

**FORMAS DE FINANCIAMENTO E MANUTENÇÃO DO WEBJORNALISMO
INDEPENDENTE NO BRASIL: UMA REVISÃO DA LITERATURA
WAYS OF FINANCING AND MAINTENANCE OF INDEPENDENT WEB
JOURNALISM IN BRAZIL: A LITERATURE REVIEW**

Anderson Luan Santana Siqueira¹

Liana Vidigal Rocha²

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo uma revisão da literatura no que diz respeito às formas de manutenção e financiamento do webjornalismo independente brasileiro. Foram consultadas pesquisas, artigos científicos, periódicos e e-books, com autoria de Lacerda (2016), Alves e Bitar (2017), Fígaro *et al.* (2021), Zacariotti, Assis e Guimarães (2021), Galli (2018), Anderson, Bell e Shirky (2013). Dentre as principais formas de financiamento no país, destaca-se o financiamento virtual coletivo (do inglês *crowdfunding*). Conclui-se que há um grande desafio para a autossustentabilidade de veículos e iniciativas independentes, mas o *crowdfunding* e outras formas de captação de recursos *online* estão fortalecendo o webjornalismo independente no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: financiamento; webjornalismo independente; *crowdfunding*.

SUMMARY

The present work aims at a literature review regarding the forms of maintenance and financing of Brazilian independent web journalism. Research, scientific articles, journals and e-books were consulted, authored by Lacerda (2016), Alves and Bitar (2017), Fígaro *et al.* (2021), Zacariotti, Assis and Guimarães (2021), Galli (2018), Anderson, Bell and Shirky (2013). Among the main forms of financing in the country, the virtual crowdfunding stands out. It is concluded that there is a great challenge for the self-sustainability of independent vehicles and initiatives, but crowdfunding and other forms of online fundraising are strengthening independent web journalism in Brazil.

1 É Mestrando em Comunicação e Sociedade na Universidade Federal do Tocantins. jornalista.andersonsantana@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0003-4894-7781>.

2 É Professora do Mestrado em Comunicação e Sociedade na Universidade Federal do Tocantins. lianavidigal@mail.uft.edu.br; <https://orcid.org/0000-0001-7506-8577>.

<https://doi.org/10.23925/2318-5023.2022.n6.e60860>



NHENGATU
Revista iberoamericana para comunicação e cultura contra-hegemônica
Edição especial: Dossiê ComuniMídia | N° 6 ISSN: 2318-5023



KEYWORDS: financing; independent web journalism; crowdfunding.

INTRODUÇÃO

As transformações que o jornalismo passou remontam desde o seu surgimento, seja nas formas de produzir e distribuir as notícias, os meios utilizados, a linguagem ou os recursos empregados, é válido destacar que podem ser consideradas importantes ferramentas que refletem a realidade de uma determinada época e do seu povo.

A busca incessante por novas formas de atuação, especialmente desvinculadas dos grandes grupos de comunicação, levando em conta os interesses públicos e de contribuição plena para com a sociedade foram oportunizadas pela Internet, haja vista o baixo custo e a possibilidade de criar novas iniciativas jornalísticas apesar da escassez de recursos e mão de obra.

A respeito da manutenção e formas de financiar tais iniciativas, diversas pesquisas vêm estudando e apresentando importantes dados a respeito dessa nova realidade de atuação. Destaca-se que o financiamento, independente de verba pública publicitária ou propaganda empresarial, tem buscado o caminho da sustentabilidade coletiva, especialmente por parte dos leitores ou através das “vaquinhas virtuais”.

Essa prática pode oportunizar uma maior liberdade editorial, contribuindo com denúncias e investigações que combatem a corrupção em governos, entidades e organizações, por exemplo. Além de possibilitar uma maior credibilidade, visto que as críticas tecidas a determinados veículos da imprensa não se estendem aos arranjos e iniciativas livres e independentes, explicitamente com desinteresse de obter algum retorno ou benefício em detrimento deste ou daquele empresário, entidade ou governo.

Assim, é importante refletir sobre uma das contribuições do jornalismo digital independente no Brasil que, segundo Lacerda (2016, p. 75), refere-se, “à revigoração

da atividade como um serviço voltado para a transparência, a preservação dos direitos humanos e o fortalecimento da democracia.”

