



Iniciativas de Jornalismo Independente no Brasil e Argentina

Daniela Osvald Ramos ¹
Egle Müller Spinelli ²

Resumo: A rapidez das transformações tecnológicas altera os processos de se produzir e consumir jornalismo em diversos fluxos midiáticos digitais. Estas mudanças estão gerando uma situação de crise em muitas empresas de comunicação, resultando em demissões em massa. Para reinventar novas frentes de trabalho fora das corporações midiáticas, jornalistas estão criando estratégias de negócio auto sustentáveis que reforcem os princípios investigativos da profissão ao informar sobre questões ligadas aos direitos dos cidadãos e tentar fortalecer a democracia na sociedade. Este artigo pretende discorrer sobre alguns projetos empreendedores que exemplificam estes modelos no jornalismo tanto no Brasil, representados pela *Agência Pública* e *Ponte*, como na Argentina, pelas iniciativas do *El Puercoespín* e *Chequeado*.

Palavras-chave: jornalismo independente; jornalismo investigativo; jornalismo brasileiro; jornalismo argentino

O cenário brasileiro: investigação e independência

Desde o final do século XX, a imprensa vem passando por drásticas mudanças e transformações em diversos setores. Em geral, a equação é a mesma: o acesso às informações pelos meios digitais tem resultado na diminuição das assinaturas impressas e da

¹ Doutora em Interfaces Sociais da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (USP) e professora de Jornalismo Online e Laboratório de Jornalismo Impresso II (Jornal do Campus) no Departamento de Jornalismo e Editoriç o (CJE) na mesma instituição. Email: dosvald@gmail.com.br

² Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (USP). Professora do curso de jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e da Universidade Anhembi Morumbi (UAM). E-mail: egle.spinelli@gmail.com

compra direta de jornais nas bancas, o que influencia na queda da inserção dos anúncios publicitários, uma das principais fontes de renda das empresas jornalísticas por diversas décadas. Neste cenário, a imprensa jornalística precisa se reinventar e encontrar soluções para capitalizar nas plataformas digitais em virtude das diferentes demandas e públicos diferenciados.

Para se ter uma ideia, segundo dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC Brasil), principal referência do país em auditoria multiplataforma de mídia, mesmo com uma pequena queda da circulação dos jornais impressos brasileiros entre 2013 e 2014 (de 4.393.434 exemplares para 4.392.567), as vendas avulsas diminuíram 7,6%, as assinaturas digitais cresceram 7,5% e as edições digitais mais que dobraram de um ano para outro, 118% (500.370 no ano passado, ante 228.944 no ano anterior). Esses números mostram como é cada vez maior a participação das edições digitais no total de circulação. Outro dado a ser levado em consideração é o volume de acesso às páginas de notícias via dispositivos móveis (tablets e smartphones), que em janeiro de 2014 representava 13% do total e, em dezembro já era 27%, mais que o dobro, considerando que o consumidor passou a substituir os tablets pelos smartphones devido ao aumento das telas dos celulares.

Os dados mostram que as plataformas digitais são o futuro da notícia, mas muitas empresas jornalísticas ainda não conseguiram desenvolver estratégias para gerar receitas nos meios digitais e criar modelos de negócio diferenciados daquele que perderam por décadas: estrutura organizacional vertical e centralizada em grandes conglomerados de empresas privadas de mídia, que visam a produção de notícias em grande escala para um público heterogêneo e abrangente, cuja a maior fonte de rendimentos sempre foi indireta e privada, vinda dos anunciantes. Segundo um relatório divulgado pela Associação Mundial de Jornais e Publishers de Jornais (WAN-IFRA), pela primeira vez, as receitas provenientes da circulação dos jornais no mundo superaram as da publicidade (LORES, 2015). Isto não quer dizer que as pessoas estão comprando mais jornais impressos, mas que a audiência começa a pagar pelo conteúdo digital, seja por

meio da compra de assinaturas digitais, *paywall*³ ou visualização de publicidade digital. No mercado digital, as empresas de comunicação precisam investir em tecnologia e apostar em novos modelos de negócio, o que nem sempre apresenta resultados imediatos. Neste período de transição e adaptabilidade, uma das práticas mais comuns encontradas pelas empresas para diminuir os gastos é a demissão dos profissionais mais experientes e caros por mais jovens e baratos.

