

Marluce Zacariotti

**Mapeamento de novos arranjos jornalísticos alternativos às coporações de mídia em Protugal: características e modos de produção**

Relatório apresentado à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para cumprimento do programa de pós-doutoramento em Ciências da Comunicação, sob a supervisão do Prof. Doutor Jorge Pedro Sousa.

Universidade Fernando Pessoa  
Porto 2023

---

## RESUMO

Este trabalho apresenta o relatório de pesquisa de pós-doutoramento: “**Mapeamento de novos arranjos jornalísticos alternativos às coporações de mídia em Portugal: características e modos de produção**”. O estudo busca identificar novos arranjos econômicos alternativos à mídia tradicional como forma de entender como esses veículos se financiam, como os jornalistas inseridos nestes arranjos sustentam a sua autonomia e como desenvolvem a produção jornalística. Utilizou-se de dados e metodologia de pesquisa similar, realizada no Brasil, pelo Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho (CPCT – ECA/USP), para desenvolver o estudo. A pesquisa é de cunho qualitativo, exploratória, tendo como técnicas de levantamento de dados questionário e entrevista. Identificaram-se vinte e seis arranjos, que foram categorizados em relação à autodenominação, tipo de publicação, tempo de atuação, forma de sustentação e modos de produção. Após o mapeamento os dados foram sistematizados e descritos. A maioria dos veículos encontrados assume-se independente, principalmente por não dependerem de recursos advindos de publicidade – doação/editais/bolsas/patrocínios (41,3%); espaço publicitário (19,6%); assinaturas e adesões como sócios (19,6%); parcerias e apoios (9,4%); prestações de serviços, cursos/eventos e loja (7,9%) e fontes não informadas (2%). Os arranjos dizem ter autonomia editorial; buscam pautar temas que a grande mídia invisibiliza e a produção é marcada por técnicas jornalísticas que permitem o aprofundamento do tema: reportagens/grandes reportagens; jornalismo de investigação; jornalismo de dados. Apesar de a maioria produzir veículos generalistas, temas de cultura e sociedade (minorias, questões ambientais e lusofonia) são priorizados, além de boa parte dos arranjos demonstrar marcas de regionalidade ao relacionar o local físico de atuação ou seu alcance; ao identificar o local no nome do veículo ou ao utilizar expressões com sentido de pertencimento. Foi possível traçar aproximações e distanciamentos entre o fazer jornalístico desses arranjos em Portugal e do que se convencionou chamar de mídia tradicional, além de entender um pouco mais sobre a configuração dos novos arranjos jornalísticos e as implicações no campo de trabalho do jornalista. Acreditamos que a contribuição deste estudo seja a sistematização de dados acerca dos arranjos alternativos em Portugal e para a discussão de problemáticas, como a precarização do trabalho, o processo de produção e o financiamento do jornalismo alternativo/independente no País.

---

## ABSTRACT

This work presents the post-doctoral research report: “Mapping of new journalistic arrangements alternative to media corporations in Portugal: characteristics and modes of production”. The study seeks to identify new economic arrangements alternative to traditional media as a way of understanding how these vehicles finance themselves, how journalists inserted in these arrangements sustain their autonomy and how they develop journalistic production. Data and research methodology similar to that carried out in Brazil by the Communication and Work Research Center (CPCT - ECA/USP) were used to develop the study. The research is qualitative, exploratory, using questionnaire and interview as data collection techniques. Twenty-six arrangements were identified, which were categorized in relation to self-denomination, type of publication, time of operation, form of support and modes of production. After mapping, the data were systematized and described. Most of the vehicles found are independent, mainly because they do not depend on resources from advertising - donation/edicts/grants/sponsorships (41.3%); advertising space (19.6%); subscriptions and memberships as members (19.6%); partnerships and support (9.4%); service provision, courses/events and store (7.9%) and sources not informed (2%). The arrangements claim to have editorial autonomy; seek to prioritize themes that the mainstream media invisibilizes and production is marked by journalistic techniques that allow for deepening of the theme: reports/large reports; investigative journalism; data journalism. Despite most producing generalist vehicles, culture and society themes (minorities, environmental issues and lusophony) are prioritized, in addition to a good part of the arrangements demonstrating regional marks when relating the physical location of operation or its reach; when identifying the location in the name of the vehicle or when using expressions with a sense of belonging. It was possible to trace approximations and distances between the journalistic doing of these arrangements in Portugal and what has been called traditional media, in addition to understanding a little more about the configuration of new journalistic arrangements and the implications in the field of work of the journalist. We believe that the contribution of this study is the systematization of data about alternative arrangements in Portugal and for the discussion of problems such as precariousness of work, production process and financing of alternative/independent journalism in the country.

---

## AGRADECIMENTOS

Gratidão é sentimento justo, honesto e necessário. Ninguém faz nada sozinho, ainda que o processo de pesquisa, muitas vezes, seja solitário.

Minha reverência primeira vai para minha família, que é minha base e meu esteio: meu marido, meus filhos.

Aos meus colegas de pós-doutorado, Rogério Borges e Flávia Guidotti: como foi bom dividir esse tempo aqui na Europa com vocês. Momentos de aprendizados, trocas, brindes, risadas. Na bagagem de vida, somo essa amizade boa, que nasceu nas terras portuguesas.

Gratidão imensa ao querido Jorge Pedro Sousa, nosso supervisor: mais do que um mestre inspirador, é um ser humano que, com grande generosidade e humildade acadêmica, eleva a partilha de conhecimento a outro nível. Entre boleias, cafés, vinhos, lugares e pessoas JP nos ajuda a unir o bem-viver ao bem-saber. Obrigada de verdade por todos os momentos que oportunizou. Tenha a certeza de que foi possível me sentir em casa, no Porto!

À Universidade Fernando Pessoa, meu agradecimento por me receber e pela oportunidade de ampliar meus horizontes acadêmicos.

Aos veículos investigados, especialmente os que responderam ao questionário e cederam um pouco do seu tempo nas entrevistas: grata por entenderem e valorizarem a pesquisa.

Por fim, a todos e todas que conheci em Portugal. Foi especial estar com vocês!

---

## ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	07
<b>CAPÍTULO I – O jornalismo no cenário contemporâneo .....</b>	<b>17</b>
<b>1.1. Jornalismo em Portugal: algumas referências .....</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO II – Novos arranjos alternativos em Portugal: apresentação dos dados.....</b>	<b>24</b>
CONCLUSÃO.....	41
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	44
PRODUÇÃO BIBLIOGRÁFICA NO ÂMBITO DO PROGRAMA .....	48
APÊNDICES .....	50

---

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 .....	25
FIGURA 2 .....	25
FIGURA 3 .....	27
FIGURA 4 .....	27
FIGURA 5 .....	28
FIGURA 6 .....	30
FIGURA 7 .....	31
FIGURA 8 .....	31
FIGURA 9 .....	33
FIGURA 10 .....	33
FIGURA 11 .....	34
FIGURA 12 .....	35
FIGURA 13 .....	35
FIGURA 14 .....	40

---

## INTRODUÇÃO

A revolução tecnológica, especialmente das mídias digitais trouxe um novo cenário para o mundo do trabalho de um modo geral. No caso do jornalismo, uma das mudanças mais significativas tem a ver com o processo de produção e de consumo da informação. Os meios portáteis, os smartphones conectados à Internet possibilitaram até a mudança entre o polo emissor e receptor, tirando das mãos das corporações de mídia a exclusividade na produção de informações e de notícias (Fígaro *et al*, 2013). Fora isso, na história do jornalismo pode-se dizer que muitos veículos alternativos surgiram se contrapondo à produção massiva e comercial, às formas discursivas dominantes, como pontuaram Nonato et al (2018). Ou seja, estamos vivendo um processo de mudança das configurações de produção e de circulação de informações em que a comunicação tradicional perde espaço para as mídias móveis.

No mundo do trabalho, as consequências são visíveis. Se por um lado, o surgimento de novos veículos independentes pode ser uma possibilidade; por outro há de se pensar nos moldes dessa reconfiguração, o que isso implica tanto em termos da construção da notícia como nos aspectos dos direitos trabalhistas, das condições de trabalho, dos modos de produção, das relações sociais e éticas.

A problemática dessa pesquisa, portanto, tem a ver com esse cenário e situa-se nas seguintes questões: como esses arranjos alternativos às corporações de mídia sustentam seu trabalho? Como eles mobilizam os dispositivos comunicacionais para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico?

Pesquisas realizadas recentemente no Brasil comprovam a mudança no mundo do trabalho do jornalista, especialmente após a revolução digital. Uma delas, realizada entre 2009 e 2012, por pesquisadores do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, da Universidade de São Paulo (ECA/USP), com apoio da Fundação de Apoio à Pesquisa de São Paulo (Fapesp), foi focada em São Paulo, o Estado que detém o maior número de jornalistas brasileiros. Trata-se da pesquisa “O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo - um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo”. Utilizando triangulação metodológica (Fígaro, 2014), associando técnicas de

---

levantamento de dados, a pesquisa traça um perfil dos profissionais a partir do seu ponto de vista sobre o trabalho, além dos hábitos culturais e de consumo. Outra pesquisa, realizada em nível nacional por pesquisadores do Núcleo de Estudos sobre Transformações no Mundo do Trabalho, da Universidade Federal de Santa Catarina (TMT/UFSC), em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), em 2012, mostra o perfil dos jornalistas brasileiros a partir de suas características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico. Esta pesquisa, coordenada pelo prof. Dr. Samuel Pantoja Lima (UFSC/Retij/SBPjor), foi atualizada, com dados colhidos nacionalmente por grupos de pesquisadores, em 2021. Os dados apontam que a precarização do trabalho avançou significativamente a partir de vários indicadores: nos tipos de contratação, o volume de vínculos CLT (carteira de trabalho formal) reduziu e as formas precárias chegam a 24% (freelancers, prestação de serviços sem contrato, Pessoa Jurídica e Micro Empresário Individual). Em termos da jornada de trabalho, o percentual de jornalistas com carga diária superior a 8h permanece alarmante: 42,2%. E os indicadores de saúde confirmam que a deterioração das condições de trabalho produz efeitos nocivos sobre jornalistas, em especial o nível de estresse e a disseminação das formas de assédio moral. (Lima *et.al.*, 2022).

Tais pesquisas trazem pontos importantes sobre modos de produção jornalísticos e sobre o perfil dos jornalistas, bem como sobre alterações no mercado de trabalho. Entre os fatores relevantes pode-se citar a diminuição de postos de trabalho nas empresas tradicionais de comunicação; a migração de jornalistas para mídias digitais (sites, blogs, canais de streaming, Youtube e redes sociais) e a precarização do trabalho.

Outro estudo, que se insere nas preocupações descritas no cenário do mundo do trabalho do jornalista na contemporaneidade, foi desenvolvido pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), da Universidade de São Paulo, coordenado pela Profa. Dra. Roseli Fígaro: “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos<sup>1</sup> econômicos alternativos às corporações de mídia”. O trabalho teve como objetivo principal analisar as relações de comunicação e as condições de produção da atividade jornalística em arranjos econômicos ‘alternativos’ às grandes

---

<sup>1</sup> O conceito de arranjo, como usado na pesquisa, advém de reflexão teórica a partir da observação das situações de trabalho, da coleta e mapeamento de dados sobre as formas de organização de experientes, novos e jovens jornalistas, que buscam alternativas de trabalho aos conglomerados de mídias hegemônicas. Ver mais em Fígaro, Roseli; Nonato, Cláudia (2021).

---

corporações de mídia. Procurou, ainda, analisar a viabilidade das formas de sustentação desses ‘arranjos econômicos alternativos’ bem como discutir o que se entende por ‘alternativo/independente’. Além disso, buscou compreender em que modelo de constituição jurídica – empresarial, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) ou cooperativas – se pautam tais arranjos e como se organizam as relações de comunicação e trabalho, que podem estar sujeitas aos imperativos de eficiência, rentabilidade, metas e resultados, característicos dos formatos empresariais. Nesse sentido, a proposta foi problematizar sobre os seguintes questionamentos: como os jornalistas organizados em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia sustentam sua autonomia no trabalho?; como os jornalistas organizados em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia mobilizam os dispositivos comunicacionais a seu dispor para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico?; as prescrições formuladas nesses arranjos econômicos alternativos instituem relações de comunicação mais democráticas e compartilhadas no processo de trabalho?

A pesquisa, que se ateve ao estado de São Paulo, resultou em um livro, organizado por Roseli Fígaro, sob o título “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia”. Além disso, também foi criada uma rede de pesquisa e um grupo de trabalho de pesquisadores associados à Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor), dos quais fazemos parte. A rede foi criada para que a pesquisa fosse replicada em todos os estados brasileiros.

Por meio dessa rede de pesquisa, professores pesquisadores em todo o Brasil se propuseram a desenvolver o estudo sobre o mundo do trabalho do jornalista em seus respectivos Estados. No nosso caso, coordenamos o levantamento de dados no Tocantins (região norte) e em Goiás (região centro-oeste). O resultado desta pesquisa nacional está descrito no livro “Arranjos Jornalísticos Alternativos e Independentes no Brasil: Organização, sustentação e rotinas produtivas (Fígaro; Nonato, [Orgs], 2021). Entre os resultados apontados, pode-se citar a precarização e as dificuldades de sustentabilidade como problemas comuns à maioria dos arranjos investigados em todos os Estados. Mas, de modo previsível, a desigualdade social e econômica, no Brasil, que se manifestam em assimetrias regionais, também é perceptível no campo de trabalho para jornalistas. No caso de estado do Sul e do Sudeste, onde há mais empresas, indústrias e onde se

---

concentram as maiores cidades, há mais facilidade para o trabalho de jornalistas, seja nos meios tradicionais, seja em novos modelos de negócios ou arranjos jornalísticos.