Destaca-se que a partir da revisão bibliográfica de pesquisas anteriores, artigos científicos, publicações em periódicos e e-books, foi possível identificar as principais fontes de financiamento do webjornalismo independente brasileiro na atualidade, especialmente o financiamento virtual coletivo conhecido como *crowdfunding*.

Mudanças do jornalismo na virada do século

No século 20, o jornalismo era praticado de cima para baixo, com o poder de decisão do que noticiar e como noticiar atribuído aos veículos de comunicação, limitando as informações que chegavam ao público a partir do seu interesse.

Nesse período, os *gatekeepers* decidiam que informação era aquilo que os demais cidadãos deveriam receber para serem livres e autogovernáveis. Havia controle do que era notícia, de quem poderia produzi-la e em que formato, para qual audiência e em que momento. Tudo isso daria base para procedimentos e valores normativos que legitimam a profissão e demarcavam sua jurisdição.

Entretanto, isso transformou-se totalmente no início do século 21, a partir da democratização da produção e compartilhamento de informações na sociedade em rede. O que nos faz refletir sobre uma *Crowdfunding* verdadeira substituição do modelo vertical e unidirecional, de cima para baixo, para um modelo horizontal e multidirecional, que possibilita mais diversidade e autonomia, além de participação do público na escolha pelo o quê e como noticiar.

A Internet pode ser vista como uma importante e indispensável ferramenta que oportunizou grande parte dessa mudança visto que, em meados da década de 1990, surgiram iniciativas de webjornalismo. Posteriormente, com as transformações

oportunizadas pela web, novos modelos de sustentação econômica foram possibilitados.

Em suma, o modelo de sustentação econômica vigente no jornalismo do século XVIII, primeiramente relacionado com o aspecto político-partidário, até o século XX, acaba constituindo uma relação de dependência com o setor publicitário e de anúncios para garantir a sustentação financeira dos veículos tradicionais, além do investimento em assinaturas de leitores, principalmente no meio impresso. Esta relação é modificada mais profundamente com o advento da internet, caracterizada pelo baixo custo, e o desenvolvimento de novas ferramentas, como as mídias sociais (ALVES e BITAR, 2017, p. 77 e 78).

Com o crescimento expressivo da cobertura e a ampliação da rede ao público geral no início do século 21, especialmente na segunda década, o Brasil vivenciou uma ampliação de iniciativas independentes e/ou alternativas às empresas de comunicação.

Se a primeira década do século 21 foi prioritariamente marcada pelo declínio, a segunda sinalizou um processo de renovação no jornalismo brasileiro. Aproveitando as oportunidades de se conectar ao público sem mais precisar da intermediação das corporações midiáticas e da sua engrenagem de produção e distribuição, grupos de jornalistas (levando a uma nova escala um movimento iniciado pelos blogs), começaram a montar novas organizações de comunicação, sem fins lucrativos, alargando as fronteiras das decisões e, naturalmente, dos discursos editoriais. Produtores de informação antes condicionados às diretrizes ideológicas e comerciais dos grupos que controlavam a grande imprensa passaram a trabalhar a informação a partir de filtros e valores mais diversos. (LACERDA, 2016, p.15 e 16).

Essa ampliação também deve-se ao fechamento de redações e encerramento das atividades de veículos de comunicação, conforme Fígaro *et al.* (2021, p. 14) destaca que os principais desafios para os jornalistas estão na perspectiva do emprego, levando em conta que a atuação em empresas tradicionais vai se esvaindo. Ainda assim, novas possibilidades surgem a partir da Internet, tendo em vista que as ferramentas de trabalho e a estrutura tecnológica tem custo menor se comparada às emissoras de televisão, por exemplo.

Esse cenário induz os profissionais a ingressarem em caminhos alternativos, em especial o webjornalismo independente, que torna-se uma via opcional para muitos jornalistas que vivenciam essa realidade.

Além da necessidade concreta de viabilizar o próprio trabalho, o jornalista sonha poder trabalhar sem as injunções da voz do patrão e das imposições do mercado publicitário. Para isso, recorre à possibilidade de construir novos meios de comunicação jornalísticos. Sites e blogs aparecem como possibilidade de produção de um jornalismo independente e alternativo. (FÍGARO *et al.* 2021, p. 14)

Possivelmente, através de um caminho independente, há uma renovação de esperança na atuação profissional e uma relevante contribuição para a sociedade. Semelhante à visão de Fígaro *et al.* (2021), Lacerda (2016) pondera que o jornalismo independente através da web possibilita uma inovação disruptiva, com importante contribuição para a profissão, os modos de fazer e distribuir conteúdos noticiosos, bem como a preservação do interesse público e benéfico à sociedade.