No Brasil, em pouco mais de três anos (2012 a junho de 2015), foram contabilizadas pelo menos 1084 demissões de jornalistas em cerca de 50 redações, incluindo as principais empresas de comunicação, a grande maioria por cortes de custos, de acordo com levantamento feito pelo Volt - agência de jornalismo de banco de dados (SPAGNUOLO, 2015). A Editora Abril foi a que mais demitiu: 163 jornalistas em diversas redações. O Grupo Estado e o Grupo Folha ficaram empatados em segundo lugar no ranking das demissões em redações, com pelo menos 65 jornalistas dispensados. Na sequência vêm o Grupo RBS (54), o portal Terra (50) e o jornal Valor Econômico (50).

Este panorama de demissões e dificuldade de gerar novas receitas coloca o jornalismo tradicional em declínio, e soluções como integrar redações e sobrecarregar profissionais, muitas vezes sem muita experiência, em diversas funções podem gerar o “empacotamento das notícias, ou seja o reaproveitamento de conteúdo inicialmente produzido para um meio em outros meios, o que coloca em risco a credibilidade e a qualidade do jornalismo.

Na busca por um jornalismo sem fins lucrativos e apartidário, muitos jornalistas empreendedores vieram da grande mídia e por algum motivo, demissão, falta de identidade com o veículo, motivação para empreender em seu próprio negócio, saíram de seus empregos e tentam consolidar projetos independentes. “Sobreviver autonomamente é, ao mesmo tempo, um mérito e uma imposição de sua condição, que impõe características peculiares na definição de todos os âmbitos de sua atividade, da escolha de conteúdos até a abordagem de público-alvo, passando pelo tamanho dos custos de pessoal e infraestrutura” (SERVA, p. 21).

³ Sistema de assinatura usado por jornais e outros veículos de comunicação digitais que permite ao internauta o acesso a conteúdos restritos.

Neste panorama, surgem empresas de conteúdo digitais nativas no Brasil, como a Agência Pública, Ponte, BRIO, Think Olga e Jota, que produzem e distribuem conteúdos em plataformas digitais e que nos fazem refletir sobre o papel do jornalismo como formador de opinião pública e porta voz de uma comunicação democrática, pluralista e renovadora. São projetos que produzem jornalismo investigativo e, para isto, precisam de tempo e investimento, fatores que resultam em informação que garanta a circulação do conhecimento atrelado ao interesse público e a renovação social. Como ressalta Sousa (2002, p. 119), “As notícias, ao surgirem no tecido social por ação dos meios jornalísticos, participam da realidade social existente, configuram referentes coletivos e geram determinados processos modificadores dessa realidade”.

O jornalismo empreendedor começa a se instituir no Brasil. Grupos de jornalistas se unem à equipes multidisciplinares formadas por designer, programadores, administradores entre outros para dar aos brasileiros acesso à informações de qualidade e formadora de opinião pública que fortaleça os princípios de uma sociedade mais justa e igualitária. Cabe agora a sociedade civil, empresas, fundações e até incentivos provenientes de políticas públicas apoiarem, colaborarem e fortalecerem estas iniciativas para que consigam se manter em um espaço distinto das corporações midiáticas, que sempre monopolizaram as receitas e as informações disponibilizadas nos meios de comunicação no país.

