

Territorialidade, financiamento e jornalismo independente no Nordeste do Brasil

Edgard Patrício

Resumo:

Patrício e Batista (2017, 2020) recensaram os elementos de identidade jornalística presentes nas autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. Um desses elementos seria o contraponto estabelecido entre centro *versus* periferia, entre mídia independente e mídia convencional. Essa constatação levou Silva e Patrício (2019) a se debruçarem sobre a regionalidade como fator de produção do jornalismo nas iniciativas independentes, num contexto de intensificação tecnológica digital. Foram identificados marcadores territoriais no *ethos* discursivo dessas iniciativas. Esse artigo avança no sentido de perceber possíveis relações entre esses marcadores territoriais e as estratégias de sustentabilidade financeiras de iniciativas de jornalismo independente. A partir da análise da atuação de seis iniciativas de jornalismo independente do Nordeste do Brasil, constatou-se que os apoios locais que possibilitam sua sustentabilidade financeira dialogam diretamente com esses marcadores territoriais.

Palavras-chave: Jornalismo independente. Financiamento. Territorialidade.

Territoriality, financing and independent journalism in Northeast Brazil

Abstract:

Patrício and Batista (2017, 2020) identified the elements of journalistic identity present in the self-narratives of independent journalism production groups on digital platforms. One of these elements would be the counterpoint established between center versus periphery, between independent media and conventional media. This finding led Silva and Patrício (2019) to focus on regionality as a production factor of journalism in independent initiatives, in a context of digital technological intensification. Territorial markers were identified in the discursive ethos of these initiatives. This article advances in the sense of perceiving possible relationships between these territorial markers and the financial sustainability strategies of independent journalism initiatives. From the analysis of the performance of six independent journalism initiatives in the Northeast region of Brazil, it was found that it's the local support that enables their financial sustainability dialogue directly with these territorial markers.

Keywords: Independent Journalism. Funding. Territoriality.

Recebido em: 22.11.21
Aprovado em: 20.05.22

Edgard Patrício

Jornalista, doutor em Educação. Professor do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Ceará (UFC). Coordenador do grupo de pesquisa Práxis no Jornalismo (PráxisJor).

E-mail: edgard@ufc.br

Estudos em Jornalismo e Mídia
v. 19, n. 2, jul./dez. 2022.
ISSNe 1984-6924

Introdução

Patrício e Batista (2017, 2020), ao analisarem elementos de identidade jornalística presentes em iniciativas de jornalismo independente em plataformas digitais, depararam-se, a partir das autonarrativas vinculadas a essas iniciativas, com a percepção da própria noção de independência, vinculada a seus projetos. Embora catalogadas como jornalismo independente, pelo mapa¹ elaborado pela Agência Pública, as iniciativas muitas vezes não conseguiam explicitar, em seu próprio discurso, qual vinculação teriam com essa pretensa ‘independência’. De certa maneira, a conjugação das características elencadas pela *Agência Pública*, para que as iniciativas figurassem em seu mapa, poderiam fortalecer essa classificação. Mas o mesmo não se verificava.

Mas uma característica que atravessava o discurso das iniciativas estava bem presente. Ela dava conta da explicitação do embate entre centro *versus* periferia como princípio de atuação dos grupos de produção, estabelecendo uma oposição correlata entre mídia convencional e mídia independente. O artigo ainda chama atenção para o fato de que, mesmo que essas iniciativas sejam associadas a plataformas digitais, o parâmetro ‘localização física’ ainda fosse apropriado como definição de independência jornalística, conquanto a oposição acima indicada ainda se espraiasse para o terreno simbólico, do marginalizado socialmente.

Foi essa aparente contradição que levou Silva e Patrício (2019) a se debruçarem sobre o *ethos* discursivo dessas iniciativas, em busca de seus marcadores de territorialidade. Para além da oposição centro *versus* periferia, sobressaiu-se uma subdivisão de espaço delimitado, indo de um bairro, passando por uma cidade e chegando a ‘zonas’ de atuação, como as regiões periféricas. Foi constatado que essa delimitação de ‘ocupação’ está quase sempre vinculada a uma percepção de identidade cultural. Daí, as indagações brotaram. Como esses marcadores de ‘territórios’ impactam a própria ideia de independência dessas iniciativas, estabelecendo zonas de conflito nessa percepção? Como essas ‘regionalidades’ ditam o funcionamento dessas organizações? Mais ainda, como impactam, de forma mais específica, a ‘qualificação’ do jornalismo, outra marca dos *ethé* reconhecidos pelos grupos?

Os reflexos dos marcadores territoriais nas dimensões de independência apresentadas pelas iniciativas são o desdobramento visível que se insinuava para os próximos passos da pesquisa. Considerando a importância da especificidade regional para os estudos sobre a produção do jornalismo, levando-se em consideração a pesquisa de trajetórias profissionais (PONTES, 2017), para esse artigo, especificamente, tentamos estabelecer um recorte sobre os impactos desses marcadores físico-simbólicos de regionalidades na sustentabilidade financeira das iniciativas e sobre a práxis de seu jornalismo.