O jornalismo digital independente retoma o conceito de jornalismo a serviço do interesse público e do fortalecimento da democracia – que veio sendo gradualmente preterido diante do uso da notícia como mercadoria ou ferramenta ideológica ao longo do século 20 (*idem*). E o faz a partir da incorporação de novos atores a esse processo e das

traduções que a função social do jornalismo vai ganhando a partir daí. Caminha-se em direção a uma interseção cada vez maior entre jornalistas, profissionais de outras áreas e consumidores, em várias etapas do pensar e fazer jornalísticos. Esta é uma inovação disruptiva que apresenta alternativas para a postura defensiva adotada pela imprensa tradicional diante da reconfiguração do consumo, produção e compartilhamento de notícias – que agravou a crise enfrentada pelas corporações. (LACERDA, 2016, p.81)

Tornar possível a atuação de formas alternativas de trabalho não se resume somente à escassez de oportunidade de emprego, mas, ao mesmo tempo, é um reflexo da insatisfação com a situação do jornalismo nas grandes empresas. Não somente pela escassez de oportunidades de atuação na mídia tradicional, mas pela perda da credibilidade e a busca por independência fazem surgir novos arranjos jornalísticos, iniciativas que buscam liberdade editorial, política, religiosa etc.

É possível citar como exemplo a Agência Pública, considerada a primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil que, além de fomentar investigações independentes e em parceria com organizações internacionais, não recebe verba pública publicitária e realiza financiamentos coletivos através de campanhas de doações dos internautas.

As primeiras décadas do século 21 têm visto surgir uma série de projetos jornalísticos sem fins lucrativos, que se constituem e se apresentam como alternativas à imprensa tradicional, em reação à perda de qualidade e credibilidade do jornalismo praticado pelas corporações do setor e à sua insistência em demarcar sua hierarquia e controle sobre a produção da notícia, em uma época que viabiliza e celebra a democratização da informação. (LACERDA, 2016,p.67).

Outras iniciativas, como a agência de dados Fiquem Sabendo, o The Intercept Brasil, o Marco Zero Conteúdo (PE) e o Nexu Jornal (SP) também buscam no

financiamento coletivo pela Internet, seja através de plataformas de *crowdfunding* ou direto nos seus sites, um caminho de manutenção das suas atividades.

Um dos aspectos que mais se sobressalta do *crowdfunding* é a possibilidade de pessoas dispersas geograficamente poderem colaborar com recursos para a construção de um projeto. Uma rede de indivíduos conectados não só por computadores, mas por interesses e afinidades, acaba tendo o aspecto de localização física das pessoas como algo secundário. No jornalismo, em específico, esta é uma questão central, já que os anúncios nos veículos de comunicação são vendidos com base na fatia populacional que será atingida, usando os dados demográficos como diferenciais. (GALLI, 2018, p.74).

Na maioria das vezes, os recursos conquistados nas campanhas são revertidos para o jornalista e o pagamento da sua remuneração, deslocamento, equipamentos etc. Comumente, o jornalista idealizador utiliza o dinheiro para custear profissionais de apoio, a exemplo de cinegrafistas, fotógrafos, tradutores e ilustradores.

Sobre o *crowdfunding*, a construção coletiva acontece através de doações, em geral de pequenos valores que juntos tornam possível a quantia suficiente para colocar em prática algum projeto.

O conceito de *crowdfunding* filantrópico também pode colaborar na conceitualização que buscamos aqui. Os jornalistas geram textos de mídia que podem ser interpretados tanto como produtos culturais, quanto como objetos de ação política direta. Não é à toa que grande parte das campanhas de *crowdfunding* do jornalismo no site Catarse são de produção de reportagens investigativas sobre temas sociais. Interpretamos que há uma expectativa de resolução de problemas com a exposição da situação por meio de reportagens. (GALLI, 2018, p. 75).