O fato é que as transformações no mundo do trabalho de um modo geral e do jornalismo, nosso objeto de estudo, relacionam-se, principalmente, com a centralidade das mídias digitais, da cibercultura (Lemos, 2005), e do avanço de uma economia neoliberal ancorada no capitalismo avançado. E os impactos disto, em todos os aspectos, ainda estão sendo tateados, mapeados, levantados. Entender os movimentos da comunicação, do jornalismo e dos jornalistas pode ser uma ótima forma de compreender outros aspectos da vida social. Como nos lembram Pinto & Sousa (1998 b, online, s/p.):

Se os jornalistas são agentes activos no processo jornalístico de produção de informação de actualidade, conhecê-los parece ser um contributo importante quando se pretende apurar por que razão temos as notícias que temos e não outras e por que razão as notícias que temos são como são.

Para além de ser possível compreender modos de produção das notícias, saber mais sobre os jornalistas, sobre sua atuação, tendo como viés a categoria trabalho, nos coloca frente aos desafios que o jornalista e o jornalismo encontram nesse contexto da sociedade da informação e da comunicação. Afinal, que jornalismo temos hoje? Onde e como trabalham os jornalistas que saíram da mídia convencional? Que mudanças ocorrem nas rotinas produtivas, no processo de mediação da informação? Que outros elementos estão em jogo na reconfiguração do jornalismo? E talvez pudéssemos até nos perguntar o que é jornalismo, hoje? Diante dessas inquietudes é que temos nos aproximado da linha de pesquisa comunicação e trabalho, dentro de uma perspectiva do trabalho e da identidade do jornalista (atuando na Rede de Pesquisa Trabalho e Identidade do Jornalista- Retij, da Sociedade Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo (SBPjor). E essas perguntas (entre outras) tem se tornado objetivos de pesquisa para nós.

Em Portugal, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERCS) promoveu o estudo “Os media em mudança em Portugal: implicações da digitalização no jornalismo”, que trouxe dados importantes para se pensar a reconfiguração do jornalismo no País. A pesquisa envolveu pesquisadores de várias partes de Portugal e foi coordenada pelo professor da Universidade de Lisboa, José Luís Garcia. O levantamento de informações se deu entre março de 2016 e fevereiro de 2017, tendo como objetivo realizar

---

uma análise socioeconômica para identificar as mutações no panorama da imprensa escrita em Portugal. Os eixos de análise considerados foram: 1) a erupção de novos atores da imprensa e da informação; 2) o surgimento de formas de adaptação e de inovação empresarial; 3) o lançamento de novos modos de produção e edição da informação; e 4) a emergência de novas modalidades de acesso e de consumo de informação. (Garcia *et.al*, 2018). Segundo os autores, foi possível identificar: “turbulência editorial na produção de informação e emergência de novos atores, a deslocação do universo noticioso para a amálgama da produção de conteúdo, a transição do jornalista para o produtor de conteúdos” (Garcia *et.al*, 2018, p.129). Além disso, o relatório revela “a proliferação de redações como espaços polivalentes ou sem referente espacial”. São apontamentos relevantes que nos inspiraram a pensar numa proposta de pesquisa, que identificasse aproximações e distanciamentos nesse quadro de transformações da profissão no Brasil e em Portugal. São sistemas de ensino diferentes, abordagens distintas quanto a exigência de diploma e quanto à especificidade do jornalismo como área de conhecimento, conforme pode-se inferir das discussões de Garcia (2009); Baptista & Sousa (Orgs., 2020); Sousa (2011) e Pinto & Sousa (1998 b) e, por isso mesmo, vale entender os percursos da profissão e os caminhos dos jornalistas no mercado digital, seus deslocamentos para negócios próprios e o que tudo isso implica do ponto de vista da produção e das relações trabalhistas.

Assim, propusemos no estágio pós-doutoral<sup>2</sup> a realização da pesquisa apresentada neste relatório, que teve por objetivo um estudo em Portugal, com foco na identificação (mapeamento) e na percepção das condições de produção e do trabalho jornalístico em arranjos econômicos ‘alternativos’ às grandes corporações de mídia. Elencamos como objetivos específicos: 1) classificar os arranjos encontrados e traçar um perfil a partir das categorias já utilizadas no estudo similar do Brasil; 2) identificar as formas de sustentação desses arranjos; 3) levantar o modelo de constituição jurídica; 4) Identificar como se pautam tais arranjos e como se organizam as relações de produção e trabalho.

Destaca-se que o estudo-base realizado em São Paulo pelo CPCT (USP), como já relatamos, ancorou o processo da pesquisa em Portugal, o que possibilitou estabelecer algumas comparações e fazer inferências relacionando os dados. Especialmente no que se

---

<sup>2</sup> A pesquisa contou com a supervisão do Prof. Dr. Jorge Pedro Sousa, coordenador do curso de pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da Universidade Fernando Pessoa.

---

refere à área metropolitana de Lisboa, que, segundo Crespo, *et.al* (2017), é onde quase dois terços dos jornalistas portugueses exercem a sua profissão – o que também foi identificado neste estudo em relação aos grupos alternativos/independentes – e São Paulo, a cidade brasileira com maior concentração de jornalistas e de empresas de comunicação (Fígaro, 2014). Ambas são as cidades mais populosas de seus respectivos países.

Nossa hipótese era de que as condições de produção e a configuração dos arranjos jornalísticos eram semelhantes nos dois países, embora imaginemos encontrar, em Portugal, mais pessoas não-jornalistas atuando nos grupos alternativos em função da exigência de validação de diploma não ser uma prerrogativa em Portugal. No Brasil, tal exigência está suspensa, mas existe uma cultura de luta pela volta da exigência do diploma, uma vez que se entende ser uma das maneiras de qualificar o jornalismo e de demarcar o profissionalismo. No entanto, é preciso deixar claro que, embora a observação dos dados possibilitou traçar aproximações ou distanciamentos entre os cenários do Brasil e de Portugal, não foi nosso objetivo fazer um estudo comparativo.

O relatório aqui apresentado reúne dados, descrições e análises referentes ao mapeamento de 26 arranjos alternativos de trabalho em comunicação em Portugal, bem como a coleta e análise de autodeclarações, estatuto editorial, ficha técnica e temáticas presentes em sites institucionais dessas iniciativas. O estudo ocorreu entre setembro de 2022 e julho de 2023. Ressalta-se, nesse processo, a importância de ter o referencial teórico e metodológico baseado na proposta do CPCT-USP e da supervisão do prof. Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa), que foi fundamental para as bases contextuais e teóricas relativas a Portugal.

Essa investigação, se insere nos esforços para compreender quem são e como trabalham os sujeitos que decidiram ou se viram obrigados a criar arranjos alternativos às corporações de mídia tradicional, assim como para aprofundar as discussões sobre o mundo do trabalho do jornalismo. Um interesse de pesquisa que tem um objetivo maior: pensar as transformações no jornalismo contemporâneo.

Assim, o presente estudo vai ao encontro das preocupações que envolvem tanto o futuro da profissão quanto a necessidade de instituir parâmetros novos para o campo do jornalismo. A integração tecnológica digital e a convergência midiática desempenham

---

papel central nesse contexto, uma vez que estamos diante de novos modos de produzir e de consumir notícias, assim como de um alargamento das atividades, das competências dos profissionais e de ambientes de trabalho.

Esse processo de mudança do trabalho jornalístico suscita inquietações, que têm norteado diversas pesquisas na área, algumas delas levantadas por (Lima *et.al.*, 2022): Como definir os limites da profissão? Como se caracteriza a cultura desses profissionais? Como garantir remuneração justa pelas plataformas digitais? Como regular as plataformas digitais para que elas respeitem os princípios éticos e legais do jornalismo? Como combater a disseminação de fake news e a polarização de discursos nas plataformas digitais? Como fortalecer a mídia independente e alternativa nas plataformas digitais? Como desenvolver competências digitais e críticas nos usuários das plataformas digitais para que eles possam consumir e produzir informação de forma consciente e responsável?

Como nos lembram Deuze e Witschge (2016) o jornalismo é uma profissão em movimento e, portanto, é preciso discutir novas formas de conceituar, de classificar, de descrever atividades. Pesquisar a experiência dos(as) jornalistas é um caminho para refletir essas inquietações que mobilizam a área. No estudo em questão, focamos nas iniciativas jornalísticas alternativas às empresas tradicionais em Portugal, em busca de pistas para a problematização do tema.

Desta forma, apresentarmos uma discussão sobre o jornalismo alternativo ou independente em Portugal, bem como apresentamos suas principais características e formas de produção. Para isso, recorreremos a uma revisão bibliográfica, à pesquisa exploratória e uso da técnica de bola de neve, que identificou os projetos jornalísticos autodeclarados independentes e alternativos (buscamos também pelas categorias empreendedores, inovadores).

Em virtude do tipo de pesquisa, que buscou sujeitos não necessariamente em um espaço definido e físico, já que os novos arranjos podem estar totalmente no ciberespaço, articulando-se nas redes de colaboração e executando trabalhos por essa rede, há de se pensar nas formas de captação dos dados de modo diferenciado. A reconfiguração dos processos de trabalho e dos modos de produção, hoje muito ligados a dispositivos móveis,

---

redes sociais, aplicativos etc., exigem olhar sensível para técnicas de pesquisa que deem conta de fazer o levantamento dos dados.

Assim, para capturar os dados, em um levantamento sistematizado, é necessário entender que esse campo é movediço e que está em construção, como destaca Fíguro (2018). Desse ponto de partida, construir um mapa com os dados dos arranjos e dos jornalistas que neles atuam necessita uma pesquisa exploratória, que permite sair a campo e buscar elementos que possam compor um quadro para posterior construção de problemas mais delineados e de factível resolução.

A pesquisa exploratória busca explorar conceitos, técnicas e hipóteses para propiciar um conjunto de reflexões que levem a apurar os resultados ameadados na investigação. Dessa forma, foi possível ter um diagnóstico do cenário em que estão os “novos arranjos” do trabalho do jornalista em Portugal, como se estruturam e se organizam, para o posterior aprofundamento da investigação, que é nossa intenção no futuro.

A estrutura da pesquisa tem um desenho que está concebido tendo como parâmetro a estratégia da triangulação de métodos (Figaro, 2014; Denzin & Lincoln, 2006; Jensen & Jankowski, 1993). Ou seja, informações obtidas por diferentes métodos e técnicas são cruzadas e confrontadas para se obter respostas sobre os problemas estudados.

Mas como identificar esses profissionais e os arranjos? O processo da pesquisa exploratória contou com a técnica da *snowball*, (Baldin; Munhoz, 2011), ou seja, os primeiros contatos com o objeto de interesse do pesquisador propiciam encontrar outros semelhantes, compondo a ampliação do arco de contatos a ser incorporado como a base exploratória da pesquisa. As informações sobre o perfil autodeclarado dos “arranjos do trabalho do jornalista” formaram uma base de dados, cujas informações foram categorizadas conceitualmente. Primeiro, foi feito um acompanhamento das redes sociais e um levantamento inicial do mercado jornalístico em Portugal para identificar o contato com um (a) jornalista ou arranjo jornalístico já consagrado para, a partir daí, iniciar contatos com os demais. No caso, identificamos o jornalista Pedro Miguel Santos, do **Fumaça**, que foi nosso informante (semente). Realizamos entrevista com o jornalista em

---

22 de dezembro de 2022, que foi bastante importante para a coleta de dados e indicações para chegarmos aos demais arranjos. Outro importante informante foi o site **Media Alternativos** (<https://mediaalternativos.pt/>), criado para dar visibilidade e apoio aos projetos de jornalismo alternativo e independente em Portugal, conforme a descrição do site. O portal, coordenado por Mário Rui André, co-fundador do **Shifter**, um dos projetos de jornalismo alternativo em Portugal, faz uma curadoria dos conteúdos produzidos por esses veículos, bem como oferece informações sobre o que são os media alternativos, quais são os seus princípios e valores, e quais são os exemplos internacionais. Assim, a partir desse primeiro passo, pudemos identificar os primeiros arranjos e, nas redes sociais veículos, entre seus seguidores, outros arranjos.

Desse modo identificamos um número de 26 novos arranjos de mídia que se relacionam, de alguma maneira, por maior ou menor proximidade de situação de organização ou de objeto de interesse. Tendo este *corpus* inicial, coletamos autodeclarações de cada um desses arranjos em seções de sites e plataformas de redes sociais nos quais o arranjo possui alguma atuação. Consideramos como autodeclarações os textos localizados em seção específica do site onde o arranjo está hospedado, que descrevem as atividades, linha editorial, ficha técnica, temas e equipe. Esses textos nos permitem inferir como os arranjos se conceitualizam do ponto de vista de sua aproximação a determinados marcadores de práxis jornalística.

Utilizamos, ainda, de pesquisa bibliográfica e documental, buscando estudos, relatórios de pesquisas, em Portugal, que apontassem possíveis arranjos a serem contactados ou ainda que apresentassem dados contextuais sobre o jornalismo, o mercado e o trabalho dos jornalistas em Portugal.

Para esse quadro informativo inicial, foi necessário buscar na literatura as bases conceituais sobre independente, alternativo, coletivo, empreendedor, inovador; e sobre os elementos que permitem identificar os marcadores da práxis jornalística.

Usamos os dados obtidas na construção do mapa geral e agregaremos as informações: perfil, categorias e autodeclarações. Ao fim, foi possível traçar um mapa dos arranjos alternativos de mídia e fazer inferências, que servirão para aprofundamento em pesquisas futuras. Por este estudo, buscou-se levantar de forma geral quem são, onde

---

estão, os modos de produção, as possibilidades de sustentabilidade financeiras e a configuração de cada veículo (número de trabalhadores, se todos são jornalistas, a estrutura da redação).

O conjunto das informações nos levou, conforme pesquisa-mãe, realizada em São Paulo (Fígaro, 2018), identificando os indicadores das categorias alternativos/independentes/coletivos e inovação/empreendedorismo<sup>3</sup> por meio da autodeclaração dos arranjos alternativos verificados no “sobre” ou “quem somos”, além da “ficha técnica” e do “estatuto editorial”; o que esses arranjos declaram como funções de seu fazer jornalístico; os modos de financiamento; quem compõe as equipes; quantitativo de pessoas na equipe e estrutura dos arranjos, bem como a periodicidade das publicações e seu formato/plataforma. Além disso, procuramos refletir sobre como esses arranjos alternativos às corporações de mídia se sustentam e como eles mobilizam os dispositivos comunicacionais para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico.