Financiamento no jornalismo

A discussão sobre a crise pela qual passa o jornalismo seria bem mais tranquila se compreendêssemos a atividade jornalística no âmbito de um fenômeno do vir-a-ser, inacabado, como todos os processos sociais (DEUZE, WITSCHGE, 2016). Pelo menos essa dimensão seria esvaziada de uma visão negativista, percebendo-se a produção jornalística como um devir. Mas, mesmo o redirecionamento da percepção não inibe a necessidade de se refletir sobre as transformações, ou ‘crises’, pelas quais passa o campo, e toda sua multiplicidade de causalidades (CHRISTOFOLETTI, 2019), incluindo a própria gestão de governança das empresas e sua credibilidade (MICK, TAVARES, 2017). Outra constatação é que, das diversas dimensões e causalidades da crise, o financiamento ganha destaque, frente à centralidade para o funcionamento dos empreendimentos.

¹ Disponível em: <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 24 ago. 2021.

Mas, que fatores impactam o financiamento da atividade jornalística? Se nos ampararmos no modelo tradicional de financiamento do jornalismo, em sua fase industrial, o conjunto de variáveis que a estrutura de gestão financeira tinha que manipular era reduzido, principalmente devido à centralidade da mídia impressa. Os espaços publicitários eram precificados “pela tiragem/alcance da publicação e o perfil demográfico, de gênero e socioeconômico desse público. Era uma equação de poucas variáveis e que oferecia uma ampla zona de conforto para os gestores desses meios” (MARCONDES, 2018, p. 90-91).

A inserção intensiva da tecnologia nos processos produtivos do jornalismo, a multiplicidade de fontes de informações acessíveis, a possibilidade de cruzamento dos conteúdos dos informes produzidos, todos esses e outros fatores num cenário de hiperconcorrência, ao qual vieram se somar os meios nativos digitais, estabeleceu uma correlação e um atrelamento ainda mais próximos entre gestão, credibilidade e financiamento. “(...) os modelos de negócios tradicionais do jornalismo são (parcialmente) responsáveis pelo declínio da credibilidade da imprensa, e penso que é possível que novos modelos possam ajudar a recuperá-la” (ANDERSON *apud* COSTA, 2014, p. 9).

A venda de publicidade sofreu o baque da distribuição gratuita da informação, cultura incentivada pelas próprias empresas jornalísticas convencionais quando da passagem das plataformas de distribuição analógicas para as digitais. E o modelo historicamente praticado de financiamento entra em colapso (SOUZA, 2017). Novos âmbitos de relacionamento foram estabelecidos entre produtores e consumidores da informação jornalística.

A transição também pode ser momento propício a contradições, frente às incertezas presentes nos processos de inovação. Patrício e Batista (2017, 2020) perceberam que as dimensões de independência das iniciativas de jornalismo, que analisaram, se vinculam a princípios muitas vezes presentes na prática do jornalismo das empresas convencionais. Mesmo modelos mais inovadores de estruturação ainda estão aquém de outras áreas. Por exemplo, as *startups* de jornalismo, que, no caso brasileiro, “não necessariamente apresentam modelo com potencial inovador; dificilmente recebem investimentos agressivos para escalar de forma global; e, por consequência, ainda não inauguram de fato um novo mercado informativo” (BERTOCCHI, 2017, p. 113).

Se no momento atual os empreendimentos jornalísticos convencionais sofrem com a crise de financiamento, quando pensamos na sustentabilidade financeira da mídia independente a crise deixa de ser conjuntural, e passa a adquirir o caráter estrutural, e histórico. Atravessada por um posicionamento de enfrentamento político aos regimes e governos de plantão, e pugnando por processos de transformação social, em favor dos marginalizados, à mídia independente não é possibilitada tomar parte das generosas verbas publicitárias que os governantes manipulam como forma de pressão política. Se o financiamento da mídia independente não é levado em consideração por políticas públicas governamentais, menos ainda entra no arco publicitário das empresas.

Diversidade no financiamento

A nova ambientação da produção da informação jornalística, associada a plataformas digitais, poderia significar algum alento para o financiamento da mídia independente? Rocha e Bitar (2017, p. 8) acreditam que “(...) o meio jornalístico atual se torna um terreno fértil para mudanças, criatividade e inovação, principalmente no que diz respeito às iniciativas independentes que fogem do financiamento tradicional e da histórica dependência da publicidade”. Uma das formas inovadoras poderia estar vinculada ao financiamento coletivo.

Mas a realidade traz alguns senões. Estudo realizado pela Sembramedia

(2017), com 100 iniciativas de jornalismo nativas digitais de quatro países da América Latina (Brasil, Argentina, Colômbia e México), identificou uma diversificação de receitas como chave para o sucesso dos empreendimentos. Foram identificados mais de 15 tipos diferentes de fontes de receita, incluindo eventos, treinamentos, assinaturas, *crowdfunding* e publicidade nativa. Mas a estrutura disponibilizada para a gestão de financiamento compromete os resultados de mobilização de recursos. Das iniciativas analisadas, 52% não têm ninguém trabalhando na geração de receitas, a não ser o fundador, derivando, daí, a taxa de mortalidade desses empreendimentos. Ao mesmo tempo, 16% afirmaram não ter gerado receita em 2016 e 20% reportaram mais de 200 mil dólares em receita publicitária no mesmo ano.