Seja em campanhas pontuais, por exemplo, para a produção de uma reportagem investigativa ou para a cobertura eleitoral, ou ainda para manutenção de uma iniciativa permanentemente.

Pesquisas recentes: modelos de financiamento no Brasil

Um grupo de estudiosos do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, da Escola de Comunicações e Artes, na Universidade de São Paulo, iniciou uma pesquisa nacional a partir dos questionamentos: como os jornalistas organizados em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia sustentam sua autonomia no trabalho e como esses jornalistas mobilizam os dispositivos comunicacionais a seu dispor para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico?

O estudo conseguiu identificar 70 arranjos de jornalismo independente e/ou alternativo, fruto de uma nova realidade tecnológica.

Os resultados dessa etapa da pesquisa mostram que são iniciativas recentes com menos de cinco anos, que apareceram sobretudo entre 2011 e 2015, estimulados pela ampla participação da sociedade na arena pública e pelo advento dos meios técnicos mais leves, baratos e com ampla margem de recursos para o trabalho em plataformas digitais. A maioria declara-se sem vínculo a movimentos sociais e a partidos e se posicionam entre o alternativo e o independente aos conglomerados de mídia ou às influências políticas e econômicas do Estado e do mercado. (FÍGARO *et al.* 2021, p. 31).

Diante desse cenário, o estudo apresenta uma realidade conflitante: as formas de sustentação são precárias, com graves problemas para conseguir remuneração para os jornalistas. Indagados pelos questionamentos de como praticar um jornalismo que dá voz ao diferente, ao discurso de contraposição e como remunerar o trabalho e viabilizar o arranjo de forma sustentável, puderam conduzir a

pesquisa mais ampla e recente acerca dos novos arranjos de jornalismo independente e/ou alternativo.

A pesquisa identificou que a maior problemática é o financiamento, senão a principal, visto que, na maioria das vezes, o trabalho é voluntário, sem qualquer certeza sobre quando ou como vão se sustentar as atividades jornalísticas desempenhadas no arranjo.

Em busca de viabilizar uma sustentação diferente dos veículos tradicionais, que envolve a publicidade governamental, por exemplo, as iniciativas tentam doações do público, “*crowdfunding*, projetos em editais públicos, fundações privadas nacionais e internacionais, venda de serviços não vinculados diretamente ao jornalismo, venda de serviços de comunicação” (FÍGARO *et al.* 2021, p. 34).

Constatação semelhante fizeram Zacariotti, Assis e Guimarães (2021, p. 104) ao perceber que as iniciativas independentes (configuradas como arranjos alternativos) enfrentam o desafio da manutenção econômica a partir de meios de financiamento diversos. “Por conta das dificuldades econômicas, por exemplo, muitos profissionais que atuam em tais organizações têm de conciliar o trabalho desempenhado nos arranjos com outras práticas profissionais.” (ZACARIOTTI, ASSIS E GUIMARÃES, 2021, p. 104)

Diante da complexidade desse cenário, a dificuldade de financiamento corrobora com a precarização das condições de trabalho de tais profissionais.

Esse *modus operandi* leva a refletir que, diante da impossibilidade de financiar adequadamente o jornalismo independente, tais arranjos instituem flexibilizações no mundo do trabalho, que resvalam em um modo precário de exercer o jornalismo. Poucos jornalistas pertencentes aos arranjos pesquisados possuem registro na carteira de trabalho, por exemplo. No processo de produção da notícia, também foi identificada a precarização. Muitos jornalistas utilizam recursos pessoais, em casa, para produzir seus serviços e, ainda,

financiam seus próprios encargos trabalhistas. (ZACARIOTTI, ASSIS E GUIMARÃES, 2021, p. 113)

Segundo Alves e Bitar (2017, p.80) - pesquisadores da Universidade Federal do Tocantins que realizaram um levantamento a partir de diversas fontes sobre as principais formas de financiamento das iniciativas sem fins lucrativos no Brasil -, as fontes de financiamento mais utilizadas são doações e receitas geradas, além de investimento próprio. Recursos advindos de fundações filantrópicas e entidades; editais; premiações; doações; *crowdfunding*; doações decorrentes da adesão de programas de associação; receita gerada; patrocínios corporativos; eventos; publicidade; syndication; assinatura e prestação de serviços.