O cenário argentino: conflitos entre jornalismo e liberdade de expressão

Enquanto no Brasil a preocupação mais urgente entre a classe jornalística são as demissões em massa, a perda de poder econômico das grandes empresas de comunicação que até então empregavam a maior parte dos jornalistas, e a busca por alternativas independentes, na Argentina o debate maior gira em torno das consequências do fim da aliança entre o governo presidencial de Nestor Kirchner com o grupo Clarín e o começo de um ciclo de franca disputa e restrições de leis que regulam e afetam diretamente o grupo midiático, iniciado no mandato de Cristina Kirchner. Este fato, aliado à crise

mundial na prática e financiamento do jornalismo fez emergir uma preocupação central entre a classe jornalística na argentina: a liberdade de expressão.

La evaluación que hicieron los periodistas argentinos de su trabajo consignaba como principal circunstancia la de estar “Condicionado” (55,7%) o ser “Complaciente” (31,6%) (Foro de Periodismo Argentino & Giacobbe y Asoc., 2005). La encuesta posterior confirmaba estos porcentajes agregando el dato de que solo un 2% de los periodistas entrevistados calificaban a la profesión como independiente (Foro de Periodismo Argentino & CIO Argentina, 2011). (AMADO, 2013, p. 158).

O contexto argentino não é um fenômeno isolado na América Latina, muito pelo contrário. Equador e Venezuela também são exemplos de governos que intensificaram os meios de comunicação como plataformas de publicização das suas agendas. No Brasil, a cobertura jornalística sobre a relação entre o governo e o grupo Clarín tende a entender as ações de Kirchner como restrição ao trabalho jornalístico independente. O jornal O Estado de São Paulo, desde 2011, referencia a disputa como uma “cruzada”. A Editora Abril, na figura do colunista da Veja e um dos ex-diretores editoriais do grupo, Ricardo Setti, assume a posição de que a liberdade de expressão do jornalismo argentino está em perigo. Já Rodrigo Vianna, em coluna da Revista Fórum, considera que Kirchner foi corajosa ao enfrentar o conglomerado midiático do Clarín. Como coloca Amado (2013, p. 161) o maior desafio é entender quais são as reais pressões pelas quais os jornalistas e o jornalismo estão submetidos, que não são iguais em todos os países. A autora ainda elenca questões que não dizem respeito só ao contexto argentino, mas também de toda a América Latina: a divisão entre “jornalismo militante” e “jornalismo profissional” e o fato dos países latinos terem vivido ditaduras militares, regimes políticos nos quais a relação entre governo e liberdade de imprensa foi comprometida historicamente.

O Foro de Periodismo Argentino (<http://www.fopea.org/>), criado em 2008 e financiado por seus membros e outras entidades que não ligadas ao governo, se propõe a melhorar a qualidade do jornalismo “(...) a través de la capacitación profesional, la elevación de los estándares éticos y la defensa de la libertad de expresión”. Seu diagnóstico da situação no país guarda similaridades com o contexto brasileiro, salvo a falta de dados estatísticos: a ausência de consenso ético e de qualidade na profissão, que podem causar danos à qualidade do jornalismo e conseqüentemente na democracia; a precari-

zação da profissão, causada em parte pelas dificuldades econômicas dos meios tradicionais; a crise da relação com a audiência, que tem preferido o “infotimento”, o que também causa flexibilizações perigosas na conduta jornalística. Somente em um ponto o Brasil guarda certa vantagem: a aprovação recente, em 2011, da Lei de Acesso à Informação (LAI) que ao menos salvaguarda o direito dos jornalistas de pedirem acesso a qualquer tipo de informação que seja pública, mesmo que o retorno não seja, na maioria das vezes, rápido e eficiente. No mapa das leis de acesso à informação pública na América Latina publicado pelo Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, vemos que a Argentina ainda aprovou uma lei que “regulamente o acesso a informações em âmbito nacional e em todos os níveis da administração pública, embora diversos projetos tramitem no Congresso”.