Fíguro (2018) também encontrou a diversidade de estratégias de financiamento no que denomina de ‘arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia’, especificamente no estado de São Paulo. A partir do questionamento ‘quais as formas de sustentação da iniciativa/arranjo’ foram diagnosticados processos vinculados à publicidade, doações de pessoas físicas e jurídicas, venda de conteúdo, cursos, assinantes, editais públicos, recursos próprios do fundador ou cofundador, financiamento coletivo, trabalho voluntário, apoio/patrocínio, parcerias/projetos e outras atividades complementares. Ou seja, articulam-se já conhecidas estratégias de financiamento vinculadas ao período industrial do jornalismo, soam-se iniciativas gestadas no período de fortalecimento da atuação das organizações não governamentais (ONGs) no Brasil e incorporam-se procedimentos derivados das facilidades proporcionadas pela inserção tecnológica e redes sociais digitais.

Se a diversidade de estratégias de financiamento aponta uma fortaleza na sustentabilidade das iniciativas, frente a não dependência de poucas fontes, essa ‘inventividade’ na captação de recursos financeiros pode sugerir potenciais desafios. Editais públicos, por exemplo, sejam de organismos estatais ou privados, quase sempre estão vinculados a recursos públicos, sejam por dotações orçamentárias dos entes governamentais, sejam por renúncia fiscal dos governos em relação às empresas. O acesso a essas fontes gera uma tripla especificidade para a equipe de gestão dos recursos. Quando da captação, pelas normas específicas estabelecidas pelas leis de responsabilidade fiscal; no momento do gasto do recurso, pelas especificidades das rubricas em que os recursos necessariamente terão que ser alocados; e na fase final do ciclo de gastos, na prestação de contas, necessária ao processo da iniciativa se postar como adimplente frente à continuidade do apoio.

Outra dimensão aponta à discussão – a repercussão das novas formas de financiamento sobre o conteúdo do material jornalístico produzido pelas iniciativas, que têm na independência uma das mais fortes dimensões de seus *ethé*. Até que ponto o apoio institucional a projetos editoriais específicos pode descambar para produções de *branded content*, ou conteúdos vinculados a uma marca específica, e comprometer a credibilidade das iniciativas e sua independência? “A diversificação e a prática editorial subsidiada de forma cruzada parecem fundamentais para a sobrevivência; até que ponto isso contribui para um comprometimento potencial dos padrões e valores jornalísticos, ainda não se sabe”² (WAGEMANS; WITSCHGE; DEUZE, 2016, p. 161). Uma preocupação que já se faz sentir em ambientes onde a reestruturação produtiva do jornalismo acumulou mais expertises.

Essas dificuldades, de certa forma, já rondavam os jornalistas que se estabeleceram de forma individualizada, a partir de trabalhos *freelancer*, em épocas anteriores, e que podem representar questionamentos à atuação das iniciativas de jornalismo independente, quando açodadas pela premência de recursos financeiros. A relação financiamento e ética sempre foi um questionamento dirigido ao jornalismo convencional. Em torno do jornalismo independente, mais necessária ainda essa discussão.

Financiamento e territorialidades

² “Diversification and cross-subsidizing editorial practice seem key to survival; the extent to which this contributes to a potential compromising of journalistic standards and values remains to be seen.” (texto original).

Ao estudar a identidade jornalística ‘contemporânea’ acabamos por entender “o que eles fazem, como eles fazem e que significado esse fazer possui para a sociedade em que vivemos” (LOPES, 2013, p. 17). Desse modo, nos parece apropriado equilibrar a análise ora no ambiente de processos de produção do jornalismo, ora no discurso produzido e assumido por esses jornalistas, que podem dar conta dessas transformações e seus reflexos em sua própria identidade. O fato é que as transformações no jornalismo são perceptíveis. Percebendo a identidade como um processo de pertencimento a uma comunidade de ideias e princípios (BAUMAN, 2005), essa compreensão se aproxima da noção de ‘territorialidade’.

A noção de território como espaço de uso (RAFFESTIN, 1993; SANTOS, 2006; MASSEY, 2008) infere dinâmica às relações sociais. Nesse sentido, o território é múltiplo, diverso e complexo (HAESBAERT, 2004). Por conseguinte, “as territorialidades abarcam dinâmica que implicam as relações sociais, políticas, econômicas e culturais e que trazem em seu cerne a questão das formas de organização da vida em comum, atravessadas pelo poder, pelo controle, pelas ritualizações, pela linguagem e a técnica (...)” (REIS; ZANETH, 2017, p. 22). Para uma distinção ainda mais evidente, “consideramos territórios como acontecimentos que resistem por um tempo, aderindo a substratos espaciais que podem ser tangíveis ou não, enquanto que territorialidades se referem aos processos, ordens e valores que os sustentam” (*Idem*, p. 24), “gerando sentimentos de pertença e criando a noção do que é familiar, próprio, próximo” (*Idem*, p. 25). Pertença, proximidade, compartilhamento, ideias, valores são palavras-chave lembradas quando nos referimos ora às identidades, ora às territorialidades.