Quadro 1 – Fontes de financiamento

Formas de manutenção	Especificidades
Financiamentos de fundações filantrópicas ou entidades	Captação de recursos a partir de doações de fundações filantrópicas, entidades privadas ou ONGs.
Editais	Entidades que lançam editais que podem financiar projetos jornalísticos, com ampla participação e concorrência de veículos e profissionais.
Premiações	Financiamentos de organizações que promovem premiações em dinheiro para reportagens ou projetos com temas diversos.
Crowdfunding	O financiamento coletivo, também conhecido no Brasil como vaquinha virtual, tem o objetivo de que várias pessoas contribuam para viabilizar o custeio de um projeto ou reportagem.

Doações decorrentes da adesão de programas de associação	Programas de membresia, fidelidade ou apoio que podem oferecer recompensas para apoiadores.
Patrocínios corporativos	Corporações que apoiam financeiramente um projeto ou iniciativa.
Eventos	Eventos sobre inovação na área, por exemplo, com cobrança de taxa de inscrição.
Publicidade	Marcas que anunciam nos veículos.
Syndication(Venda de conteúdo para outras organizações)	Replicação do conteúdo por outros veículos mas com contrapartida financeira.
Assinatura	O <i>paywall</i> ou <i>muro de pago</i> possibilita que determinados conteúdos sejam acessados apenas por quem contrata a assinatura.
Prestação de serviços	Treinamentos, oficinas, edições de materiais em áudio, texto, foto ou vídeo pagos por terceiros, que pode ser para um serviço externo ao veículo.
Investimento Próprio	Financiamento com recursos dos próprios jornalistas que atuam em determinada iniciativa, geralmente independentes ou que estejam iniciando.

Fonte: Elaborada com base em Alves e Bitar (2017, p. 81-86).

A respeito de tais formas de financiamento, é possível fazer uma ponte com a pesquisa conduzida por Fíguro (2021). Um importante questionamento levantado é sobre a independência, do ponto de vista da origem do financiamento, especialmente de entidades estrangeiras.

A independência financeira é fundamental e, nesse sentido, os novos arranjos são independentes porque sobrevivem a duras penas da prestação de serviços diversos: de cursos e palestras a freelancer em trabalhos paralelos. Mas e os independentes que recebem financiamento de fundações estrangeiras? De que independência se está falando? Certamente, como forma e conteúdo são traços de um mesmo sentido, há de se buscar desvendar o independente de sua aura de autonomia e de não compromisso. Buscar nele as marcas deixadas pela linha editorial, pelas pautas e também pelos relacionamentos construídos. Nesse aspecto, pudemos verificar que há uma escala de compreensão para o termo independente. (FÍGARO *et al.* 2021, p. 35).

A pesquisa induz à reflexão acerca da atuação livre, desvincilhada dos interesses comerciais. Nesse sentido, é possível afirmar que apesar de haver uma crença de independência como valor inerente ao jornalismo, a interferência de patrocinadores e interessados não pode jamais estar presente em uma iniciativa que se diz independente.

Um exemplo de iniciativa independente que se beneficia de financiamentos internacionais é o InfoAmazônia, recentemente contemplado, em 2021, no projeto de apoio financeiro do Google, o Desafio da Inovação da *Google News Initiative* na América Latina³. Juntamente com a agência Fiquem Sabendo, App Cívico, Revista AzMina, Marco Zero Conteúdo, Projeto #Colabora e outros veículos jornalísticos.

