedes Pereira de Souza, Thays Luz Amorim, Leticia Souza Pereira</p>	<p>jornalismo digital</p>	<p>“é definido como aquele que oferece um contraponto às mídias convencionais, desvinculado de grandes empresas, aproximando-se de um fazer jornalístico autônomo, como apontam Patrício e Batista (2017), e podendo ou não interferir nas possibilidades de inovação”</p> <p>Patrício e Batista (2017)</p> <p>“Por independência, entendem a iniciativa coletiva e sem vinculação com os tradicionais ‘proprietários’ dos veículos de comunicação. Essa última característica apontaria para outro elemento de independência, o financiamento, a partir da autossustentabilidade”.</p> <p>Patrício e Silva (2018, p. 2)</p> <p>“qualifica como independentes principalmente as iniciativas jornalísticas sem fins lucrativos, como a própria Pública.”</p> <p>Aline Xavier (2015)</p> <p>Administradas por equipes pequenas, formadas principalmente por profissionais de comunicação, que comumente estão mais preocupados em desenvolver produtos editoriais inovadores e de qualidade, a percepção dessas organizações como um negócio é baixa ou até mesmo ausente. Fato compreensível considerada a motivação existencial das organizações em questão. Mas a ausência de profissionais qualificados em negócios, somada ao pouco tempo dedicado ao desenvolvimento de fontes alternativas de financiamento e ao baixo investimento nas áreas de marketing e de publicidade,</p>	<p>Edgard Patrício Raphaelle Batista Naiana Rodrigues da Silva Aline Cristina Rodrigues Xavier Dennis Oliveira Erick Caldeira de França Evandro Assis Mariana Reis</p>	<p>Editorial Econômica Política</p>

		<p>contribuem diretamente para a contínua dependência de uma ou duas fontes principais de receitas, geralmente baseadas em patrocínios e doações</p> <p>(XAVIER, 2015, p. 72).</p> <p>O jornalismo alternativo tem uma característica não institucional, isto é, ele não se apresenta como porta-voz de organizações partidárias quaisquer que sejam; não empresarial-mercantil, ou seja, o seu objetivo não é constituir um segmento de consumidores visando atender certas demandas narrativas publicitárias (embora, eventualmente, ele possa buscar apoios financeiros para sua sustentação) e, principalmente, não governamental.</p> <p>(OLIVEIRA, 2019, p. 2).</p> <p>Ousamos dizer que o jornalismo independente é aquele praticado de forma autônoma pelos profissionais jornalistas ou inclusive por não jornalistas, sem estarem ligados a veículos da mídia tradicional, nem a organizações, empresas ou partidos políticos. E que, além disso, é o jornalismo que busca sobreviver financeiramente no mercado de trabalho, colocando em prática um modelo de negócio próprio.</p> <p>(FRANÇA, 2016, p. 22).</p> <p>“Entendida aqui como um conceito relacional, a independência no jornalismo pode ter diferentes significados em distintos contextos, ou ainda, ser apropriada em nome de determinados interesses. [...] Karpinnen e Moe traçam as noções mais comuns ao se falar em independência no jornalismo: ausência de controle ou influência por agentes externos, capacidade de indivíduos ou organizações de tomarem decisões baseados em sua própria lógica, autogoverno, liberdade de administrar seu negócio jornalístico da maneira que convier, ou até mesmo, uma estratégia para ampliar seu público [...]. Se no Brasil, a ideia de mídia pública é a virtualidade do meio independente – afinal, não estaria nem nas mãos do Estado nem da iniciativa privada –, na Europa, independentes são os meios privados, financiados por anunciantes mas desatrelado dos governos.”</p>		
--	--	---	--	--

		<p>(ASSIS et al, 2017, p. 6; 17).</p> <p>“de forma que as plataformas independentes surgem em contraposição a essas plataformas tradicionais, tornando-se importantes para abranger a “multiplicidade de vozes”</p> <p>(REIS, 2017, p. 199)</p> <p>“Palmilhar a área significa também conjugar a noção numa perspectiva mais relacional. Isto é, independência, liberdade e autonomia não se definem de forma isolada, mas na tensão com seus opostos. Só se pode afirmar que um meio é independente se observarmos seus contextos: ele depende menos do Estado do que de seus anunciantes em tal situação, e demonstra mais autonomia editorial em tal momento. No episódio seguinte, essa condição pode se alterar drasticamente”</p> <p>(ASSIS et al, 2017, p.18).</p>		
<p>Artigo 11 - Jornalismo e curadoria: O caso do Huffpost Brasil</p> <p>Autores: Denise Becker e Guilherme Carvalho</p>	Curadoria de conteúdo	<p>jornalismo alternativo “com as organizações e movimentos a eles ligados, uma esfera pública alternativa à esfera pública burguesa.”</p> <p>(KUCINSKI apud BECKER, 2009, p.282).</p> <p>Downing (2002) identifica algumas práticas de mídia radical alternativa como parte integrante de um contexto histórico, que se propaga em diversos países, em momentos distintos. A mídia radical tem o papel de “quebrar o silêncio, refutar as mentiras e fornecer as verdades.” (DOWNING, 2002; p.49),</p> <p>Ou seja, o modelo alternativo constitui um modo diferente de difusão de informações.</p> <p>A mídia radical tem a missão não apenas de fornecer ao público os fatos que lhe são negados, mas também pesquisar novas formas de desenvolver uma perspectiva de questionamento do processo</p>	<p>Bernardo Kucinski Maria Lúcia Becker John Downing Dennis Oliveira</p>	Editorial