Neste rápido panorama será que é possível criar projetos inovadores, que atendam a demanda de um nicho de mercado, estabelecendo novos modelos de produção e distribuição, com gêneros alternativos de conteúdo, uma relação diferenciada entre produtores e público e, somado a tudo isto, um jornalismo auto sustentável, apartidário, que mantenha os parâmetros éticos e a preocupação em formar uma opinião pública esclarecida quanto aos direitos e deveres dos cidadãos? Mapeamos quatro iniciativas chamadas de “jornalismo independente” no Brasil e na Argentina, que apresentamos a seguir.

Iniciativas do jornalismo independente no Brasil e Argentina

No Brasil existem projetos jornalísticos independentes que começam a se consolidar, como a Agência Pública e a Ponte.

A **Agência Pública** (<http://apublica.org/>) foi fundada em 2011 pela jornalista Marina Amaral, que trabalhou em grandes veículos como Folha de São Paulo, TV Record e Revista Caros Amigos, e por Natália Viana, que foi repórter do Terra e do Caros Amigos e já colaborou com diversas publicações nacionais e internacionais. O projeto

tem como proposta praticar um jornalismo investigativo, sem fins lucrativos e voltado para a produção de grandes reportagens com temáticas que despertem o interesse público para questões que promovam uma sociedade informada e ativa na luta pelos direitos humanos. O projeto vem se destacando pelo modelo de negócio que desenvolve para se monetizar: financiamento por meio de fundações, doações de pessoas físicas ou instituições, e recursos provenientes de campanhas de crowdfunding. Nesta última, o capital arrecadado é investido em um concurso de bolsas para jornalistas que queiram realizar grandes reportagens.

Em 2015, a meta de arrecadação pela plataforma de financiamento coletivo Cattare foi de R\$ 50.000,00. Após 45 dias de campanha, 963 pessoas doaram e foi atingido o valor de R\$ 70.224,00, quantia destinada a produzir 14 reportagens. As pautas são propostas por jornalistas independentes, disponibilizadas no site da Pública e selecionadas pelos leitores/doadores, que conforme a quantia doada tem determinado tipo de envolvimento com o processo de produção da notícia e com o próprio fazer jornalismo. Por exemplo, quem contribui com até 35 reais pode acompanhar a apuração dos repórteres e participar de discussões sobre o desenvolvimento de pautas em um grupo fechado no Facebook. Quem doa mais que 35 reais participa de *hangouts* com os repórteres e após a publicação da reportagem podem compartilhar curiosidades e experiências com os jornalistas. Quem contribuir com mais de 135 reais podem participar de encontros na redação da Pública e fazer workshops sobre a prática da realização de uma reportagem investigativa.

Além das bolsas para produção de reportagens a Pública desenvolve programas de desenvolvimento profissional para capacitar jovens jornalistas, além de funcionar como uma incubadora de projetos que apresentem inovação para o jornalismo brasileiro. Foi o que ocorreu em março de 2014 ao ceder espaço e apoiar um coletivo de jornalistas interessados em desenvolver um site independente voltado para os direitos humanos, justiça e segurança pública, chamado Ponte.

A Ponte (<http://ponte.org/>) é outro exemplo de jornalismo independente. O Projeto começou a ser concebido em 2013 por três jornalistas que já tinham experiência no mercado tradicional jornalístico e queriam desenvolver um jornalismo que tivesse im-

portância no contexto social: Andre Caramante, que trabalhou em diversos veículos como Folha de São Paulo, Diário Popular e Agora SP; Bruno Paes Manso, que foi repórter do Estadão e revista Veja entre outros; e Claudia Belfort, que atuou como repórter da Gazeta do Povo, Jornal da Tarde e editora-chefe de conteúdo digital do Estadão. Oficialmente o site estreou em 26 de junho de 2014 e hoje conta com 11 jornalistas fixos e muitos colaboradores, que ainda apostam no projeto sem ganhar pelas publicações. O objetivo é monitorar o sistema punitivo no Brasil com o intuito de investigar e denunciar casos de opressão, violência e impunidade cometidos contra a dignidade dos cidadãos.