Compartilhamento do financiamento

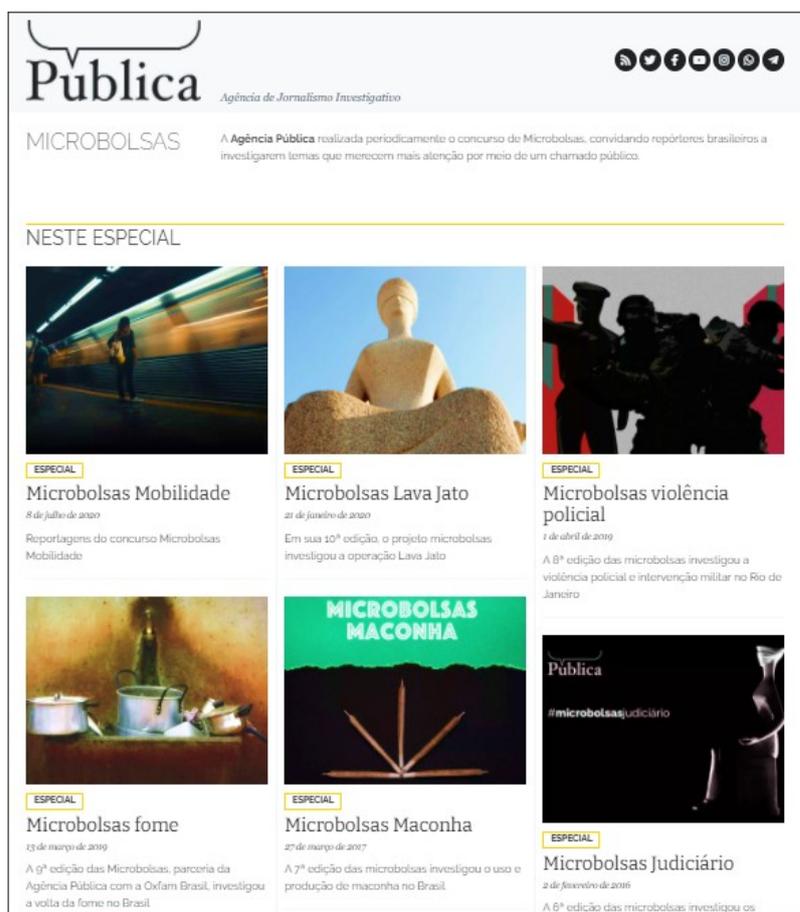
Além de receber o financiamento, seja através de *crowdfunding*, recursos internacionais ou outras fontes, muitas iniciativas de webjornalismo independente

³https://brasil.googleblog.com/2021/07/desafio-da-inovacao-gni-2021-projetos-selecionados.html?m=1&fbclid=IwAR0bujwlgdtqHHV-halrRN2sy0NK1oyEJy_m1E4G3AhII768LD7zZDpdppg

compartilham e contemplam profissionais externos para desenvolverem projetos ou realizar reportagens investigativas especiais sobre variados temas.

A Agência Pública, por exemplo, através desse modelo de cobertura e atuação nacional, oportuniza a participação de diversos profissionais de todas as regiões do país, sem vínculo direto com a iniciativa, através do Programa de Microbolsas para Reportagens Investigativas e que já está em sua 14ª edição. O projeto torna possível viabilizar financeiramente o trabalho investigativo de jornalistas dos mais diversos segmentos, entre tecnologia, saúde, educação, política, meio ambiente, entre outros; além de compartilhar os recursos advindos da sociedade civil. “A Agência Pública realiza periodicamente o concurso de Microbolsas, convidando repórteres brasileiros a investigarem temas que merecem mais atenção por meio de um chamado público.” (AGÊNCIA PÚBLICA, 2021).

Figura1: Site do Projeto de Microbolsas Agência Pública



⁴ Fonte: Agência Pública, 2022.

Tais ações corroboram para viabilizar o jornalismo independente, reduzindo a precariedade, ainda que não sejam constantes formas de financiamento ao longo do ano. É preciso reafirmar a profissionalização dessa categoria, indo além das crenças de atividades meramente voluntárias devido à escassez de recursos. “É verdade que

⁴ <https://apublica.org/especial/microbolsa/>

em alguns momentos se faz jornalismo sem fins lucrativos como uma atividade paralela, quase como em projetos sociais ou voluntariado” (GALLI, 2018, p. 60).

O pesquisador considera que, ao mesmo tempo, iniciativas independentes e de grandes veículos de comunicação estão conseguindo mostrar que a prática profissionalizada tem se consolidado.

Ao tratar do tema do jornalismo sem fins lucrativos é comum a resistência provocada pela ideia de que seria uma atividade feita apenas pelo amor dos profissionais ao conteúdo produzido e que colocaria o jornalista em uma posição de precariedade pela baixa ou inexistente remuneração. É necessário, porém, ter a consciência de que a prática não é sinônimo de caridade. (GALLI, 2018, p.60 e 61)

Ainda que nos últimos anos a possibilidade de produzir e compartilhar informações esteja indo além da produção advinda de profissionais da área, mas também do público.