Com a mediação do espaço virtual nessas dinâmicas, passou-se a considerar a possibilidade de múltiplas territorialidades, dado que a virtualidade pressupõe a emergência de múltiplos territórios. O espaço físico não consegue ser mais o único palco onde se desenrolam as relações sociais. Nessa multiterritorialidade, “prevalencem elementos que provêm da linguagem, do signo, dos discursos, da esfera dos agenciamentos expressivos, produzindo conexões que criam processos de identificação e assim constituem territórios” (REIS; ZANETH, 2017, p. 28). Entre esses processos, que se vinculam com as territorialidades, estaria a comunicação, e, de forma mais específica, o jornalismo. Um dos aspectos perceptíveis desses movimentos estaria na ‘mídiatização’ (SODRÉ, 2014), em que o jornalismo reflete e refrata a dinâmica social. Ou seja, o jornalismo propicia identificação (identidades) à constituição dos territórios. Não há porque se fugir da inferência de que transformações ocorridas no território, por sua vez, gerem impactos no jornalismo, a partir da compreensão da dinâmica da territorialidade.

As dimensões de territorialidades e identidades no jornalismo se inserem num contexto mais amplo. A oposição entre centros e periferias aloca o debate em perspectivas históricas que dão conta de uma discussão sobre como essas territorialidades e identidades periféricas foram silenciadas; como as realidades foram sendo homogeneizadas na perspectiva de determinados interesses, de um controle social. Na base do silenciamento, o sistema de produção capitalista. Ao identificar o jornalismo como atividade umbilicalmente atrelada ao capitalismo, devemos perceber as relações intrínsecas que aí são estabelecidas. E o seu financiamento é uma dimensão que deve ser destacada.

Muitos questionamentos se colocam frente às estratégias de geração de receitas das iniciativas de jornalismo independente em plataformas digitais. Inovam em relação ao jornalismo convencional? Qual a vinculação entre geração de receita publicitária e grau de independência na produção do conteúdo editorial? Há como conciliar independência e produção de conteúdo de qualidade, frente à indisponibilidade de recursos financeiros para os processos de produção? E como a dimensão da regionalidade impacta as estratégias de sustentabilidade, tomando-se por

base a “exaustão do modelo produtivo estabelecido nos anos 70, que, centralizado em duas cidades do país, tem dificuldades de se articular com as realidades locais e microrregionais” (LEAL; JÁCOME; MANNA, 2014, p. 148), lacuna ora ocupada por “uma diversidade de produtos, ferramentas, páginas e redes viabilizadas pela internet que, por sua vez, desenvolvem modos peculiares de apreender e narrar essas realidades (...)”? (*Idem*). Dimensão regional que se insere na necessidade de se perceber o jornalismo enquanto um fenômeno histórico-social. Ao não abarcar essa dimensão, a “diversidade de formas, processos, qualidades e relações” (LEAL; JÁCOME; MANNA, 2014, p. 146), que constitui o jornalismo, seria pouco conhecida, o que representaria “uma perda importantíssima não só para sua apreensão como para a reflexão sobre as distintas realidades em que se insere e atua” (*Idem*).

Procedimentos metodológicos

Selecionamos para nossa análise oito iniciativas de jornalismo independente em plataformas digitais que foram destacadas por Silva e Patrício (2019) como as mais representativas dentre aquelas que tinham como base de atuação a região Nordeste do Brasil; que constavam do Mapa do Jornalismo Independente, elaborado pela *Agência Pública*; e que se destacaram por trazer em seus *ethé* discursivos marcadores evidentes de territorialidade, que remetem sua produção jornalística em direção à regionalidade. São elas *Apartamento 702* (Natal), *Desabafo Social* (Salvador), *Favela News* (Recife), *Marco Zero* (Recife), *Raízes do Mangue* (Recife), *Revista Gambiarra* (Feira de Santana), *Revista Rever* (Aracaju) e *Verminhos por Futebol* (Fortaleza). Após o estabelecimento dos contatos, *Favela News* e *Desabafo Social* não conseguiram enviar a tempo seus dados para comporem a análise. O *Raízes do Mangue*, mesmo não estando mais em funcionamento, resolveu colaborar, a partir de informações de quando ainda atuava.

Para subsidiar a análise, o instrumental utilizado foi um questionário de 15 perguntas abertas, enviado por email às iniciativas, que tiveram em torno de 30 dias para encaminhar as respostas. A questão sete iniciava o bloco de perguntas voltadas diretamente ao financiamento da iniciativa, inquirindo sobre 7) como funciona a sustentabilidade financeira da iniciativa (para cada uma das fontes de receitas): Nome do financiador/Natureza do financiador (autofinanciamento (investimento dos próprios participantes), local, regional, nacional, internacional)/ Como financia (doação, compra de espaços publicitários, editais...)/O que financia/Quando financia/Valor do financiamento/O que ganha com o financiamento; 8) existe um setor específico na estrutura da iniciativa para prospectar esses financiadores?; 9) quem faz essa função?; 10) quais as parcerias estabelecidas para o funcionamento da iniciativa: Nome do parceiro/Descrição da parceria/Contrapartida à parceria; 11) qual a interferência dos financiadores e parceiros no conteúdo editorial?; 12) qual o montante financeiro movimentado em 2018?; E nesse ano?; 13) a iniciativa divulga publicamente essa movimentação financeira? Por quê?; 14) a iniciativa poderia ser ‘mais independente’ se dispusesse de mais recursos financeiros? Por quê?