O nosso objetivo foi ampliar o conhecimento e o reconhecimento deste fenômeno comunicacional, que tem ganhado relevância e visibilidade no contexto atual de crise e transformação do jornalismo.

Acreditamos que a pesquisa traz referências para a discussão sobre os impactos do capitalismo contemporâneo, das transformações do mundo do trabalho e da centralidade da vida digital no jornalismo e no exercício da profissão. Além de propiciar um diálogo, por meio dos dados, sobre os modos da produção independente/alternativa em Portugal, identificando potenciais relações de proximidade com nichos, segmentos sociais invisibilizados na mídia convencional.

---

<sup>3</sup> Ressalta-se que esses marcadores foram identificados na pesquisa-mãe do CPCT, que foram usados como referência, mas buscamos observar outros possíveis em Portugal.

---

## **CAPÍTULO 1 – O jornalismo no cenário contemporâneo**

O cenário midiático contemporâneo, assim como o mundo do trabalho, tem sofrido grandes transformações nas últimas três décadas. Aspectos econômicos, impulsionamento da digitalização e das redes sociais em todas as dimensões da vida em sociedade capitaneiam esse quadro de mudanças. Cenário reforçado por contornos culturais derivados das novas formas de se comunicar, de se relacionar e de se informar a partir do uso de tecnologias digitais de informação e de comunicação.

Bell, Anderson e Shirky (2013) denominam de jornalismo pós-industrial, esse modelo em que as empresas de comunicação sofrem alterações em seu funcionamento, pois não detêm mais o monopólio da informação, o jogo do poder é outro, onde concorrem muitos atores. Assim, joga-se nova partida, com tabuleiro redesenhado. Ou seja, a relação com o público muda, amplia-se a interação e até mesmo as pautas passam a ser ditadas pelo que as redes suscitam. Inclusive, há disputa de espaço de produção. O que vai ao encontro do que bem observam Pinto & Sousa (1998 a), ao falarem que o jornalista perdeu o monopólio do jogo informativo e que a filtragem da informação passa a depender de mecanismos de divulgação comunicativa, aos quais todos têm acesso. Isso, antes mesmo do boom da era digital.

É preciso destacar que m no arcabouço desse estudo, o trabalho, como categoria de pesquisa, é compreendido para além de sua finalidade de acumulação, de sustentação financeira, mas como atividade humana, inerente ao ser humano, assim como a comunicação. Figaro (2018, p. 117) afirma que:

O trabalho é uma atividade que tem por alvo a produção de valores de uso e é condição e necessidade física da vida humana, portanto a relação homem/natureza se objetiva por meio do fazer necessário para a sobrevivência. Dessa forma, o conceito de trabalho transcende a definição que o enquadra como relação de troca remunerada, regida pelo Direito, numa sociedade de mercado.

Fígaro (2018, p. 127) explica, ainda, o binômio Comunicação e Trabalho como proposta de pesquisa:

---

[...] estudar o mundo do trabalho e a atividade de trabalho por meio da linguagem e da comunicação dos sujeitos (corps-soi) é a maneira mais eficiente de se aproximar da realidade do trabalho, dos seus desafios, dos conflitos que permeiam seu ambiente; as dificuldades em gerir as impertinências das condições de trabalho e de como tentar superá-las.

Termos conceitos como uberização e plataformização passaram a fazer parte dos estudos contemporâneos sobre o trabalho, no bojo de uma sociedade altamente capitalista. No campo do jornalismo, muitas pesquisas surgem buscando entender as implicações deste cenário no fazer jornalístico. A queda de receita dos anunciantes, que migraram para a internet, os cortes nas redações e opções de trabalho alternativo na internet são alguns elementos que podemos citar nessa reconfiguração do trabalho dos jornalistas. Ribas (2017) acredita na relação do crescimento de sites de jornalismo independente com este cenário de mudanças no mercado profissional tradicional jornalístico. (Zacariotti et.al, 2021).

Conforme Helmond (2015) (as cited in Grohmann, 2020, p.111) plataforma é um modelo de infraestrutura tecnológica e econômica dominante na web, cujas dinâmicas e consequências podem ser percebidas nos contextos sociais e históricos. A rujeza dessas estruturas está nos dados que são coletados na internet. Dados de todos, que a cada clique geram informações a serem comercializadas. E o poder dos conglomerados de plataforma é ampliado ao serem associados ao mercado financeiro, no que Srnicek (2018) chama de capitalismo de plataforma.

Como destacado por Zacariotti *et.al* (2021), concordando com Grohmann (2020), a expressão plataformização do trabalho é melhor do que uberização para descrever o cenário de trabalho no mundo digital, pois a primeira expressão abarca a multiplicidade de atividades mediadas por plataformas; enquanto a segunda refere-se mais à própria Uber. Isto porque, de fato, pode-se falar em uma dependência social das plataformas digitais, tanto de trabalhadores como de consumidores. E o que muitos pesquisadores estão levantando tem a ver com lógica da financeirização, da datatificação e da racionalidade neoliberal, que está implícita nesse novo sistema de trabalho por plataformas digitais (Grohmann, 2020).

Assim, para Zacariotti *et. al* (2021, p. 102):

---

entender os impactos desta plataformização do trabalho na comunicação e no jornalismo, em específico, nas práticas jornalísticas, pode apontar tendências e perspectivas, além de refletir sobre como os jornalistas estão se manejando nesse contexto e como tais questões implicarão na profissão, em seus princípios básicos, direitos e condições laborais.

Acreditamos que ser importante trazer a referência de outro termo usado nesta proposta. A definição de novos arranjos econômicos do trabalho dos jornalistas baseia-se no entendimento do grupo de pesquisa do Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA/USP), a partir de aproximações com o conceito de arranjos produtivos locais (da literatura econômica). Se configura como uma “possibilidade de arranjar, isto é, de organizar o trabalho de forma alternativa e independente aos conglomerados de mídia”. (Fígaro, *et al*, 2018, p. 15).

A nomeação dos modos de organização de novos arranjos econômicos busca destacar que micro e pequenas empresas, organizações não governamentais, organizações da sociedade civil, coletivos e outros grupos de trabalhadores da comunicação e do jornalismo possam representar efetiva alternativa de trabalho (empregabilidade) e de produção de um serviço de qualidade por seus vínculos e compromissos com a democratização dos meios de comunicação e com a sociedade. (Idem, *ibidem*, p. 19 e 20).

Marcondes Filho (2009) já chamava a atenção para esse modelo contemporâneo de jornalismo, marcado pela tecnologia e pela velocidade do sistema, que afeta diretamente o profissional e o exercício da atividade. Segundos ele, já foi um grande impacto a informatização das empresas de comunicação, acarretando rotatividade dos profissionais e fim da especialização. Mas as mídias digitais e redes sociais agregaram outros elementos, como maior interação e proximidade com o público, alterando ainda mais os modos de produzir e de consumir notícias.

Kucinski (2012), em outra vertente de raciocínio, observa que o fato de qualquer pessoa ter acesso às informações e às ferramentas para produzi-las significa um avanço civilizatório importante em relação aos direitos humanos básicos. Embora seja discutível falar em democratização do acesso à informação no mundo digital, uma vez que entendemos as assimetrias sociais e econômicas no Brasil, Ramonet (2013) nos lembra de que se deve levar em conta a rapidez com que os assuntos circulam na sociedade e que

---

pelo menos parte da população tem condições de maior interatividade com os produtores das notícias, sendo, muitas vezes, produtora de informações ou de conteúdo.

Nesse sentido, concordamos com Costa, R *et al.* (2020, p.14) que, referenciando Jean Charron e Jean de Bonville (2016), destacam

Atualmente, de acordo com os autores, vive-se o paradigma do jornalismo de comunicação, em que prevalece a manutenção do contato entre emissores e destinatários. Nesse sentido, a prática e os discursos jornalísticos tendem a espelhar um modelo de sociedade pós-industrial, de hiperconcorrência e de dependência do ecossistema digital. Nesse modelo, as instituições jornalísticas reforçam seus contratos com as audiências, ampliando canais de comunicação e difundindo mensagens mais sedutoras de forma a manter esse vínculo.

De acordo com Fígaro (2018), se, por um lado, ascendem veículos independentes, que podem ser uma nova possibilidade para os jornalistas, por outro, tal reconfiguração suscita reflexões tanto em termos da construção da notícia como acerca dos direitos trabalhistas destes novos arranjos, bem como das condições de trabalho, dos modos de produção e das relações sociais e éticas entre os profissionais envolvidos.

Ou seja, o contexto ancorado nas conceituações demarcadas neste trabalho revela as preocupações que nele se encerram: as transformações do trabalho do jornalista e da lógica de produção e de consumo de informações jornalísticas.

Um ponto importante desse olhar para os novos arranjos é a busca de referenciais empíricos capazes de nos ajudar nessa redefinição do jornalismo pós-industrial, uma vez que nos colocamos frente a mudanças nas práticas, nos discursos, nos modos de sustentação.

Nesse trabalho exploratório nos deparamos com inúmeras propostas e projetos, que, à primeira vista, podem não se inscreverem no que o campo define como sendo eminentemente jornalístico. E aqui, colocamos alguns limites sobre nosso mapeamento, ou seja, ele é construído tendo como base os critérios existentes, nos marcadores jornalísticos tradicionais. Nesse sentido, pode ser que deixemos de fora iniciativas que podem exercer de alguma forma atividades do campo, mas que não se encaixam nos critérios.

---

Feita essa observação, a fim de classificar os arranjos quanto à sua maior ou menor marca jornalística, utilizamos as teorias de jornalismo para definir os marcadores jornalísticos<sup>4</sup>. Autores como Soloski, 1999; Traquina, 2005; Souza, 2005; Shoemaker e Reese (1996) propõem aspectos que influem na prática jornalística. Independente da abordagem, as teorias se aproximam quanto ao que se pode chamar de marcadores jornalísticos. De modo geral, a demarcação tem a ver com: o modo de produzir (rotinas); o que se produz (resultado/produto) e com os aspectos culturais ou ideológicos envolvidos na profissão. (Costa, R *et al.*, 2020). Disso depreendem-se marcadores Na pesquisa realizada pelo CPCT, os principais operadores identificados foram os gêneros e os formatos textuais, as rotinas produtivas e os aspectos éticos. Assim, procuramos nos embasar nessa proposta, acrescentando, ainda, a dimensão discursiva prática e deontológica, que Costa, R *et al.* (2020) agregaram na pesquisa dos arranjos alternativos no Ceará, Brasil. O quadro referencial exposto até o momento, ainda que seja inicial, conduz o que se pretende tratar como problemáticas da pesquisa sobre novos arranjos econômicos, alternativos às corporações de mídia, buscando entender o quadro em Portugal, com o olhar nas pesquisas já realizadas no Brasil. Em complemento a esse levantamento, é importante que se tenha a percepção do funcionamento do jornalismo português. Ainda que o estudo não tenha como foco a historicidade, elementos para um quadro contextual é fundamental.

### **1. 1. Jornalismo em Portugal: algumas referências**

O Brasil teve um atraso de quase 200 anos, em relação à Europa, para a chegada da imprensa. Mas, do ponto de vista da história comercial, do período industrial do jornalismo, é possível que haja marcas parecidas. Em termos do ensino superior em Comunicação e/ou Jornalismo, o Brasil saiu na frente. O primeiro curso de jornalismo no Brasil, da Cásper Líbero, foi criado em 1974. Já, conforme explica Sousa (2011), a primeira graduação em Comunicação Social de Portugal nasceu em 1979 e o curso de jornalismo, especificamente, somente foi criado em 1986.

---

<sup>4</sup> Baseado na metodologia da pesquisa realizada no Brasil (CPCT/USP) e nos autores que definem os marcadores associados às formas discursivas, que encerram gêneros e formatos; às rotinas produtivas (modos de fazer) e aos aspectos deontológicos/éticos (como é ou deve ser produzido).

---

O estudo de García (2009) trouxe excelente contribuição para se compreender a profissionalização do jornalismo, em Portugal, numa análise centrada no processo de redemocratização, que desencadeou muitas mudanças no meio jornalístico. Tal pesquisa se insere, também, no cenário de transformações advindas da revolução tecnológica digital e da imposição mercadológica imperante na indústria midiática. O trabalho aponta, entre outras questões, impusesses que dificultam a autonomia do profissional e uma situação de contraste entre um grupo que se assemelha ao proletariado e outro, dos gestores (dirigentes da indústria de mídia), privilegiado, ancorada pela elite, que hegemoniza o debate público. Como destaca no trecho:

Tivemos já oportunidade de evidenciar que só se pode falar do poder dos jornalistas sob condição de não se perder de vista tanto o seu carácter de corpo profissional com lugar destacado na criação simbólica, como o espaço de identidades relacionais em que se situam, e que escapam às formas de pensamento fundadas em modelos polarizados em oposições binárias que se excluem entre si. Torna-se, pois, compreensível que a afirmação da legitimidade do grupo profissional dos jornalistas esteja sistematicamente sujeita às condições, tensas e contingentes, do difícil balanço entre a vontade da autonomia profissional, expressa pela cultura profissional, e a dependência empresarial, como consequência da sua condição assalariada na indústria dos media. (Garcia, 2009, p.88).

Sousa (2011), em seu trabalho que historiciza o ensino superior de jornalismo em Portugal, nos ajuda a entender também o contexto de profissionalização do jornalismo no País. Para ele, ao longo do século XIX, na fase de industrialização do jornalismo, com técnicas de objetividade, como o *lead*, foi se criando maior autonomia dos jornalistas e a cultura da profissionalização. O que se concretizou, posteriormente, com a chegada das escolas de comunicação e de jornalismo.

Já, no século XXI, outras configurações vão sendo tecidas no mundo do trabalho do jornalista, especialmente em função das mídias digitais e das redes sociais. Como já ressaltamos, não só em termos técnicos, mas, e sobretudo, os impactos na cultura, nas formas de sociabilidade.