Não há como olhar para novas experiências no jornalismo sem fins lucrativos e acreditar que o jornalismo está seguro nas mãos de empresas voltadas ao lucro. E não há como olhar para experiências de financiamento coletivo de jornalismo ou para a cobertura de manifestações de protesto via celular, e acreditar que só profissionais e instituições da imprensa podem tornar a informação pública. (ANDERSON, BELL e SHIRKY, 2013, p.32)

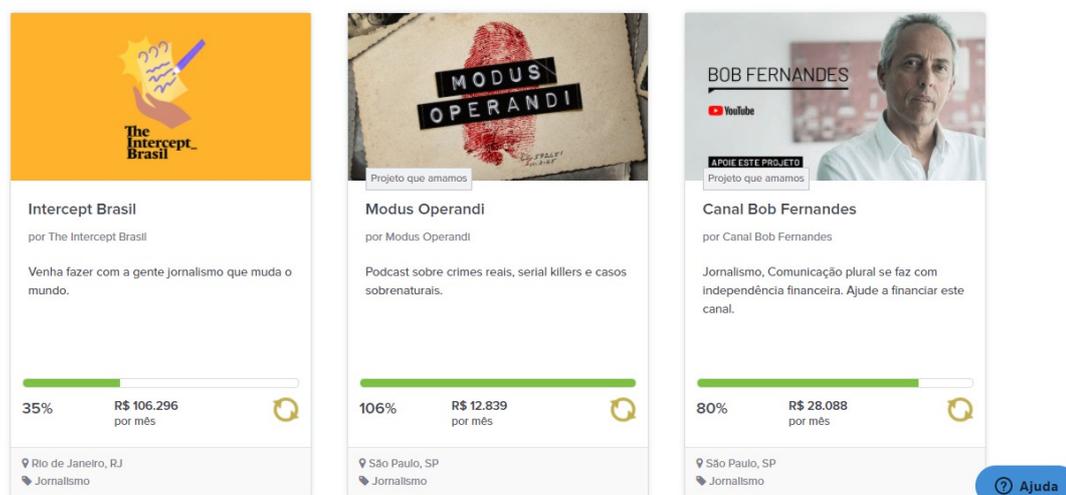
A cobertura de manifestações realizada por diversos coletivos de jornalistas continua desenvolvendo um importante trabalho e um bom exemplo financiado através de campanhas *online*, especialmente via sites desse gênero, como é o caso do Catarse, plataforma considerada precursora do financiamento coletivo virtual no Brasil. É através dela que centenas de iniciativas conseguem doadores para projetos e reportagens especiais, como a agência de dados independente Fiquem Sabendo, especializada na Lei de Acesso à Informação (LAI).

Crowdfunding, uma luz no fim do túnel

No Brasil, o Catarse é uma das principais plataformas de financiamento coletivo, sendo a mais popular dentre as iniciativas jornalísticas independentes que buscam no *crowdfunding* a sua manutenção. Em janeiro de 2022, a plataforma Catarse contava com 477 projetos cadastrados somente de cunho jornalístico, entre novas e antigas iniciativas (portais, blogs, canais no YouTube, podcasts etc).

Figura 2: Site do Catarse, aba de projetos jornalísticos.⁵

477 projetos encontrados



Fonte: Catarse, janeiro de 2022.

No que diz respeito à motivação dos doadores que contribuem através de *crowdfunding* pode haver um interesse de contribuir com mudanças na atual realidade.

⁵ catarse.me/explore?ref=ctrse_header&category_id=15&filter=all

A motivação de quem financia nem sempre tem a ver com a vontade ou necessidade de adquirir o produto, mas pode estar carregada de um sentimento de caridade ou patronagem. O doador quer ver o projeto acontecer por identificar relevância na execução dele e por entender que, de alguma forma pode resolver um problema, tornar o mundo melhor ou apenas propiciar que um artista continue criando obras. Pedir exige que haja confiança de quem pede em quem está doando. (GALLI, 2018, p.69)

Para o estudioso, no *crowdfunding* parece que há a realidade de um público não mais satisfeito somente no consumo do conteúdo, mas também com “possibilidades de colaborar na sua construção, seja doando ou participando do processo de construção mais ativamente”. (GALLI, 2018, p.72)

Breves considerações

Diante do exposto, é importante destacar que para chegar ao patamar de autossustentabilidade é necessário conquistar a autonomia financeira, um árduo caminho que tem sido percorrido por algumas iniciativas no Brasil e no mundo com variadas fontes de financiamento, mas ainda limitadas. Além disso, é preciso ponderar que a cultura de financiamento coletivo chegou há poucos anos no país mas já têm contribuído consideravelmente com a manutenção de projetos e o custeio de iniciativas.