As respostas ao *survey* possibilitaram a geração de planilhas em Excel a partir dos dados preenchidos pelas iniciativas. As planilhas foram construídas individualizadas por respondente. Após essa primeira sistematização, para cada um dos itens do questionário foi elaborado outro conjunto de planilhas blocadas, agora reunindo as respostas de todas as iniciativas para aquele mesmo item. A análise sobreposta do conteúdo de cada uma das respostas das iniciativas para os itens do questionário, relativos à sustentabilidade financeira, nos permitiu estabelecer ‘ideias-força’ para os relatos, que constituem a análise dos resultados da pesquisa.

Perfil de captação

Das seis iniciativas analisadas, as duas mais longevas datam de 2012, com sete anos de atuação, quando do levantamento dos dados. Duas começaram a funcionar em 2013, embora o *Raízes do Mangue* esteja hoje inativo; uma em 2014; e uma tem funcionamento iniciado em 2015. Esses dados são importantes porque podem repercutir nos processos de mobilização de recursos financeiros. Podemos aferir que se tratam de iniciativas com potencial de reconhecimento em suas bases de atuação, o que facilita o processo de consolidação junto a eventuais parceiros financiadores – para se ter uma ideia, geralmente editais públicos, sejam de entes estatais ou privados, costumam estipular o prazo de dois anos de atuação para estabelecer convênios com organizações sociais. E, quando institucionalizadas, esse é o marco jurídico em que podem se alocar as iniciativas de jornalismo independente, sob o grupo das ‘associações’.

Algumas expressões definem a percepção de jornalismo independente pelas iniciativas. E o direcionamento é no sentido da liberdade editorial. “Um jornalismo sem amarras e que consegue exercer o real papel na comunicação social”; “que independe de um funcionamento ‘padrão’ de redação”; “produzir matérias com independência, transparência e exatidão”; “representa uma prática que faz opção frente aos meios comerciais, sendo alternativos em seus discursos e práticas”; “comprometido em cobrir e expor as relações desiguais de poder”; “sem vínculo com grupos políticos ou instituições governamentais”.

E quais seriam os fatores que poderiam ser atrelados à atuação das iniciativas para que alcançassem essa liberdade editorial? O fator referenciado com mais ênfase recai exatamente sobre o financiamento. “Que por meio de seus leitores consegue ser auto-sustentável e produzir matérias com independência, transparência e exatidão”; “mesmo que hajam poucos recursos”; “costuma estar fora do espectro padrão de financiamento, que compreendem aqueles sustentados 100% pelos vínculos publicitários”; “Ele não pode ser subjugados por mecanismos de poder social, cultural, político e econômico; “um jornalismo que busque formas alternativas de financiamento que garantam maior autonomia e independência à produção de conteúdo - especialmente em relação aos grandes grupos econômicos e aos agentes políticos mais influentes”.

A referencialidade do financiamento para uma maior independência ainda incorpora uma gradação pelas iniciativas, quando instadas a se manifestar especificamente sobre essa dimensão (indagação 14 do questionário). Maior financiamento predispõe maior independência? As perspectivas partem para uma relação direta (“Sim, poderia. Com independência financeira, poderíamos, por exemplo, nos dedicar exclusivamente ao projeto e não nos vincular a serviços de assessoria para sobrevivência.”); uma relação com a quantidade da produção (“Com certeza. Sempre sentimos falta dessa estruturação interna que pudesse alavancar nosso projeto.”; “Não diria mais independente, mas estaríamos produzindo bem mais.”; “Mais recursos nos possibilitaria produzir em maior volume e ampliar nossa inserção territorial, mas não necessariamente sermos mais independentes.”); com a qualidade indireta da produção (“(...) com financiamento poderíamos recompensar melhor o trabalho das gestoras, e dos eventuais colaboradores”).

Sobre as formas de sustentabilidade financeira, a diversidade está presente, corroborando a tendência do jornalismo pós-industrial, mesma constatação a que chegou Oliveira (2021). Uma relação possível de ser estabelecida aproxima as formas de sustentabilidade do tipo de registro legal pelo qual atua a iniciativa. Investimento próprio dos participantes, venda de adesivos e camisetas, realização de atividades culturais, ajuda de custo de amigos, participação em editais direcionados a pessoas físicas são formas utilizadas pelas iniciativas sem registro legal, ou registradas como microempreendedores individuais (MEIs), mas que não

utilizam no dia a dia as possibilidades desse registro. Duas das iniciativas ainda trabalham com veiculação de publicidade digital. Uma já abandonou essa forma de sustentabilidade (“Iniciamos o projeto tentando nos sustentar com veiculação de banners publicitários, o que funcionou com algumas marcas até 2015, quando as marcas começaram a se desinteressar.”), o que evidencia ainda um período de transição entre o jornalismo industrial e pós-industrial.

Uma observação específica é necessária quanto à forma de sustentabilidade vinculada a investimentos próprios dos participantes. Nesse caso, os gastos não são tomados como custos efetivos, vinculados ao funcionamento da iniciativa. Desconsiderados enquanto custos efetivos, não são registrados enquanto tais. “O financiamento sempre foi nosso grande gargalo. Nunca tivemos um planejamento financeiro. Sempre levamos essa questão nas coxas.” A constatação mais flagrante é que o próprio trabalho despendido pelos participantes não é contabilizado. Essa postura pode dificultar futuras incursões em processos mais complexos de mobilização de recursos, uma feita que não se pode negociar aquilo que não está quantificável.