A informatização da sociedade, que começa na década de 70 do século XX, parece já estar estabelecida nas principais cidades ocidentais desenvolvidas. O que está em jogo nesse começo de

---

século XXI é o surgimento de uma nova fase da sociedade da informação, iniciada com a popularização da internet na década de 80, e radicalizada com o desenvolvimento da computação sem fio, pervasiva e ubíqua, a partir da popularização dos telefones celulares, das redes de acesso à internet sem fio (“Wi-Fi” e “Wi-Max”) e das redes caseiras de proximidade com a tecnologia “bluetooth4”. Trata-se de transformações nas práticas sociais, na vivência do espaço urbano e na forma de produzir e consumir informação. A cibercultura (Lemos, 2002) solta as amarras e desenvolve-se de forma onipresente, fazendo com que não seja mais o usuário que se desloque até a rede, mas a rede que passa a envolver os usuários e os objetos numa conexão generalizada. (Lemos, 2005, p.1,2).

Esta nova conformação social, gera mudanças no consumo, no trabalho, na vida das pessoas e tudo isso implica alterações no mundo jornalístico, sendo, este, um espaço de mediação, de reflexo/refração da sociedade. Na perspectiva de Deuze e Witschge (2016) o jornalismo é uma profissão em movimento, portanto, é inexorável a necessidade de novos olhares, pesquisas e discussões que tragam luz sobre outros modos de fazer jornalismo, sobre mudanças das rotinas de produção e do próprio perfil profissional.

Nesse sentido, à luz dos autores aqui apresentados, é que nos dispusemos a entender um pouco mais o universo de transformações do mundo do trabalho do jornalista em Portugal e as implicações que delas decorrem.

---

## CAPÍTULO 2 – Novos arranjos alternativos em Portugal: apresentação dos dados

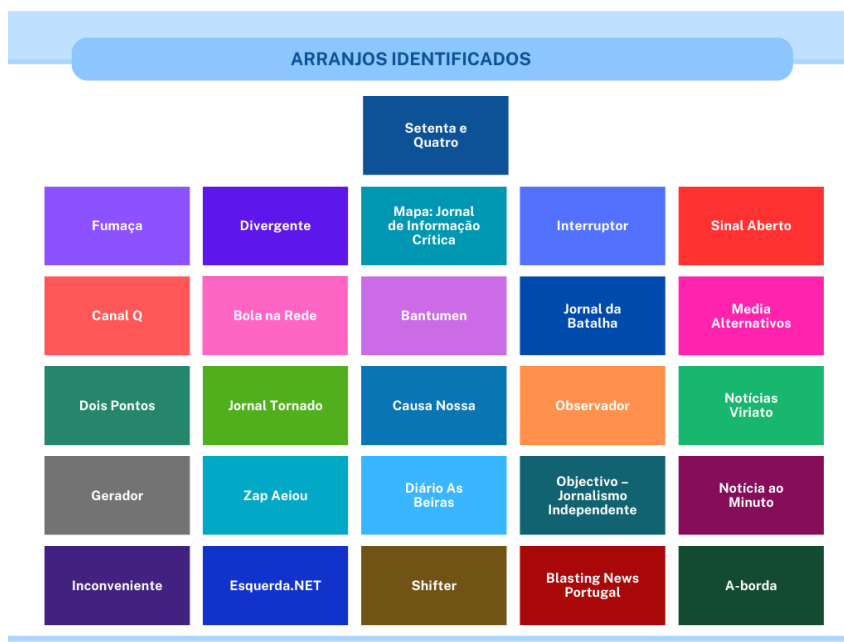
Este capítulo apresenta os dados dos 26 arranjos jornalísticos alternativos que compõem o objeto de estudo desta pesquisa. A descrição é baseada nas informações que eles fornecem em seus sites e redes sociais, em questionário (10 arranjos responderam) assim como de entrevistas com quatro representantes dos arranjos: **Fumaça**; **A-borda**; **Jornal A Batalha** e **Causa Nossa**. Essas fontes foram relevantes para a pesquisa e para a construção do perfil dos novos arranjos, revelando a identidade, as identificações que constroem para suas iniciativas.

Assim, as autodeclarações das seções “sobre/quem somos”; “estatuto editorial”, “ficha técnica” foram usadas para levantar as principais características de práxis jornalística dos arranjos. A observação dos sites e das redes sociais trouxe outros dados como: editorias/seções dos sites; temas a que se dedicam e a as redes que usam para se comunicar. Ressalta-se que nem todos os arranjos têm perfis e expedientes completos, com informações consistentes. Alguns, chegam a ser bastante vagos, o que se percebe nas tabelas e gráficos consolidados.

Observou-se que a maioria dos arranjos publicam nos sites o estatuto editorial, previsto na Lei da Imprensa n.º 78/2015, de 29/07.

Os arranjos mapeados somam 26. Destaca-se que alguns estão com publicações instáveis ou estão desatualizados, tanto no site como no movimento nas redes sociais. É o caso do **Media Alternativos**. Este veículo se define como um portal que pretende dar visibilidade e apoio aos projetos de jornalismo alternativo e independente em Portugal. Faz uma curadoria dos conteúdos produzidos por esses veículos, bem como oferece informações sobre o que são os média alternativos, quais são os seus princípios e valores, e quais são os exemplos internacionais. O portal é coordenado por Mário Rui André, co-fundador do **Shifter**, um dos projetos de jornalismo alternativo em Portugal e que compõe nossa pesquisa.

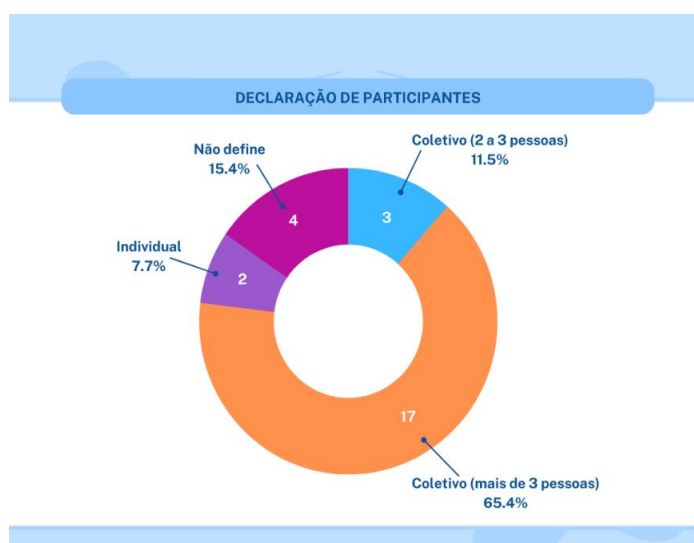
Figura 1 – Arranjos mapeados



Fonte: Elaboração da autora.

A maioria dos arranjos define o número de participantes, inclusive com funções. Percebe-se um cuidado com a ficha técnica, diferente da pesquisa dos novos arranjos no Brasil, onde a descrição dos expedientes é menos completa. Isso pode se dar em função das exigências da Lei da Imprensa de Portugal (Assembleia da República, 1999), que define a necessidade de estatuto editorial (cf. artigo 20º, nº 1, alínea b) e de informações claras sobre os responsáveis pelos veículos.

Figura 2 – Declaração de participantes dos arranjos



Fonte : Elaboração da autora.

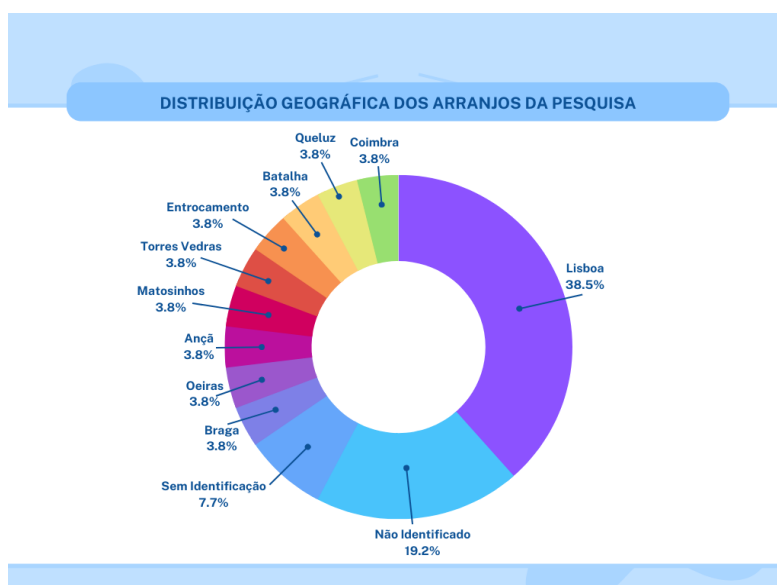
---

Dos 26 veículos mapeados dez (10) estão em Lisboa; seis (6) não identificam a localidade; dois (2) estão em Coimbra; e há um arranjo em Braga, Oeiras, Ançã, Matosinhos, Torres Vedras, Entroncamento, Batalha e Queluz. (Figura 3) .Ou seja, quase 40% dos arranjos concentram-se na capital, repetindo o que ocorre com os grupos tradicionais de mídia, que também estão em sua maioria em Lisboa. No entanto, percebe-se muitos arranjos em pequenas comunidades, como Batalha e entroncamento (pouco mais de 15 mil habitantes e 20 mil habitantes, respectivamente, conforme censo 2021). (Instituto Nacional de Estatística, 2021)

Em termos de periodicidade, 42, 3% dos arranjos são diários e 15,4% não define. Se pegarmos os números de semanais, mensais, 11, 5% cada, teremos que 23% dos veículos publicam pelo menos uma vez ao mês (figura 4). Pode-se dizer que os arranjos têm uma rotina produtiva razoável, levando em consideração serem veículos independentes, que, como se verá adiante, contam mais com doações e subsídios de apoios, editais etc. Nesse sentido, surpreende a quantidade de iniciativas com publicação diária.

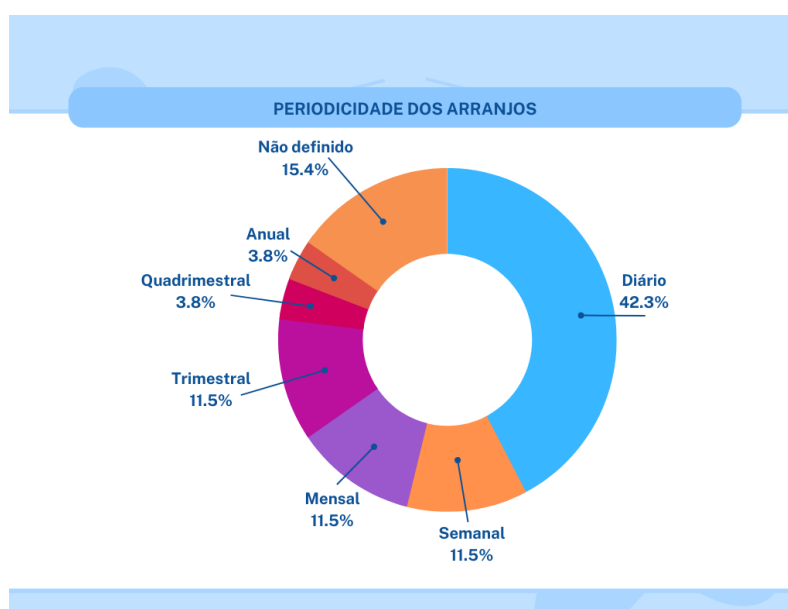
Já quanto ao formato ou suporte, como se pode ver na figura 5, a maioria se configura como jornal online (8) e site de notícias (8). Mas aparecem também revistas digitais e produtos em plataformas de streaming (Youtube, Spotify etc) como podcasts e programas de TV. Algo que diferencia bastante o jornalismo desses arranjos com os do Brasil e a manutenção de jornais e revistas impressos. Há arranjos que seguem com assinaturas e distribuição física de seus produtos. Conforme explicou Teresa Santos, diretora comercial do Jornal A Batalha, “os leitores mais tradicionais ainda mantêm essa cultura do impresso e essa venda custeia muito dos custos gerais do jornal, principalmente com anúncios”.

Figura 3 – Distribuição Geográfica dos arranjos



Fonte: Elaboração da autora

Figura 4- Periodicidade dos arranjos



Fonte: Elaboração da autora.

Figura 5 – Formatos ou suportes

### FORMATOS E/OU SUPORTES DOS ARRANJOS

	<b>NOME</b>	<b>FORMATOS</b>
1	Setenta e quatro	Site de Notícias
2	Fumaça	Site e Podcast
3	Divergente	Revista Digital
4	Mapa: Jornal de informação crítica	Jornal Impresso e Jornal Digital
5	Interruptor	Revista Multimídia e Podcast
6	Sinal Aberto	Jornal digital
7	Canal Q	Canal de TV em Plataforma de Streaming e Newsletter
8	Bola na Rede	Jornal digital e Podcast
9	Bantumen	Revista Online, Vídeos no Youtube, Newsletter e Podcast
10	A Batalha	Jornal Digital, Jornal Impresso e Newsletter
11	Media Alternativos	Portal
12	Dois Pontos	Revista Impressa e Site
13	Jornal Tornado	Jornal Online
14	Causa nossa	Blog
15	Observador	Jornal Online e Revista (anual)
16	Notícias Viriato	Jornal Online
17	Gerador	Revista e Site
18	Zap Aeiou	Jornal Online
19	Diário As Beiras	Jornal Online e Impresso
20	Objectivo – Jornalismo independente	Site de Notícias
21	Notícias ao minuto	Site de Notícias e Newsletter
22	Inconveniente	Site de Notícias
23	Esquerda.NET	Site de Notícias e Podcast
24	Shifter	Revista Online, Revista Impressa, Site e Newsletter
25	Blasting News Portugal	Sites, Revistas e Podcasts
26	A borda	Site

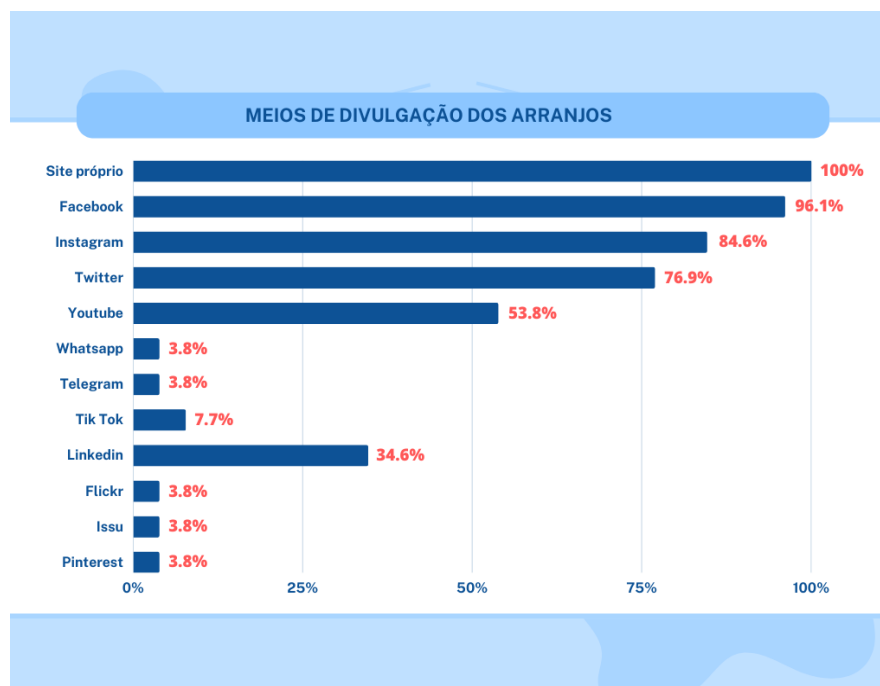
Fonte: Elaboração da autora.