Desenvolver um trabalho com a finalidade de prover informações e esclarecer sobre os direitos e deveres de minorias desfavorecidas é utilizar o jornalismo como ferramenta para que as pessoas possam compreender o sistema de regras que regem um país e se mobilizem para reivindicar por mudanças que garantam uma sociedade mais democrática.

Como se trata de um segmento específico de jornalismo um outro desafio é conseguir desenvolver um modelo de negócio que consiga gerar receitas para o pagamento dos profissionais e tecnologias envolvidas. Em decorrência desta instabilidade financeira, a grande maioria dos jornalistas da Ponte mantém outros empregos, em empresas ou setores da comunicação pública e/ou privada, mas com a transparência e permissão de poderem conciliar as tarefas e terem liberdade de não precisarem ter exclusividade com determinado veículo.

Neste primeiro ano, a Ponte esteve muito mais preocupada com reuniões para discutir as pautas, as produções das reportagens jornalísticas e o desenvolvimento do site, etapas que tiveram muito mais investimento dos jornalistas do que retorno financeiro. Caramante (2015) coloca que “hoje estão dedicando muito mais tempo a discutir um modelo de negócio para viabilizar financeiramente a Ponte”. Até o momento, tiveram ajuda da Agência Pública, conseguiram negociar algumas matérias, mesmo recebendo pouco por isso. Segundo Fausto Salvadori⁴, jornalista da Ponte, valores agregados e

⁴ Em palestra no 10º Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo. “Pública, Ponte e JOTA: como financiar o jornalismo independente?”. São Paulo, Universidade Anhembi Morumbi, 3 de julho de 2015.

possíveis monetizações começaram a aparecer a partir de várias frentes interessadas na temática segurança pública, justiça e direitos humanos como: apresentação de seminários, desenvolvimento e treinamento para projetos especiais que envolvem técnicas de pesquisa, apuração, levantamento de dados, relatórios, produção e distribuição de conteúdo especializado. O material produzido posteriormente também alimenta o site da Ponte.

Na Argentina, há um importante projeto que foi precursor do jornalismo independente na América Latina, o **El Puercoespín** (<http://www.elpuercoespín.com.ar/>), revista digital sobre cultura e política, como se definiam, foi fundada pela jornalista Graciela Graciela Mochkofsky e seu marido, Gabriel Pasquini, em 2010. Fechou suas portas por falta de financiamento no final de 2014. Em julho do mesmo ano, Graciela ainda esteve no Festival Literário em Paraty (Flip), falando sobre sua iniciativa e do seu livro *Estação Terminal*, livro que conta a história do acidente de trem em Buenos Aires, que matou 51 pessoas em fevereiro de 2012. Com uma bem sucedida carreira no jornalismo autoral de livros reportagem, Graciela e família moram atualmente em Nova Iorque, onde ela é pesquisadora visitante na New York University. É autora também de *Pecado Original – Clarín, lós Kirchner y la lucha por El poder*.

Em entrevista à revista *Brasileiros*, ela resume a trajetória da iniciativa digital da seguinte maneira (BENEVIDES, sem p., 2014):

Desde 2003, eu e meu marido, Gabriel Pasquini, que também é jornalista e escritor, além de meu editor, tínhamos abandonado as redações, frustrados com o panorama do jornalismo argentino. Decidimos, então, tentar algo em que nos reconhecêsemos. Foi assim que criamos o Puercoespín, que agregava os melhores artigos que líamos no mundo, os quais traduzíamos para o espanhol. Também aproveitávamos uma rede de amigos jornalistas e fotógrafos espalhados pelo mundo para publicar suas histórias, além das nossas próprias. Começou como um experimento, mas foi logo adquirindo uma identidade clara, com textos ou posts longos, de histórias do mundo que não se encontrava em outros lugares. Mas quando tivemos um filho, vimos que era impossível continuar, pois era preciso pagar as contas. Lançamos uma campanha de assinaturas, mas o governo limitou muito o poder de compra por cartão de crédito e isso dificultou bastante. Então, decidimos deixá-lo em pausa. Gosto de pensar que em quatro anos o Puercoespín virou uma referência. De qualquer forma, os cerca de 2.500 posts estão lá para quem quiser ler.