A iniciativa que mais mobilizou recursos movimentou quase 740 mil reais, no ano comparável entre as iniciativas! Nesse ponto, fora da curva, precisamos de uma análise mais detida. A campeã de mobilização de recursos está estruturada legalmente como uma associação sem fins lucrativos, o que a predispõe a acessar um modelo de captação tradicionalmente vinculado ao funcionamento das organizações não governamentais (ONGs). No caso da iniciativa, parcerias com fundações internacionais (83,7% dos recursos) e acessos a editais públicos de financiamento (9,2% dos recursos), o que totaliza 92,9% dos recursos mobilizados em apenas duas fontes de receitas. Ressalte-se que a fonte internacional de recursos corresponde a uma única instituição.

Em relação a outras fontes, 5% dos recursos da iniciativa que mais captou foram mobilizados com prestação de serviços (4,1%) e com o desenvolvimento de projetos em parceria (0,9%). Fugindo ao modelo tradicional de captação de recursos das ONGs, a iniciativa ainda mobilizou recursos via financiamento coletivo (2,5% de *crowdfunding*) e assinaturas (0,9%).

A iniciativa dispõe de um coordenador executivo e uma consultora de gestão que, entre outras atribuições, trabalham na captação de recursos. Mas o modelo de captação é sustentável? Ao concentrar quase 84% numa única fonte de recursos, a iniciativa abre um flanco de dependência em relação à parceria institucional. E quando se acrescenta a informação de ser uma fundação internacional, em que os mecanismos de pressão da iniciativa em direção à fonte de recursos podem ser relativizados, pela distância, a situação pode ensejar mais cuidados ainda. Oliveira (2021) também chama atenção para a necessidade na diversificação das fontes de recursos das iniciativas de jornalismo independente. “A resposta que as organizações de jornalismo independente têm encontrado é uma constante busca por modelos constituídos por uma pluralidade de fundos” (p. 160), constata a autora.

Territorialidades e captação

De uma forma ampla, a análise dos dados revela uma relação entre os marcadores territoriais de atuação dessas iniciativas, que atestam seu âmbito regional, e suas estratégias de financiamento. A própria diversidade de estágios de estruturação em que se encontram, mesmo com pouca diferença de seus inícios de atividades, leva a pensar em situações distintas, em realidades territoriais distintas. As nuances de diferentes orientações e momentos de governos, sociedade civil, incluindo os movimentos sociais, e empresariado por si só seriam justificativas defensáveis para que se estabeleçam estudos específicos sobre as estratégias de

financiamento e parcerias estabelecidas por essas iniciativas de jornalismo independente com territorialidade de atuação definida. Aqui não confundimos territorialidade ao aspecto estritamente físico, mas a um conjunto de fatores que estabelecem um sentimento de pertença (REIS; ZANETH, 2017). No entanto, muitos desses fatores podem estar relacionados ao território físico, daí nosso investimento na delimitação das iniciativas em análise num território físico definido (Nordeste) e que carrega marcadores de territorialidade quando emerge. Daí a utilização, provisória, do termo ‘territorialidades/regionalidades’ quando nos referimos a esses elementos.

Organizações regionais que defendem suas peculiaridades em discurso e ação têm diferenciações enquanto estratégias de financiamento e parcerias. Restringindo mais o rol de ‘organizações’, iniciativas de jornalismo independente em plataformas digitais da Região Nordeste do Brasil têm peculiaridades em suas formas de mobilizar e gestar recursos financeiros. Como essas ‘territorialidades/regionalidades’ ditam o funcionamento dessas organizações? Tentando estabelecer um recorte, no âmbito do funcionamento, quais os impactos desses marcadores físico-simbólicos de territorialidades/regionalidades na sustentabilidade das iniciativas? Tentamos trazer, aqui, as condicionantes dessa sustentabilidade financeira. Mas podemos ir além, e estabelecer alguns parâmetros de vinculação específicos entre territorialidades/regionalidades e financiamento, no âmbito dessas condicionantes. As formas de sustentabilidade financeira e as parcerias estabelecidas pelas iniciativas em torno de seu funcionamento podem indicar alguns elementos.

“Não tivemos alcance de sermos financiados por nossos seguidores”, atesta uma iniciativa; “vendemos colunas específicas (...) em troca de itens”, afirma outra; “Pedimos ajuda de custo para professores universitários parceiros, alguns ajudaram com 50 outros mais”, indica uma terceira; “Já fizemos uma série de parcerias para o sorteio de produtos via redes sociais (livros, DVDs, camisas e artigos de futebol), de forma que isso beneficiasse a ambos os lados, e ainda contemplasse leitores.”; “realizamos parceria de produção de conteúdo com outros grupos de jornalismo independente”; “contamos com contribuições de assinantes”; “Essas parcerias costumam ser firmadas com empreendimentos locais com período de execução definida.”; “Os espaços publicitários vendidos este ano foram realizadas com produtoras culturais, associações, ONGs e marcas locais com o objetivo de dar mais visibilidade a estes trabalhos.”