---

As plataformas digitais (site e/ou redes sociais) são usadas por todos os arranjos da amostra para se comunicar. 23 arranjos, 88,4%, estão presentes em 3 ou mais redes sociais e 7 (26,9%) estão em 5 ou mais plataformas diferentes. Isso nos levou a investigar as informações disponibilizadas nesses espaços e a perceber que alguns dados não constantes nos sites estavam nas descrições dessas plataformas. Outra questão que vale destacar é a atenção dos arranjos às redes sociais. De acordo com os dados do relatório Reuters Digital News Report 2023 de Portugal (OberCom, 2023), o conteúdo baseado em vídeo distribuído através de redes como TikTok, Instagram e YouTube está se tornando cada vez mais importante para as notícias. Além disso, 90,6% da população portuguesa está presente nas redes sociais, ou seja, 7,8 milhões de pessoas. Pelo menos 92,2% do total de utilizadores de internet em Portugal usou pelo menos uma rede social em janeiro de 2023. É possível que essa tendência leve os arranjos a se dedicarem mais a esse tipo de comunicação. Outro dado que complementa este é que, em Portugal, 8 em cada 10 acessos a notícias online (85%) são feitos de forma indireta (ou seja, por buscadores, redes sociais e outros) e apenas 13,4% ocorrem através da visita direta ao website das marcas de notícia. (OberCom, 2023).

Conforme se vê na figura 6 o peso dos conglomerados da Web, como o Facebook, Instagram e Twitter é evidente. Embora todos os arranjos tenham site próprio, Facebook, Instagram e Twitter aparecem com índices acima de 70%. Facebook e Instagram são os mais comuns. Também se destacam o Youtube e o LinkedIn. Essa presença em grande escala nas plataformas de redes sociais indica um processo de plataformização do jornalismo. Como apontam Bell e Owen (2017) as plataformas digitais vão se tornando cada vez mais essenciais para a circulação da produção jornalística. Este é um dos pontos que movem nosso interesse de pesquisa: a mudança das lógicas de produção e de consumo da notícia, assim como as consequências desse processo.

Figura 6 – Meios de divulgação dos arranjos



Fonte: Elaboração da autora.

Os arranjos apresentam seu conteúdo em seções ou editorias. Três deles definem apenas os tópicos “sobre” “contactos” e “contribuir” ou outra forma de nominar pedidos de apoio. Mas a maioria, como se pode conferir na figura 7, destacam suas seções ou temas. Os arranjos trabalham com assuntos diversos, do tipo generalista (26.9%), com foco em temas políticos, sociais; discussão de questões das minorias sociais; colonialismo; saúde pública; temas culturais; questões climáticas, problemas sociais como refugiados e lusofonia.

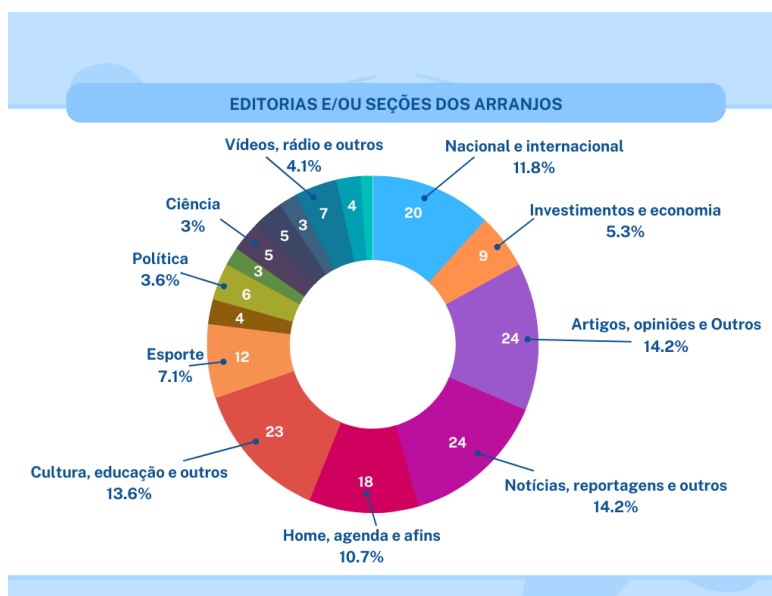
A maioria deles apresenta áreas de especialidade, similar ao que se encontra nos veículos tradicionais (economia, cultura, política, esportes etc.) e que são consideradas de maior interesse público. Identificamos 16 áreas temáticas diferentes (figura 8)<sup>5</sup>. Chama a atenção a preponderância do tema “cultura” (38,4%), que, se somado à “Literatura” (3,8%), temos 42,2% de incidência dessa área. Na sequência, “Sociedade<sup>6</sup>, economia e política” são as temáticas mais cobertas, 34,6%, 30,7% e 26,9% respectivamente (figura 8). Observa-se, também, a tendência de nichos, como é o caso do **A-Borda** (site

<sup>5</sup> Destaca-se que foram marcadas mais de uma opção por veículo, ou seja, foram levantadas todas as áreas de cobertura declaradas pelos arranjos.

<sup>6</sup> O tema sociedade foi utilizado por ser expresso desta forma nas descrições das seções. Em geral são voltados para assuntos cotidianos como informações ao cidadão, dicas de culinária, minorias etc. Optamos por manter o termo em função da grande incidência.

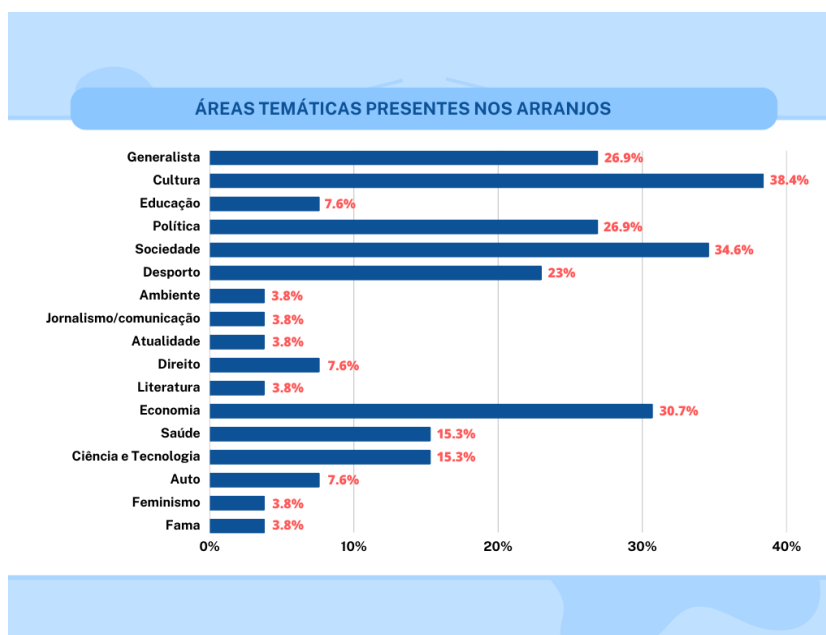
feminista), do **Dois Pontos** (literatura infantojuvenil e educação), do **Bola na Rede** (desporto) e do **Bantumen** (música e cultura lusófona). Percebe-se que os arranjos sediados no interior, costumam ser do tipo generalista, abarcando vários temas/seções. Talvez pela necessidade de suprir as informações locais. Nas fichas técnicas ou nas autodeclarações 76,9% deles destacam o lugar em que estão situados, conforme figura 3, sendo, também, um indicador de jornalismo de proximidade.

Figura 7– Editorias e/ou seções dos arranjos



Fonte: Elaboração da autora.

Figura 8 - Áreas temáticas



Fonte: Elaboração da autora.

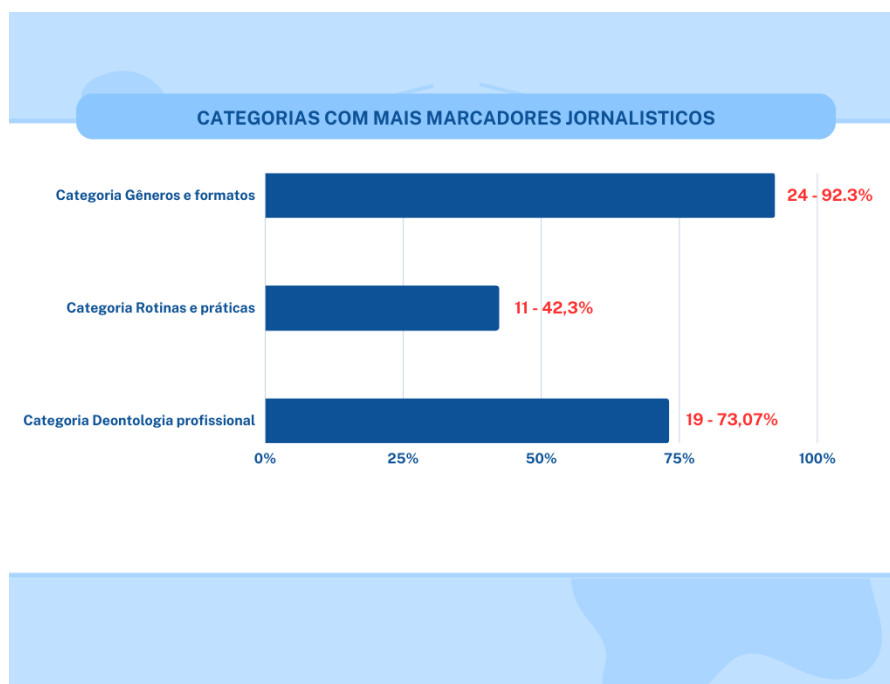
---

A partir da análise dos dados levantados das autodeclarações (sites e redes), complementados por questionários (10 dos 26 arranjos responderam) e entrevistas alguns representantes dos arranjos foi possível traçar um perfil e definir algumas características. Ressalta-se que as descrições dos arranjos, especialmente as apresentações/autodescrições (“sobre” ou quem somos”) e o “estatuto editorial” (apêndices 1 e 2, respectivamente) trazem grande riqueza de dados, que poderão ser analisados em pesquisa complementar futura, pois exigem análises discursivas, que não são o objetivo do presente estudo. Assim, pontuamos as principais características encontradas, que estão resumidas a seguir.

Na fase preliminar da análise, fizemos uma tabela com os achados das marcas jornalísticas como formatos e gêneros; métodos ou técnicas e aspectos éticos/deontológicos. Chegamos às seguintes categorias: 1) Gêneros e formatos; 2) Rotinas e práticas e 3) Deontologia profissional. Na sequência, agrupamos as informações por categorias para identificar qual a mais recorrente e ver a quantidade/tipos de marcador por arranjo.

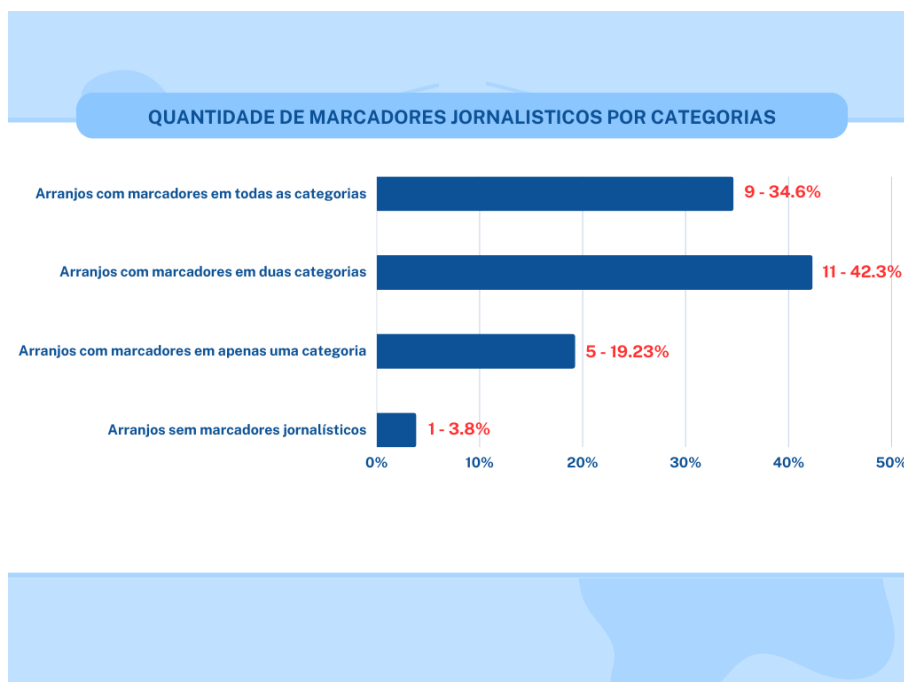
- O marcador mais recorrente é o de gêneros e formatos: 92,3% da amostra, seguido de deontologia profissional: 73% e rotinas e práticas: 42,3%. (Figura 9).
- Observa-se na figura 10 que há um número elevado (34,6%) de arranjos que apresentam marcadores jornalísticos em todas as categorias, embora a maioria (42,3%) demonstre dois marcadores. Ou seja, mais de 70% dos arranjos figuram com pelo menos duas categorias de marcadores jornalísticos. Como dissemos, há exigências que precisam ser cumpridas e são reguladas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ) e pelo Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas (CD/SJ), além da Lei da Imprensa, já citada. Esses mecanismos regulam o exercício do jornalismo em Portugal e determinam, por exemplo, que os veículos registrem em suas publicações o estatuto editorial e a ficha técnica. Assim, além do que os arranjos declaram na seção “sobre” ou “quem somos”, o público pode saber sobre quem faz, qual o objetivo e o compromisso com o código deontológico da profissão. Esta é uma das explicações para o alto número de arranjos encaixados na categoria deontologia profissional.