Sem um mecenas ou financiadores regulares, o El Puercoespín, apesar da qualidade do seu conteúdo, não teve longevidade. Criar projetos inovadores é possível, mas sustentá-

los a longo prazo é o ponto crucial para o jornalismo. Citamos aqui esta iniciativa seguindo a recomendação dos nativos do sistema digital: os programadores. É comum em fóruns comunitários de programadores de várias linguagens compartilharem seus erros em códigos para que outros não venham a cometer os mesmos erros. Assim, parece claro, em 2015, que iniciar um projeto jornalístico digital sem um planejamento de financiamento a médio prazo é a certeza de que, mais dia menos dia, seus fundadores não poderão mais realizar trabalho voluntário – como é o caso da Ponte.org, que está buscando seu modelo um ano após seu lançamento.

No Relatório de Jornalismo Pós Industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2012), uma das recomendações dos autores em relação ao trabalho jornalístico enquanto instituição é criar “guias para novos projetos”, ou seja, que os empreendedores bem sucedidos documentem (p. 66), com o auxílio de fundações, uma “metareflexão” sobre o seu processo, criando, assim, guias para os próximos.

Outro projeto independente na argentina, o **Chequeado** (<http://chequeado.com/>), la verificación del discurso público, nasceu em 2009 na esteira da constatação de que a crise jornalística deu espaço ao “jornalismo feito de declarações” – normalmente, o político declara o que ele quer e fica por isso mesmo, já que não há contingente nas redações para a verificação e apuração. O Chequeado foi inspirado no site FactCheck.org, criado em 2003 com a mesma função e, por sua vez, inspirou o colombiano La Silla Vacía (<http://lasillavacia.com/>). A tradição americana chama esta prática de Watchdog, ou “cão de guarda”, que assume um papel de controle do poder (AMADO, p. 162, 2013). O projeto é o principal da Fundación La Voz Pública, sem fins lucrativos, que tem como missão melhorar o debate público e a qualidade de democracia na Argentina.

No próprio site é possível doar, individualmente, todos os meses ou uma única vez, de 50 a 1.800 pesos, cerca 16 a 600 reais. Além das doações, o Chequeado também promove cursos, como o disponível atualmente de jornalismo de dados, e vários projetos financiados por diferentes tipo de entidade, como Justiciapedia, patrocinado pela National Endowment for Democracy, organização americana privada, dedicada a promover condições para a melhoria da democracia .

Tendo como principal porta voz a editora executiva, Laura Zommer, o processo de verificação de discurso de políticos, empresários e jornalistas é feito da seguinte maneira (REVISTA, sem p., 2014):

(...) selecionar uma declaração pública, ponderar sua relevância, consultar a fonte original, consultar uma fonte oficial, consultar fontes alternativas, entender o contexto, confirmar, relativizar ou desmentir a afirmação e qualificar entre uma das nove categorias (verdadeiro; verdadeiro +; verdadeiro, porém; discutível; apressado; exagerado; enganoso; insustentável e falso).

Contando também com a ajuda dos seus seguidores, em um sistema de verificação colaborativo, o Chequeado acompanha os principais jornais do país: Clarín, La Nación, Página/12 e Tiempo Argentino e responde positivamente à nossa pergunta: sim, é possível criar projetos inovadores, com novos modelos de produção e distribuição, relação diferenciada entre produtores e público e jornalismo autosustentável, apartidário, que mantenha os parâmetros éticos e a preocupação em formar uma opinião pública esclarecida quanto aos direitos e deveres dos cidadãos.