Embora a diversidade de formas de sustentabilidade seja explícita, os discursos apontam para uma correlação entre a mobilização de recursos e apoiadores locais – o perfil dos apoiadores e parceiros indica essa situação, com uma única exceção, embora pareça sobre essa a temeridade sobre a continuidade de recursos, exatamente a que mobilizou mais capital. A proximidade territorial física ainda parece ser um elemento definidor no momento de captar recursos, para as iniciativas que demarcam, física e/ou simbolicamente, sua atuação. Esse mesmo perfil também aponta que os apoiadores locais, de uma maneira ou de outra, participam do espectro ideológico das iniciativas, de jornalismo independente. O que limita o arco da captação de recursos, pelo receio, talvez, da ingerência que possa resultar no conteúdo editorial produzido, ou mesmo a incompatibilidade de propósitos – certamente empresas convencionais e governos vinculados a movimentos políticos de direita não seriam procurados. A busca de apoiadores dentre os consumidores da informação ainda é um movimento tímido, que, quando reforçado, poderia estabelecer a base de captação local de recursos.

As falas das iniciativas também apontam para um processo de transição entre estratégias de financiamento do jornalismo já consolidadas, como os anúncios publicitários, e formas alternativas possibilitadas pela inserção tecnológica, como o financiamento coletivo. Essa última pode trazer marcas de territorialidades mais evidentes, porquanto a ‘vivência’ do território físico não condiciona

unicamente a contribuição. Nisso, relativizamos o teor taxativo de Oliveira (2021) quando faz uma análise das estratégias de financiamento de iniciativas de jornalismo independente na América Latina. Para a autora, “O que muda são as formas de sustentabilidade dessas organizações e as escolhas editoriais que passam a ser possíveis, sem que haja interferência de anunciantes” (p. 159). O modelo misto de financiamento (fórmulas consolidadas e fórmulas alternativas) ainda é representativo, e precisa ser considerado –vide os planos de mídia que algumas iniciativas de jornalismo independente mantêm como recurso de mobilização financeira.

Ainda quanto às territorialidades no processo de captação de recursos de iniciativas de jornalismo independente no Nordeste, elementos histórico-contextuais podem significar estratégias distintas em relação a outras iniciativas que mantêm outras bases físicas de atuação. E esses elementos também podem ser compartilhados com os processos de mobilização realizados por veículos do jornalismo convencional. É queixa comum, pelos depoimentos das iniciativas, a reduzida disposição (ou capacidade) de investimento do empresariado do Nordeste em mídia publicitária. Um dos fatores que poderiam explicar essa ‘timidez’ poderia estar relacionado às inversões governamentais a fundo perdido na Região, o que explica uma geração de empreendimentos em que a garantia de sobrevivência foi facilitada por incentivos fiscais. O nível de pauperização da população pode ser lembrado como outro elemento. São fatores verificáveis que podem estabelecer uma dinâmica própria nas estratégias de financiamento de iniciativas jornalísticas no Nordeste, sejam elas independentes ou não. Estaríamos diante de uma dimensão ‘cultural’ do financiamento do jornalismo? A ver!

Considerações finais

As primeiras considerações são em torno dos limites deste artigo. A partir das informações recolhidas, percebemos quão ampla é a dimensão da discussão sobre financiamento e iniciativas de jornalismo independente, mesmo considerando que o financiamento sempre foi pauta da pesquisa jornalística e que seja apenas uma das vertentes da ‘crise’ enfrentada pelo jornalismo.

Inicialmente, a necessidade de uma base de dados mais ampla. Mesmo com a representatividade do qualitativo, o quantitativo, na discussão sobre financiamento, pode ser revelador de direcionamentos e estratégias. E pensando que, a partir do escopo do artigo, apenas iniciativas do Nordeste do Brasil foram recensadas. Imagine-se a diversidade de dados quando incorporadas, e em maior número, iniciativas de jornalismo independente de outras regiões do Brasil, enfatizando o que já havíamos colocado sobre a importância das realidades, e especificidades, territoriais/regionais, para a pesquisa em jornalismo.

Também resultante dessa ligeireza, algumas categorias de dados poderiam ser aprofundadas. O detalhamento do perfil das parcerias e formas de sustentabilidade, se locais, regionais, nacionais e internacionais, seria uma delas. Os planos de negócios, quando existentes, seriam fontes de consultas privilegiadas para a discussão. A relação do perfil individual do gestor/mobilizador de recursos vinculado à iniciativa e a rede de *stakeholders* amalhada pela área de sustentabilidade financeira também aprofundaria o conhecimento sobre a temática. O dilema de que, ao mobilizar mais recursos com a estruturação de uma área de gestão financeira, mais recursos são necessários para estruturar essa área, poderia ser lembrado de forma mais detida.

Voltando-se de forma mais específica ao jornalismo, uma opção de sustentabilidade financeira para as iniciativas em jornalismo independente repousaria sobre uma relação diferenciada com seus consumidores de informação, vinculada a uma estratégia de proximidade de atuação local? A regionalidade, nesse caso, representaria um trunfo para essas iniciativas? No entanto, quais seriam os di-

ferenciais necessários para que essa relação, entre iniciativas e usuários de suas informações, ultrapassasse a lógica rasteira de que 'eu pago, eu consumo'? Como estabelecer qualitativamente outras formas de relacionamento, dentro de um paradigma assentado historicamente numa mera relação quantitativista-monetária? Uma maior transparência, incluindo o processo de produção editorial, poderia ser um desses elementos diferenciais?