Figura 9 – Categorias dos marcadores jornalísticos



Fonte: Elaboração da autora

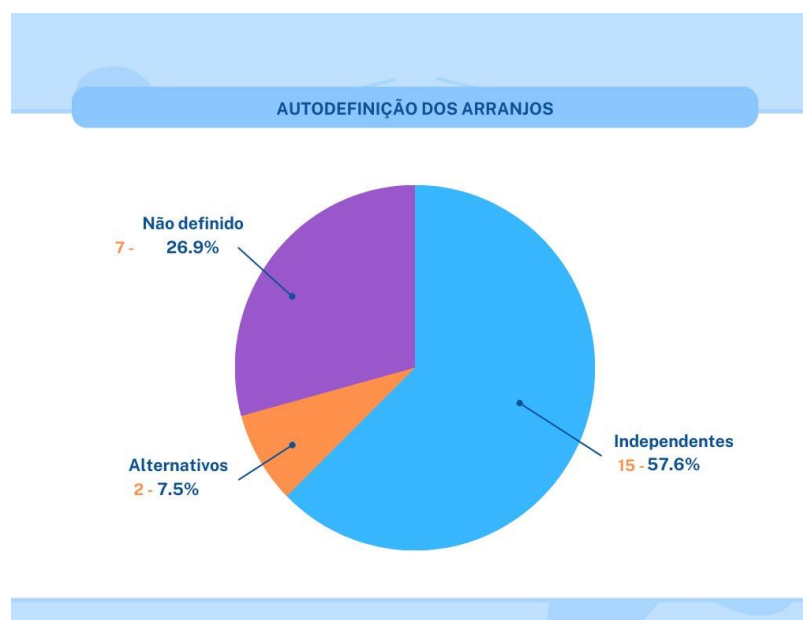
Figura 10 – Quantidade de marcadores jornalísticos



Fonte: Elaboração da autora

- A maior parte (65,1%) se autodefine à margem da mídia hegemônica, sendo 57,6% como independentes e 7,5% como alternativos (Figura 11); Já o termo empreendedor e/ou inovador não aparece em nenhuma das definições. E mesmo tendo vários elementos associados ao tipo de arranjo alternativo às corporações de mídia, 26,9% não expressam tal especificidade por meio dos destrutores> alternativo, independente, inovador/empreendedor. O **A-borda** se define como colaborativo e não deixa entrever nos textos de apresentação ou no estatuto editorial a autodescrição de independente/alternativo/empreendedor ou inovador.

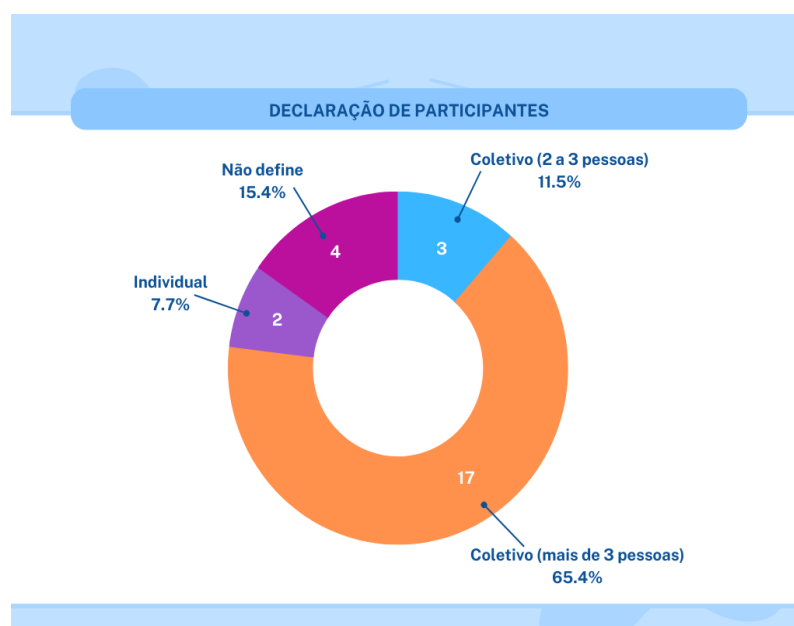
Figura 11 – Autodefinicao dos arranjos



Fonte: Elaboração da autora

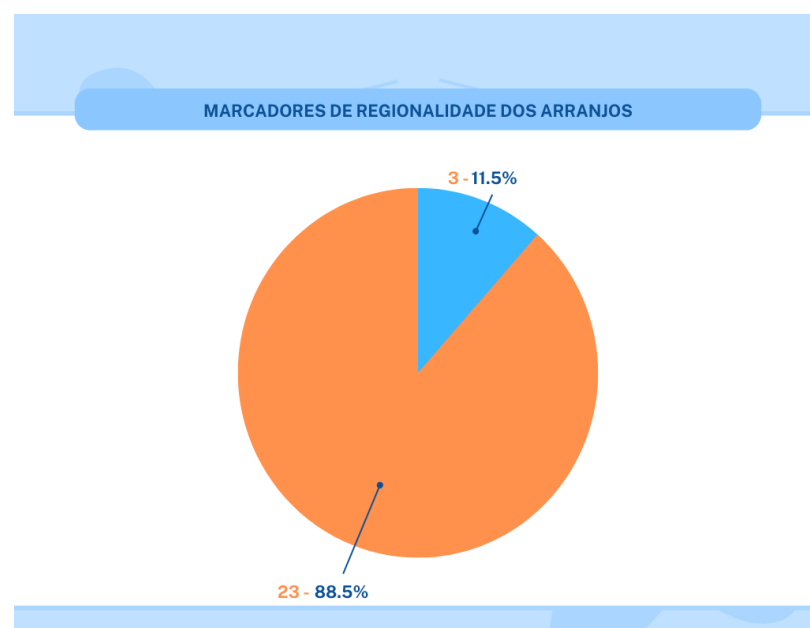
- A maioria dos arranjos se declara coletivos (76,9%), sendo que 11,5% dizem trabalhar com uma equipe de duas a três pessoas, enquanto 65,4% afirmam ter mais de três pessoas na equipe. Contudo, em 15,4% deles não foi possível identificar, nas autodeclarações, se uma ou mais pessoas são responsáveis pelo arranjo e 7,7% trabalham sozinhos (Figura 12).
- Observou-se que 88,5% dos arranjos possuem traço de regionalidade. A maioria desataca seu local geográfico de atuação (Figura 13), seja apresentando um local físico de trabalho, seja definindo o tipo de práxis jornalística, voltado aos assuntos da região (o que pôde ser conferido nas autodescrições ou nos estatutos editoriais) ou ainda expressando sentidos de ligação com o lugar.

Figura 12 – Autodeclaração de participantes



Fonte: Elaboração da autora

Figura 13 – Marcadores de regionalidade



Fonte: Elaboração da autora

Observamos que nas autodeclarações o marcador da práxis jornalística mais presente refere-se a gêneros e formatos tradicionais do jornalismo. Mas também aparecem termos como “formato multimedia” ou “jornal digital plurimedia”, demarcando a pluralidade/convergência de meios. Como se pode ver no quadro dos marcadores (figura 14) e no gráfico das categorias dos marcadores (figura 9), a identidade jornalística é

---

afirmada, principalmente, por expressões que representam o fazer jornalístico já consagrado, ou seja, o que é (formatos e gêneros), como nas expressões: “entrevistas e análises”; “matérias informativas”; “[...]os três eixos principais do jornalismo clássico: informar, formar e divertir”; “realização de reportagens de investigação”; ou como deve ser (deontologia profissional), como nos trechos: “jornalismo rigoroso e ético”; “garantia dos valores democráticos e progressistas;” “acredita em jornalismo feito com ética, deontologia e tempo para pensar”; “considera jornalista quem aplica o método jornalístico, que não pode dispensar a edição e a verificação de factos”.

As rotinas jornalísticas giram em torno da produção da notícia, o gênero mais usual no jornalismo generalista, no entanto, a maioria dos arranjos refere-se ao trabalho por meio de expressões mais usuais em reportagens/grandes reportagens, que envolvem mais aprofundamento, tempo, investigação. Embora, como vimos, os arranjos tenham produção diária. Algo que merece melhor verificação em uma pesquisa futura, pois manter publicação todos os dias com reportagens especiais e muito aprofundadas exigiria mais pessoas ou tempo.

As formas discursivas mais utilizadas pelos arranjos para definir seu modo de produção são. “apura”, “interpreta, correlaciona e analisa factos”; “aprofundamento” “problematização”; “contextualizado;” jornalismo narrativo”; “investigação”.

Outros termos citados, mais voltados à notícia são: informação, matérias informativas, factos e acontecimentos. Como já apresentamos, também aparecem as divisões dos assuntos por editorias (economia, cultura, política, nacional, internacional etc.), destacando as especificidades da prática produtiva. O que mais se evidencia nas rotinas e práticas dos arranjos são a forma como produzem as informações (as pautas, tipos de coberturas e de fontes) e o marco temporal (“actualizável a qualquer hora”; “dá informação em cima da hora, 24 horas por dia, sete dias por semana”)

No estatuto editorial, que aparece em 20 dos 26 arranjos (Apêndice 02), a rotina, o compromisso com a deontologia e a ética do jornalismo são apresentados de forma mais aprofundada, explicando ao público os procedimentos adotados, a visão e a linha editorial. Percebe-se uma tendência à defesa da democracia; à ampliação das vozes; à garantia de

---

inclusão de temas sociais e das minorias; ao processo de investigação e à afirmação de independência editorial e financeira. Vejam os enxertos a seguir:

“Setenta e Quatro é um projeto digital de jornalismo de investigação que acredita que apenas com acesso a informação livre e credível é possível defender a democracia e aprofundar os princípios da igualdade e da liberdade.

Setenta e Quatro rejeita e desafia todos os discursos de ódio e de discriminação.

Setenta e Quatro é independente de organizações partidárias, sindicais, desportivas, religiosas, económicas e financeiras.

Setenta e Quatro tem uma periodicidade que respeita o tempo necessário à investigação jornalística.

Setenta e Quatro atua através da plena realização da liberdade de imprensa e do direito à informação, opondo-se a qualquer tentativa de limitação aos direitos de informar e de ser informado”.

“[...] Fumaça vê o jornalismo como bem público. O que produz é de livre acesso e de republicação gratuita. Assume um dever de partilha de conhecimento, com a academia e entre profissionais, e de intervenção na reflexão sobre os média. Compromete-se a ouvir o seu público e a dar espaço à discussão participada pela comunidade na construção do seu jornalismo.

Fumaça é progressista. Acredita na liberdade, na garantia de vida digna e na ambição coletiva de corrigir desequilíbrios e desigualdades. Quer escrutinar e desafiar sistemas de opressão. É livre de tomar posições políticas coletivas em matérias consensuais numa redação que se quer heter Fumaça é dissidente. Defende a necessidade de ir para lá da agenda mediática vigente, de criar alternativas às estruturas jornalísticas tradicionais no financiamento, práticas editoriais e laborais, e modelos de organização. Reconhece o valor do trabalho, garantindo um pagamento justo e condições dignas a quem para este trabalha”.

“A DIVERGENTE investiga temas de relevância social. Aprofunda e revela camadas, confronta perspectivas.

A DIVERGENTE orienta-se por critérios de independência, rigor, pluralismo, transparência e criatividade.

---

A DIVERGENTE recusa qualquer tipo de discriminação, nomeadamente de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política.

A DIVERGENTE não se obriga à neutralidade ou à imparcialidade quando estiverem em causa a dignidade humana ou qualquer outro valor fundamental da vida em sociedade”. O Interruptor é uma revista multimédia independente que olha para o mundo pelas lentes da cultura, tentando que nunca fiquem embaciadas.

“O Interruptor valoriza as vozes que se escondem por trás dos dados. Produz conteúdo assente numa perspectiva crítica, íntegra e rigorosa, com preocupações contextuais e desafiando os formatos convencionais”.

“O Sinal Aberto define as suas prioridades editoriais com total liberdade e independência, assim como reivindica o direito à subjetividade informativa como princípio de um jornalismo responsável e sério que procura a verdade, sabendo que nunca será neutro. O Sinal Aberto é um Jornal independente de quaisquer interesses políticos e económicos, que aposta no aprofundamento e na problematização das matérias informativas como elemento estruturante da sua ação”.

Já, do ponto de vista da deontologia e da ética, segundo marcador jornalístico mais presente nos arranjos investigados (73%), como vimos na figura 9, identificamos mais incidência dos termos que se referem à credibilidade, liberdade, verdade/veracidade e independência (financeira, logo editorial), representados por termos como: “jornalismo rigoroso e ético”; “a informação é atribuída de forma transparente e responsável”; “orienta-se por critérios de independência, rigor, pluralismo, transparência e criatividade.”; “a redação baseia-se em valores de excelência para alavancar a cena artística e empreendedora afrodescendente, pautando-se pela qualidade, criatividade, imparcialidade e ética”; “valoriza, promove e defende a liberdade de pensamento, a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa”; defende a verdade, rigor, isenção e honestidade no tratamento da informação”; “recusa o sensacionalismo e é orientado por critérios de rigor, isenção e honestidade no tratamento das notícias”. (Ver apêndice 02)

Levando em consideração o já pontuado anteriormente sobre o fato da lei da Imprensa, assim como os órgãos reguladores da comunicação e do jornalismo de Portugal exigirem a publicação de ficha técnica e de estatuto editorial, não surpreende ter a

---

deontologia e a ética profissionais como marcador jornalístico mais presente. No entanto, é importante destacar que os arranjos demonstram preocupação em de fato informar o cidadão sobre quem são, como produzem e como veem o papel do jornalismo na sociedade. Isso fica claro na descrição ampla e detalhada que fazem seja no estatuto editorial, seja na ficha técnica ou nas apresentações dos veículos, pois poderiam ser suscintos, colocar apenas itens básicos exigidos.