Apontamentos Conclusivos

Com este artigo, pretendemos dar início a uma pesquisa mais ampla sobre jornalismo, democracia e iniciativas digitais empreendedoras na América Latina. A relação entre jornalismo de qualidade, orientado ao interesse do cidadão regimes democráticos é inquestionável. McChesney (2013) investiga esta relação traçando linhas de compreensão entre a relação entre internet, jornalismo, capitalismo e democracia e chega à conclusão de que (p. 181-182) estamos vivendo uma era do “jornalismo de retrospectiva”, analogia ao “jornalismo de declarações” – por conta da crise de financiamento no setor, não há mais investigação. Os problemas sociais passam a existir somente depois que um desastre acontece; também, as versões oficiais se tornam mais frequentes. A Agência Pública e a Ponte são iniciativas investigativas, e o Chequeado dá conta de ajudar o setor e o público a terem informações mais repercutidas, de forma crítica, do que a publicação de fontes oficiais sem nenhum questionamento.

A visão do autor não é muito otimista em relação à capacidade de iniciativas independentes darem conta da demanda de informação que antes era provida pelas empresas de comunicação, ao contrário dos autores do relatório de Jornalismo Pós Industrial. McChesney defende que (p. 201) é preciso um volume significativo de jornalistas sendo pagos para fazerem jornalismo, e que a preocupação na criação de modelos de negócio para financiamento tira o foco do trabalho que é preciso fazer. Esta foi uma das causas do fim do El Puercoespín. Ele defende, ainda, que a solução ideal seria o financiamento público, apartidário, no qual os cidadãos decidissem qual iniciativa financiar.

Enquanto a crise não chega a um limite no qual soluções como esta terão que ser pensadas em vários países, conjuntamente entre cidadãos e governos, é fundamental mapearmos e entendermos como os jornalistas de países da América Latina, que guardam similaridades culturais e políticas, estão lidando e se preocupando com a qualidade da informação divulgada, principalmente as de cobertura políticas de governos. Talvez, também, e isso cada vez se torna mais plausível, não há uma só solução para a crise do financiamento no jornalismo, mas vários caminhos e possíveis combinações, como nos mostram os projetos CIPER (Chile) <http://ciperchile.cl/>; La Silla Vacía, na Colômbia (<http://lasillavacia.com/>); IDL Reporteros (<https://idl-reporteros.pe/>), no Peru e Animal Político, <http://www.animalpolitico.com/>, no México, todos voltados ao jornalismo investigativo.

O advento das mídias digitais e da internet, ao mesmo tempo que oferecem alternativas para um jornalismo independente e investigativo, fortalecem a concentração e o poder de corporações midiáticas que, em sua grande maioria, representam interesses políticos e ideológicos de determinados grupos dominantes. Na urgência em seguir a velocidade de publicações de seus concorrentes, a produção da informação acaba sendo precarizada e para angariar mais audiência o jornalismo se confunde com entretenimento. Quanto maior o fluxo de notícias, se não existe investimento no setor, menor é a qualidade da informação e mais alienada se torna a sociedade.

Tanto na Argentina como no Brasil vivemos a lógica capitalista dos meios de comunicação. A formação de uma cultura que apoie projetos de jornalismo independente, como ocorre nos Estados Unidos por meio de recursos provenientes de fundações,

doações de empresas e do próprio cidadão que paga por um conteúdo de qualidade, ainda precisa ser instituída nos países da América Latina. Sem que haja consciência da importância de um jornalismo comprometido com os interesses dos cidadãos, o acesso à uma informação de qualidade se manterá restrito e os jornalistas continuarão a sofrer a precarização pela redução de salário e perda de postos de trabalho.