A literatura consultada comprova que existem opções para além da publicidade tradicional e assinaturas. Porém, faz-se necessário investigar, por exemplo, se os jornalistas têm: 1) esse conhecimento; 2) equipe para desenvolver a parte financeira; 3) capacidade para investir tempo e empenho nessa diversificação de financiamentos. Em suma, as novas formas de financiamento possibilitam e fortalecem as iniciativas de webjornalismo independente, podendo colocar o doador

em uma posição menos hierárquica, o que viabiliza alternativas de obter auxílio nesse processo criativo.

Contudo, diferente de muitas das ações que se utilizam de financiamento coletivo, comumente com a participação ativa do público nas escolhas e tomadas de decisão, é válido refletir sobre a não-interferência na produção do seu conteúdo, tendo em vista o aceite de pautas e sugestões de reportagens, justamente para se diferenciar do modo tradicional em veículos que possuem linhas editoriais rígidas e com interesses comerciais que podam os profissionais.

Conclui-se, portanto, que novas formas de financiamento corroboram com a manutenção da essência do webjornalismo brasileiro desvencilhado de amarras comerciais e empresariais, nesse sentido considerado independente, o que possibilita a plena execução da sua função social e o cumprimento do dever de informar.

Referências Bibliográficas

ALVES, Yago Modesto; BITAR, Marina Parreira Barros. **Novas formas de financiamento no jornalismo sem fins lucrativos**. In: Prisma.com, Porto, n. 33, 2017, p. 72-89. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/87421#:~:text=O%20mapeamento%20da%20Ag%C3%Aancia%20P%C3%ABlica,Eventos%2C%20Pr%C3%AAmios%2C%20Assinaturas%2C%20al%C3%A9m>. Acesso em: 12 jan. 2023.

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay; FÉLIX, Ada (tradução). **Jornalismo PósIndustrial: adaptação aos novos tempos**. In: Revista de Jornalismo da ESPM, São Paulo, ano 2, n. 2, p. 30-89, trimestre abr/maio/jun. 2013. Disponível em: <http://loja.espm.br/revista/o-jornalismo-pos-industrial>. Acesso em: 03 jan. 2023.

FIGARO, Roseli *et al.* **Arranjos jornalísticos: organização, sustentação, formas de trabalho e discurso jornalístico**. In: FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia (org.). **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas produtivas**. São Paulo: ECA-USP/Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/E-book_Arranjos-Jornalisticos_Brasil.pdf. Acesso em: 15 jan. 2023.

GALLI, Gabriel. **Crowdfunding no jornalismo: a utilização das práticas de financiamento coletivo como indicadores das mudanças na atuação de jornalistas**. 2018. 282 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Pessoal) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/7942/2/GABRIEL_GALLI_DIS.pdf. Acesso em: 17 jan. 2023.

JORNALISMO. **Catarse**, [S. /], [20--]. Disponível em: <https://crowdfunding.catarse.me/jornalismo>. Acesso em: 20 jan. 2023.

LACERDA, Daniela Maria de. **O jornalismo digital independente no Brasil e a busca da credibilidade perdida**. 2016. 121 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/21304>. Acesso em: 05 jan. 2021.

<https://doi.org/10.23925/2318-5023.2022.n6.e60860>



MICROBOLSAS. **Pública**, [S. l.], [20--]. Disponível em: <https://apublica.org/especial/microbolsa/>. Acesso em: 18 jan. 2023.

ZACARIOTTI, Marluce; ASSIS, Ingrid Pereira de; GUIMARÃES, Valquíria. Novos arranjos jornalísticos alternativos: uma investigação em duas capitais do Centro-Norte brasileiro. *In*: FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia (org.). **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil**: organização, sustentação e rotinas produtivas. São Paulo: ECA-USP/Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/E-book_Arranjos-Jornalisticos_Brasil.pdf. Acesso em: 10 jan. 2023.