Outro achado da pesquisa que se soma a esses marcadores já descritos, é a relevância que boa parte dos arranjos dá à regionalidade, à valorização da territorialidade (comunidade lusófona), especialmente no que se refere à lusofonia em seus aspectos culturais e sociais. No universo pesquisado, a maioria das autodeclarações mencionam o lugar de produção ou seu alcance. Pode-se perceber a territorialidade seja em nomes das iniciativas (Jornal da Batalha); nos slogans (“o meu jornal, a minha região”); e na delimitação da cobertura ou do alcance (“Está ainda disponível para leitura em mais de 300 bibliotecas municipais de Norte a Sul e ilhas de Portugal”). A valorização da territorialidade aparece com mais ênfase na descrição da missão dos arranjos (estatuto editorial ou nas autodeclarações “sobre”/”quem somos”) ora fazendo referências à cultura (“A Bantumen é uma revista online em português, com conteúdos próprios, que procura refletir a atualidade da cultura negra da lusofonia, com enfoque nos PALOP e na sua diáspora”), ora se autoafirmando como povo (“Valores culturais ancestrais e contemporâneos comuns, genuinamente Portugueses, que nos definem como Povo e Estado-Nação, Independentes e Soberanos, com uma Língua, uma História e um Património riquíssimo, singular e extraordinário”).

Há indícios, portanto, de que essas marcas regionais observadas estejam associadas à necessidade de proximidade com o público e ao reforço identitário, diferencial que esses novos arranjos operam em relação à mídia hegemônica, o que também foi observado na pesquisa realizada no Brasil.

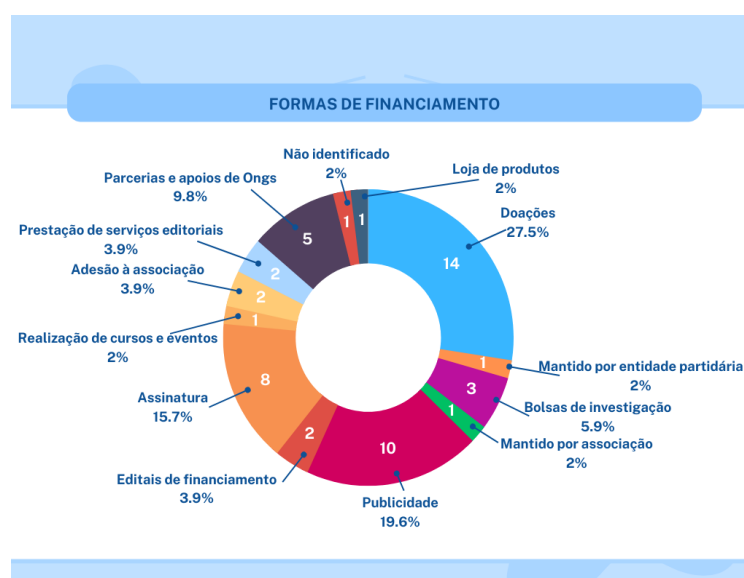
A mídia jornalística em Portugal, assim como no Brasil, enfrenta o enxugamento das redações e migração para veículos totalmente digitais, mesmo que, diferente do Brasil, o mercado português ainda conta com bastantes publicações impressas. Alguns dos próprios arranjos mapeados neste estudo oferecem formato impresso. Mas, não se pode negar que há uma tendência de mudança implicada pelas mídias digitais e redes

sociais, pelo incremento das plataformas. O nascimento desses arranjos é exemplo disso. Tal cenário, aliado a outros ingredientes, como novos perfis de profissionais jornalistas, levam os jornalistas a criarem empreendimentos jornalísticos como alternativa. Não é possível fazer grandes afirmações sobre tal questão por meio deste levantamento, seria necessário um aprofundamento maior, numa segunda fase da pesquisa, como a realizada no Brasil, mas pelos dados sobre a formas de sustentação, é possível afirmar que os arranjos vivem uma instabilidade financeira, uma vez que a maioria depende de apoios e doações (figura 14).

A despeito do discurso de independência, alguns acabam se utilizando dos mesmos sistemas de financiamento da grande mídia, principalmente de anúncios publicitários. Dentre as formas de sustentabilidade declaradas ou levantadas no questionário, a maioria vem de doação/editais/bolsas/patrocínios (41,3%) e, na sequência, de: espaço publicitário (19,6%); assinaturas e adesões como sócios (19,6%); parcerias e apoios (9,4%); prestações de serviços, cursos/eventos e loja (7,9%) e fontes não informadas (2%). Ou seja, mesmo tendo outras fontes que podem salvaguardar a autonomia por eles almejada, quase 20% ainda depende de publicidade, o que pode interferir na independência buscada.

Mas esta operacionalização de sustentabilidade precisa ser mais investigada para que se possa fazer afirmações mais concretas.

Figura 14 – Formas de financiamento dos arranjos



Fonte: Elaboração da autora.

---

## CONCLUSÃO

Os novos arranjos jornalísticos independentes e alternativos de Portugal mapeados nesse estudo podem representar uma forma de resistência e de inovação na produção de informação. A pesquisa indica diferenças em relação ao jornalismo hegemônico, tanto na forma quanto no conteúdo, buscando valorizar as temáticas sociais, as vozes plurais e as reportagens aprofundadas. Embora, como pontuamos anteriormente, há ainda muitos elementos do que consideramos jornalismo tradicional. Há muito a se discutir o que de fato muda ou será mudado em termos do fazer jornalístico, uma vez que não é só uma questão de suporte ou de formato. Os princípios e a deontologia do jornalismo, a nosso ver, independem dessas questões. No entanto, há de se destacar o alargamento das atividades exercidas pelos profissionais, o que tem sido comprovado por pesquisas nacionais e internacionais. E, claro, é preciso levar em conta as mudanças nos modos de produção e de consumo.

Conforme Teixeira e Jorge (2021) a tendência dos tipos de projeto alternativos/independentes, como os mapeados neste estudo, é colocar na agenda pública conteúdos pouco valorizados no jornalismo *meinstream*. Foi o que pudemos perceber nos arranjos levantados, pois há grande incidência de temáticas ligadas ao ativismo social, ambiental, de gênero e a questões relacionadas com os direitos humanos.

Dentre os desafios, a sustentabilidade financeira e a concentração geográfica devem ser consideradas. Eles podem representar uma forma de resistência e de inovação na produção de informação ao se diferenciar do jornalismo hegemônico e buscar valorizar as temáticas sociais, as vozes plurais e as reportagens aprofundadas, mas manter a estrutura não é tarefa fácil. Não apenas pelas questões de financiamento, mesmo esta sendo a mais grave, mas há outros elementos envolvidos no contexto do jornalismo contemporâneo, que afetam tanto os meios tradicionais como os novos modelos.

Segundo dados do Observatório Europeu do Jornalismo (<https://pt.ejo.ch/>), Portugal tem um dos mais baixos índices de confiança na mídia na Europa, com apenas 28% dos entrevistados dizendo confiar nas notícias em geral. Ou seja, é necessário um

---

trabalho de (re)conquista do público. E a precarização do trabalho jornalístico pode não ficar restrita apenas ao mercado tradicional, uma vez que essas iniciativas, geralmente, contam com poucos colaboradores e com recursos parcos, o que prejudica uma situação de mais tranquilidade para a realização do trabalho, seja em termos do tempo (manter periodicidade), seja do volume de atribuições a uma mesma pessoa. Como destacam Fíguro et.al (2021, p. 14/15) os arranjos de trabalho de jornalistas são a face reveladora de vários dilemas do campo, mas também são “a face da atividade humana que é sempre criativa e vai buscando soluções para seus problemas concretos, resistindo às incongruências e às lógicas do próprio sistema econômico e político”.

Dito isto, acreditamos que esses arranjos, que se apresentam como alternativos ou independentes representam uma oportunidade para renovar e diversificar o panorama mediático português, oferecendo conteúdos de qualidade, inovação e participação cívica. E é possível que, à medida do crescimento de mais iniciativas, com fidelização de públicos em função do tipo de conteúdo, da linguagem ou da forma, novas formas de investimento surjam, principalmente se houver mais pressão social para que os governos invistam em comunicação pública, ancorando projetos como os que identificamos neste trabalho.

Cabe ressaltar que esta pesquisa objetivou fazer o levantamento, via pesquisa exploratória, dos arranjos alternativos às corporações ou conglomerados de mídia em Portugal e que se limitou a um marco temporal de 12 meses, sendo que o período de investigação dos arranjos durou 5 meses. Portanto, os dados apresentados representam o que foi possível identificar neste período, não esgotando a possibilidade de que outros veículos existam ou tenham surgido nesse tempo.

Não foi nossa intenção fazer uma pesquisa comparativa com a realizada no Brasil, no entanto, procuramos seguir a metodologia e assumir os referenciais teóricos do estudo brasileiro, pois, em artigo futuro, pretendemos traçar aproximações e distanciamentos entre as realidades dos arranjos mapeados nos dois países.

Para o momento, cumprindo os requisitos do estágio pós-doutoral, apresentamos este relatório, com a descrição dos dados e apontamentos dos principais resultados da pesquisa “Mapeamento de novos arranjos jornalísticos alternativos às coporações de

---

mídia em Portugal: características e modos de produção”, bem como o registro das produções realizadas ao longo deste ano de estudo e de pesquisa (09/2022 e 08/2023).

Outros textos, artigos e publicações estão previstos para ampliar a divulgação científica do presente trabalho, o que consideramos fundamental para selar a excelente parceria de saberes e de experiências que um estágio pós-doutoral favorece.

---

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assembleia da República. (1999). Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro. Diário da República. Recuperado de [https://www.pgdlisboa.pt/leis/lei\\_mostra\\_articulado.php?nid=138&tabela=leis](https://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=138&tabela=leis).
- Baldin, N., & Munhoz, E. M. B. (2011). Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In Anais do X Congresso Nacional de Educação. Seminário Internacional de Representações Sociais, Subjetividade e Educação – SIRSSE (p. 115). PUCPR.
- Baptista, C., & Sousa, J.P. (Orgs.). Para uma história do jornalismo em Portugal. Coleção: Livros ICNOVA, 2020 ISBN: 978-989-54285-9-5 (Digital) ISBN: 978-989-54285-8-8 (Impresso) Download PDF – 10.8 MB.
- Bell, E., Owen, T. Bell, Emily J.; Brown, Peter D.; Hauka, Codi & Rashidian, Nushin (2017). A imprensa nas plataformas – como o Vale do Silício reestruturou o Jornalismo. Columbia Journalism School. Columbia University Academic Commons. Recuperado de <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8D79PWH>
- Charron, J., & Bonville, J. de. (2016). Natureza e transformação do jornalismo. Insular.
- Costa, R. R., Silva, N. R., Araújo, M. C. B., & Lima, R. C. B. (2020). Arranjos alternativos de trabalho em jornalismo no Ceará: relações de comunicação e condições de trabalho. PRAXISJOR-UFC. Recuperado de <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/54543>.
- Crespo, M., Azevedo, J., Sousa, J., Cardoso, G & Paisana, M. (2017). Profissão Jornalista: condições laborais, formação e constrangimentos. [Relatório]. Observatório da Comunicação, Lisboa. ISSN 2182-6722. Recuperado em [https://obercom.pt/wpcontent/uploads/2017/03/2017\\_OBERCOM\\_Jornalistas\\_Condicoes\\_Laborais.pdf](https://obercom.pt/wpcontent/uploads/2017/03/2017_OBERCOM_Jornalistas_Condicoes_Laborais.pdf).
- Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (2006). O planejamento da pesquisa qualitativa. Porto Alegre, Penso, 432 p.
- Deuze, M. & Witschge, Tamara. (2016). O que o jornalismo está se tornando. Parágrafo. Jul/Dez. – V.4, N.2 - ISSN: 2317-4919. Tradução: Rafael Grohmann. <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/478/445>.
- DataReportal. (2023). Digital 2023: Portugal. Recuperado de <https://datareportal.com/reports/digital-2023-portugal>.
- Fígaro, R. (2013). As mudanças no mundo do trabalho do jornalista. São Paulo: Salta.

---

Figaro, R. (2014). A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. *Fronteiras: estudos midiáticos*, 16(2), 124-131. Recuperado de <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2014.162.06/419>

Fígaro, R., & Nonato, C. (2017). Novos ‘arranjos econômicos’ alternativos para produção jornalística. *Revista Contemporânea | Comunicação e cultura*, 15(1), Jan/Abr.

Figaro, R. (Org.). (2018). *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*. ECA/USP.

Fígaro, R. & Nonato, C. (2021). *Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas produtivas*. São Paulo: ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho. <https://doi.org/10.11606/97865886404702021>

Garcia, L. & Castro, J. (1993). Os jornalistas portugueses. Da recomposição social aos processos de legitimação profissional. *Sociologia – Problemas e Práticas*, (13), 93-114.

Garcia, J. L. (Org.). (2009). *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses. Metamorfoses e Encruzilhadas no Limiar do Século XXI*. Imprensa de Ciências Sociais.

Garcia, J. L. (2009). Introdução ao estudo sociológico dos jornalistas portugueses: os jornalistas e as contradições do capitalismo jornalístico no limiar do século XXI. In J. L. Garcia (Org.), *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: Metamorfoses e Encruzilhadas no Limiar do Século XXI* (pp. 23-46). Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.