		<p>hegemônico e fortalecer o sentimento de confiança do público em seu poder de engendrar mudanças construtivas.</p> <p>(DOWNING, 2002; P. 49)</p> <p>Nesta percepção do jornalismo alternativo como oposição à ordem, Oliveira (2009) procura definir esta prática como: Perspectiva de reconstrução da esfera pública a partir dos valores da igualdade de oportunidades, da equidade, da democracia radical e da subordinação dos interesses econômico-privados aos interesses coletivos. [...] passa pela abertura dos espaços midiáticos a todos os segmentos sociais, rompendo com o cerco da agenda de fontes oficiais, pela plena referência na produção das informações no sujeito- cidadão e não no sujeito-consumidor.</p> <p>(OLIVEIRA, 2009; p.6).</p>		
<p>Artigo 12 - JORNALISMO ALTERNATIVO: O ESTILO GONZO E AS VOZES DA INVISIBILIDADE</p> <p>Autora: Ligia Coeli Silva Rodrigues</p>	Fontes jornalísticas	<p>“[...] reconstrói uma relação com o outro dentro de uma dimensão de intersubjetividade, procurando romper a lógica de objetificação inerente à ideia de que o receptor é meramente um consumidor”</p> <p>(ATTON apud OLIVEIRA, 2009: 7)</p>	Dennis Oliveira	Editorial

<p>Artigo 13- A educação empreendedora em questão: a experiência do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa</p> <p>Autor:Leandro Ramires Comassetto</p>	<p>Educação empreendedora</p>	<p>Tanto que o mundo todo, nos últimos anos, tem visto surgir “uma multiplicidade de veículos independentes criados e dirigidos por jornalistas”, em que se destacam a importância da retomada do jornalismo de investigação, “um gênero nobre que está desaparecendo da mídia convencional”, e a intensificação da cobertura local no chamado “jornalismo de proximidade” (RAMONET, 2013)</p>	<p>Ignacio Ramonet</p>	<p>Editorial</p>
<p>Artigo 14 - Novos 'Arranjos Econômicos' Alternativos Para a Produção Jornalística</p> <p>Autoras:Roseli Figaro* Claudia Nonato</p>	<p>Modelos de Negócio</p>	<p>“ já existem diversas experiências, “que atuam de forma independente através de modelo aberto (sem a presença de jornalistas profissionais) ou híbrido (usuários e jornalistas profissionais), inventando um conjunto de novas práticas para a produção noticiosa”</p> <p>Segundo Malini e Antoun (2013, p.115)</p>	<p>Fábio Malini Henrique Antoun</p>	<p>Econômica</p>

ANEXO A – Declaração de originalidade e autoria


DECLARAÇÃO DE AUTORIA E ORIGINALIDADE

Eu, Raísa Moreira Gosch, aluna regularmente matriculada no Curso de Jornalismo da UFSC (JOR/CCE/UFSC), matrícula 17101612, declaro para os devidos fins que o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado “O conceito de jornalismo independente no debate sobre nativos digitais brasileiros” é de MINHA AUTORIA e NÃO CONTÉM PLÁGIO.

Estou CIENTE de que em casos de trabalhos autorais em que houver suspeita de plágio será atribuída a nota 0,0 (zero) e que, adicionalmente, conforme orientação da Ouvidoria e da Pró-Reitoria de Graduação (Prograd), “em caso de suspeita ou verificação de plágio, o professor deverá notificar o Departamento no qual está lotado para as providências cabíveis”.

Autorizo a publicação do TCC no Repositório Digital da UFSC.

Florianópolis, 13 de Maio de 2021

 Documento assinado digitalmente
Raísa Moreira Gosch
Data: 03/05/2021 07:57:18-0000
CPF: 197.624.309-88
Verifique as assinaturas em <https://sistema.ufsc.br>

Assinatura