O desafio é criar valor para o jornalismo independente, para que se torne auto sustentável, com alternativas de se auto gerir com recursos de financiamentos mistos e sem fins lucrativos, que pode ser realizado pela implantação de financiamentos coletivos, vendas de assinaturas mensais ou pagamento por artigo/reportagem, paywall, mecenato, native adds entre outros. A busca é pela sobrevivência por um jornalismo comprometido com a sociedade, com qualidade formal e conteúdo, que saiba utilizar das ferramentas digitais para falar com um nicho da sociedade interessado em saber sobre assuntos que envolvem o contexto em que vivem com qualidade de apuração, investigação e seriedade.

Referências

AJURIS. **Especialistas avaliam regulação da mídia argentina**. Disponível em: <<http://goo.gl/64ysR2>>. Acesso em: 02/07/2015.

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Post Industrial Journalism. Adapting to the Present**. Columbia Journalism School, Tow Center for Digital Journalism: 2012. Disponível em: <http://towcenter.org/wp-content/uploads/2012/11/TOWCenter-Post_Industrial_Journalism.pdf>. Acesso em: 03/03/2013.

AMADO, Adriana. **Periodistas argentinos entre la militancia y la circunstancia**. In: **O Jornalismo político nos processos eleitorais**. 2003. Disponível em: <<https://goo.gl/O0NxbB>>. Acesso em: 3/7/2015.

BENEVIDES, Daniel. **Em busca do jornalismo perdido**. A argentina Graciela Mochkofsky foi destaque na FLIP 2014. Com um estilo literário e investigativo, ela lançou Estação Terminal, em que conta uma das maiores tragédias em seu país. 2014. Disponível em: <<http://brasileiros.com.br/2014/07/em-busca-do-jornalismo-perdido/>>. Acesso em: 06/07/2015.

CARAMANTE, A. André Caramante: depoimento [abril. 2015]. Entrevistadoras: Daniela Oswald Ramos e Egle Müller Spinelli. São Paulo: 2015.

GONÇALVES, Vanessa. "**Vivemos a crise do jornalismo declaratório**", declara Laura Zommer do argentino Chequeado. Disponível em: <<http://goo.gl/ncNjm5>>. Acesso em: 03/07/2015.

McCHESNEY, Robert. W. **Digital Disconnect. How capitalism is turning the internet against democracy**. The New Press, New York: 2013.

MOCHKOFKY, Graciela. **Ilusões perdidas**. Uma repórter narra a sua trajetória, da glória à agonia dos grandes jornais. Revista Piauí, Flip, 2014. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/educacao-80/anais-do-jornalismo/ilusoes-perdidas>>. Acesso em: 04/07/2015.

LORES, Raul Juste. Circulação se torna principal fonte de receita para jornais. Folha de São Paulo, 2 de junho de 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/221292-circulacao-se-torna-principal-fonte-de-receita-para-jornais.shtml>>. Acesso em: 10/06/2015.

REDAÇÃO Portal Imprensa. **Portal argentino checa declarações de políticos, empresários e jornalistas**: 2014. Disponível em: <<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/internacional/69238/portal+argentino+checa+declaracoes+de+politicos+empresarios+e+jornalistas>>. Acesso em: 05/07/2015.

REVISTA Piauí. Laura Zommer, do Chequeado – Argentina, 2014. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/festivalpiaui/geral/laura-zommer-do-chequeado-argentina>>. Acesso em: 02/07/2015.

SERVA, Leão. **A desintegração dos jornais**. São Paulo: Editora Reflexão: 2014.

SPAGNUOLO, Sérgio. **A conta dos passalhos** - Um panorama sobre as demissões de jornalistas brasileiros desde 2012. Volt Data Lab, junho de 2015. Disponível em: <<http://www.voltdata.info/projetos/2015/interativo-passalhos>>. Acesso em: 28/06/2015.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias do jornalismo e da notícia**. Chapecó, Argos: 2002.