Fala-se da necessidade de uma gestão profissional da área financeira dessas iniciativas de jornalismo independente. O tratamento do jornalismo como negócio, conservando os princípios da responsabilidade social, interesse público e ética, é possível? Quais seriam as inovações possíveis, quando tomada a longa experiência do jornalismo convencional nesse âmbito? Uma melhor análise dos parâmetros dos contratos, das parcerias, dos editais que fornecem os recursos financeiros para as iniciativas poderiam dar conta da qualificação das fontes de recursos no processo de independência. Não necessariamente ao direcionamento editorial em si, mas um direcionamento temático, pelos interesses dos parceiros. O perfil dos doadores do crowdfunding? Seriam locais? Haveria uma correlação entre esses apoios e um jornalismo de base local?

Referências bibliográficas

APM. Asociación de la Prensa de Madrid. Informe Anual de la Profesión Periodística, 2018.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BERTOCCHI, Daniela. Startups de jornalismo: desafios e possibilidades de inovação. **Contemporânea** - Comunicação e Cultura - v.15 – n.01 – jan-abr 2017.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Estação das Letras e Cores, 2019.

COSTA, Andriolli. Jornalismo Pós-Industrial – Crises permanentes, turbulências constantes. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**. Nº 447 - Ano XIV – 2014.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. O que o jornalismo está se tornando. **Parágrafo**. JUL/DEZ. 2016 - V.4, N.2.

FÍGARO, Roseli (org.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA/USP, 2018. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/E-book_FIGARO_As-rela%C3%A7%C3%B5es-de-comunica%C3%A7%C3%A3o-e-as-condi%C3%A7%C3%B5es-de-produ%C3%A7%C3%A3o-no-trabalho-de-jornalistas-em-arranjos-econ%C3%B4micos-alternativos-%C3%A0s-corpora%C3%A7%C3%B5es-de-m%C3%ADdia-2.pdf.

HAESBERT, R. **O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" a multi-territorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

LEAL, Bruno Souza; JÁCOME, Phellipy; MANNA, Nuno. A "crise" do jornalismo: o que ela afirma e o que ela esquece. **Líbero** – São Paulo – v. 17, n. 34, p. 145-154, jul./dez. de 2014.

LOPES, Fernanda Lima. **Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica.** São Paulo: Paulus, 2013.

MARCONDES, Dal. Modelos de financiamento de projetos de jornalismo em plataformas digitais. In: RIBEIRO, Daniela; MARCONDES, Dal; CAPOANO, Edson (org.). **Como se banca o jornalismo?** Modelos, tendências e reflexões sobre o financiamento de mídia. São Paulo: (s/n), 2018. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1RqSneZYIpuf-QG2rWxp1oY38RAWaS32L/view>.

MASSEY, Doreen. **Pelo espaço: uma nova política da espacialidade.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MICK, Jacques; TAVARES, Luisa Meurer. A governança do jornalismo e alternativas para a crise. **Brazilian Journalism Research.** Volume 13 - Número 2 - Agosto - 2017.

PATRÍCIO, Edgard; BAPTISTA, Raphaele. Elementos de identidade em iniciativas de jornalismo independente. **Extraprensa,** São Paulo, v. 13, n. 2, p. 217 - 231, jan./jun. 2020.

PATRÍCIO, Edgard; BATISTA, Raphaele. Elementos de identidade jornalística em autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. **15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.** ECA/USP - São Paulo - Novembro de 2017. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/740/355>.

PONTES, Felipe Simão. Crise e mercado de trabalho: trajetórias profissionais de jornalistas no Brasil (2012-2017). **XXVI Encontro Anual da Compós.** 2018.
RAFFESTIN, C. Por uma geografia do poder. São Paulo: Ática, 1993.

ROCHA, Liana Vidigal; BITAR, Marina. Financiamento no jornalismo pós-industrial: considerações sobre o crowdfunding no Brasil. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo.** Brasília, v. 7, n. 20, jan./jun. 2017.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A gramática do tempo.** Para uma nova cultura política. São Paulo: Editora Cortez, 2006.

SEMBRAMEDIA. Impacto, ameaças e sustentabilidade: um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos. 2017. Disponível em: <http://data.sembramedia.org/?lang=pt-br>.

SILVA, Naiana; PATRÍCIO, Edgard. Territorialidade e ethos em iniciativas de jornalismo independente do Nordeste do Brasil. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional,** 15 (4, jul). <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v15i4.jul.4851>, 2019.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

ZANETTI, Daniela; REIS, Ruth (org.). **Comunicação e territorialidades: poder e cultura, redes e mídias.** 1. ed. Vitória: EDUFES, 2017.

SOUZA, Vinicius. Quem é que vai pagar por isso? Um olhar sobre os modelos de negócio no jornalismo em mídias digitais. **ALTERJOR**. Ano 08 - Volume 02 - Edição 16 - Julho-Dezembro de 2017.

WAGEMANS, Andrea; WITSCHGE, Tamara; DEUZE, Mark. Ideology as Resource in Entrepreneurial Journalism: The French online news startup Mediapart. **Journalism Practice**. Vol. 10, No. 2. 2016.