Garcia, J. L., Martinho, T. D., Alves, M. P., Correia, J. C., Cunha, D. S., Matos, J. N., Graça, S. M., Ramalho, J., & Rodrigues, C. (2018). *Os media em mudança em Portugal: implicações da digitalização no jornalismo* [Lisboa]: ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Socia. Recuperado de [https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/35200/1/ICS\\_JLGarcia\\_TDMartinho\\_OsMedia.pdf](https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/35200/1/ICS_JLGarcia_TDMartinho_OsMedia.pdf).

Grohmann, R. A (2020). Comunicação na Circulação do Capital em Contexto de Plataformização. *Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, 16(1), Ibict. Recuperado em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5145>.

Helmond, A. (2015). The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Media + Society*, v. 1, n. 2, p. 1-11. In: [Grohmann, R.](#) (2020). *A Comunicação na Circulação do Capital em Contexto de Plataformização*. [Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura](#). v. 16 n. 1, Ibict.

Instituto Nacional de Estatística. (2021). *Censos 2021 – Divulgação dos Resultados Preliminares*. Recuperado de [https://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=514614801&att\\_display=n&att\\_download=y](https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=514614801&att_display=n&att_download=y).

Jensen, K.B.; Jankowski, N.M. (eds.). (1993). *Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch, 324 p.

---

Kucinski, B. (2012). A nova era da comunicação: reflexões sobre a atual revolução tecnológica e seus impactos no jornalismo. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol.9, No.1, Janeiro a Junho, p.04 a 16.

Lemos, A. (2005). *Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão*. Recuperado de: <http://portcom.intercom.org.br/pdfs/140429770509861442583267950533057946044.pdf>.

Lima, S. P., et al. (2022). Perfil do jornalista brasileiro 2021: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico. *Projor - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo*.

Marcondes Filho, C.(2009). *Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus.

Obercom (2017). *Jornalistas e Condições Laborais: Retrato de uma Profissão em Transformação*. Recuperado de [https://obercom.pt/wpcontent/uploads/2017/03/2017\\_OBERCOM\\_Jornalistas\\_Condicoes\\_Laborais.pdf](https://obercom.pt/wpcontent/uploads/2017/03/2017_OBERCOM_Jornalistas_Condicoes_Laborais.pdf)

OberCom. (2023). *Digital News Report Portugal 2023 [PDF]*. OberCom. [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/06/DNRPT\\_2023\\_Final\\_12Junho.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/06/DNRPT_2023_Final_12Junho.pdf)

Paquete de O, J. M. (1988). Elementos para uma sociologia dos jornalistas portugueses. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 8, 47-53.

Pinto, R. J. & Sousa, J. P. (1998 A) - O futuro incerto da Internet: intercomunicar além do comércio e da publicidade. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. [Online]. Recuperado em <http://www.bocc.ubi.pt>

Pinto, R. J. & Sousa, J. P. (1998 B). Um retrato sociográfico e socioprofissional dos jornalistas do Porto. Recuperado em <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-retrato-jornalistas-porto.html>

Ramonet, I. Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados? In Moraes, D. (Org). (2013). *Mídia, poder e contrapoder. Da contracção monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo: Rio de Janeiro: FAPERJ.

Ribas, G. P. (2017). (In) dependência das iniciativas jornalísticas digitais do século XXI com escopo na região Amazônica: Análise dos sites Amazônia Real e Infoamazonia. Ponta Grossa. Dissertação.

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message*. Longman.

Soloski, J. (1999). O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In N. Traquina (Ed.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”* (2nd ed., pp. 91-100). Vega.

Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.

---

Sousa, J. P. (2005). Construindo uma teoria multifactorial da notícia como uma teoria do jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2(1), 73-92.

Sousa, J. P. (2011). A discussão sobre a introdução do ensino superior do jornalismo em Portugal: das primeiras menções ao primeiro curso de graduação. Recuperado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-a-discussao-sobre-a-introducao-do-ensino-superior-do-jornalismo-em-portugal.pdf>

Teixeira, L.M., & Jorge, A. (2021) Plataformas de Financiamento Coletivo na Economia Política dos Média Alternativos. *Comunicação e Sociedade*, v.39, 183–202. DOI: 10.17231/comsoc.39(2021).2863

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo. Volume I. Por que as notícias são como são*. Insular.

Zacariotti, M., Assis, I., & Silva, V. G. (2021). Novos arranjos jornalísticos alternativos: uma investigação em duas capitais do Centro-Norte brasileiro. In R. Fígaro & C. Nonato (Eds.), *Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas produtivas* (Vol. 1, pp. 96-126). ECA/USP.

---

## PRODUÇÃO BIBLIOGRÁFICA NO ÂMBITO DO PROGRAMA

Zacariotti, Marluce (2022). Comunicação e trabalho: novos modelos de negócios, plataforma e cooperativismo. [Aula aberta]. Universidade Fernando Pessoa. Recuperado em: <https://www.ufp.pt/comunicacao-e-trabalho-novos-modelos-de-negocios-plataformizacao-e-cooperativismo/>.

Souza, a. m.; Zacariotti, Marluce. (2022). Podcast? Pod... o quê?? Jornalismo especializado no mundo dos podcasts. In: 21 Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo, 2022, Teresina. Anais do 21 Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo. v. 1. p. 1-1.

Zacariotti, Marluce; Assis, I.; Souza, S. M. B. (2022). Inovações pedagógicas no ensino de jornalismo: a experiência do PIAPEJOR. In: 21 Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo, 2022, Teresina. Anais do 21 Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo, v. 1. p. 1-1.

Zacariotti, Marluce; Silva, V. G.; Assis, I. e Souza, S. M. B. (2022). Projeto de inovação e apoio pedagógico ao ensino de jornalismo: união entre metodologias ativas e tecnologias da informação e comunicação. <http://dx.doi.org/10.20873/uft-v5n1/ID14223>, v. 5, p. 32-49.

Zacariotti, Marluce; Stein, Jaqueline. (2023). A educação do campo e os desafios do ensino remoto emergencial. Revista Humanidades e Inovação, v.10, n.52. Recuperado em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/6307>.

Arndt, e.; Souza, H.; Cruz, S.; Zacariotti, Marluce. (2023). Políticas públicas brasileiras voltadas para as juventudes. Revista Fisio&terapia, v. 1, p. 72-82, 2023.RJ.

### **Participação em Provas de doutoramento Universidade Fernando Pessoa:**

Leoni Teresinha Vieira Serpa. (2022). A hiperespecialização do jornalismo com temas sobre o espaço sideral: a produção de conhecimento jornalístico científico na imprensa de Portugal e do Brasil-Análise da produção jornalística especializada nos jornais, Público e Folha de S.Paulo e nas revistas Super(Interessante) de Portugal e Brasil”.

Giane Silva Santos Souza. (2023). O discurso da imprensa portuguesa e brasileira sobre a violência contra as mulheres: um estudo dos diários Público (Portugal) e Folha de São Paulo (Brasil) no final de 2021.

### **Participação em Seminários e Eventos:**

Conferência de encerramento e apresentação de resultados do projeto de investigação “Para uma história do Jornalismo em Portugal”. IC-Nova. Nov., 2022.

---

XIV Congresso Internacional da Lusocom (Federação Lusófona de Ciências da Comunicação) organizado pela Sopcom (Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação) e pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2022.

Palestra Prof. Dr Denis Reno. “A imagem na reportagem contemporânea”  
Universidade Fernando Pessoa. 18 de outubro de 2022.

Palestra Prof. Dr. Rogério Borges. “História do jornalismo literário como narrativa amplificada da realidade”. Universidade Fernando Pessoa. 15 de novembro de 2022.

Palestra Profa. Dra. Flávia Guidotti. “Fotojornalismo contemporâneo: possibilidades e desafios”. Universidade Fernando Pessoa. 30 de novembro de 2022.

Palestra Prof. Dr. Douglas Farias Monteiro. “Intersecções entre a inteligência artificial e o jornalismo”. Universidade Fernando Pessoa. 10 de abril de 2023.

## APÊNDICES

### Apêndice 1: Apresentações/autodescrições

#### AUTODESCRIÇÃO DOS ARRANJOS

1	ARRANJOS	SOBRE/QUEM SOMOS
	Setenta e quatro	<p>O Setenta e Quatro é um projeto de informação digital que atua na garantia dos valores democráticos e progressistas. Acreditamos que o jornalismo de investigação é um pilar fundamental para a realização de uma sociedade democrática. Pretendemos, assim, fortalecer a democracia e trazer a quem nos lê e ao espaço público temas até agora pouco explorados.</p> <p>A informação é um direito. O acesso à informação independente promove o exercício democrático e fortalece a opinião pública, incentivando quem nos lê à participação cívica. O jornalismo aprofundado e contextualizado contribui para evitar lógicas e discursos autoritários que coloquem em causa direitos fundamentais.</p> <p>O jornalismo é serviço público. O Setenta e Quatro pauta-se por um jornalismo rigoroso e ético que apura, interpreta, correlaciona e analisa factos. Procuramos sempre o contraditório, não confundindo, no entanto, teorias com factos.</p> <p>Rejeitamos e desafiamos discursos e comportamentos baseados no ódio ou em qualquer forma de discriminação. O Setenta e Quatro procura desafiar as políticas do medo e da intolerância, trazendo para a agenda pública questões invisibilizadas pelas lógicas de poder.</p> <p>No nosso trabalho, a informação é atribuída de forma transparente e responsável. O anonimato poderá ser necessário para proteger as nossas fontes de eventuais retaliações. O Setenta e Quatro garante às suas leitoras e aos seus leitores que todas as informações recebidas por fontes apresentadas como anónimas são submetidas a um processo rigoroso de apuramento dos factos.</p> <p><b>OS NOSSOS FORMATOS</b>            Reportagens            Entrevistas            Opiniões            Fotorreportagens.            Ensaios            Recensões = Análises de livros que se insiram nas temáticas do Setenta e Quatro.            Investigações originais que tratem de forma aprofundada diferentes temas.</p>
2	Fumaça	Fumaça é um podcast de jornalismo de investigação independente, progressista e dissidente. Somos independentes, porque são os jornalistas a decidir os destinos

## AUTODESCRIÇÃO DOS ARRANJOS

		O Interruptor é membro associado da <u>European Data Journalism Network</u> , uma rede europeia de colaboração jornalística e editorial focada em jornalismo de dados.
6	Sinal Aberto	O sinal Aberto é um Jornal independente de quaisquer interesses políticos e económicos, que aposta no aprofundamento e na problematização das matérias informativas como elemento estruturante da sua ação.
7	Canal Q	Andamos a dar-lhe já há alguns anos. Mas somos todos frescos e novos. No fundo só queremos fazer coisas que nos deixam felizes e que deixam também o espectador a sonhar com unicórnios e um mundo melhor. No Q Play tanto poderá rir, chorar, como conhecer as histórias de personalidades nacionais e internacionais. Há tanto por onde escolher que o melhor é começar já a explorar. Isso e dizer adeus à cama e ao sono, é que ainda por cima terá uma semana grátis.
8	Bola na Rede	Somos um órgão de comunicação social português de Desporto. Nascemos a 28 de outubro de 2010 e temos a intenção de crescer cada vez mais. Contamos contigo para nos ajudares a criar bons debates relacionados com a atualidade do desporto nacional e internacional. O <u>Bola na Rede</u> é um projeto que já se afirmou no panorama nacional e é reconhecido dentro de algumas das mais importantes redações em Portugal. Tivemos convidados de renome, criámos conteúdos que chegaram aos meios de comunicação social e inúmeros redatores, pela qualidade que demonstraram, são hoje grandes profissionais no jornalismo desportivo.
9	Bantumen	A BANTUMEN é uma revista online em português, com conteúdos próprios, que procura refletir a atualidade da cultura negra da lusofonia, com enfoque nos PALOP e na sua diáspora.
10	Jornal da Batalha	Mensário do concelho da Batalha. Nascido em 1990, é o principal jornal do concelho, essencial para saber o que se passa na Batalha. O Jornal da Batalha é um jornal independente de quaisquer forças políticas e/ou económicas;
11	Media Alternativos	Uma nova e efervescente geração de órgãos de comunicação social em Portugal. Alternativos porque representam uma alternativa aos média tradicionais, sem tirar mérito a estes canais. Contam histórias que não passam nestes meios de maior alcance, propõem narrativas e formatos disruptivos, constroem comunidades próximas – talvez por isso também possam ser chamados de ‘média comunitários’.
12	Dois Pontos	Somos a Dois Pontos, a revista trimestral independente para

## AUTODESCRIÇÃO DOS ARRANJOS

		rapazes e raparigas entre os 7 e os 11 anos. Chegámos para ficar, com a missão de estimular nas crianças a imaginação e a curiosidade pelo mundo exterior e interior!
13	Jornal Tornado	O Jornal Tornado é uma publicação periódica generalista, jornalística, de âmbito nacional e internacional, independente e obediente à lei e ao código deontológico dos jornalistas.
14	Causa nossa	Blogue fundado em 23 de Novembro de 2003 por Ana Gomes, Jorge Wemans, Luís Filipe Borges, Luís Nazaré, Luís Osório, Maria Manuel Leitão Marques, Vicente Jorge Silva e Vital Moreira
15	Observador	O Observador é um jornal diário online, independente e livre.
16	Notícias Viriato	O Notícias Viriato é um Jornal Online, Livre e Independente.
17	Gerador	Plataforma independente de jornalismo, cultura e educação Fazemos jornalismo lento como contraponto da urgência dos tempos que nos envolvem. Publicamos uma <u>revista quadrimestral</u> , de edição limitada e numerada, e tentamos tirar o maior proveito das vantagens digitais no nosso site e nas nossas redes sociais para tornar a informação acessível a todos.
18	Zap Aeiou	É um meio de informação independente distribuído em tempo real em formato electrónico.  Oferece aos seus leitores notícias de âmbito generalista, com foco especial em temas de atualidade, economia, mundo, ciência e sociedade, dando atenção especial a tópicos variados – que vão do ambiente ao consumo, da paleontologia à inteligência artificial, dos direitos humanos às novas tendências sociais.  Dirige-se especialmente aos leitores de nacionalidade portuguesa, estando acessível a qualquer utilizador de Internet, em qualquer parte do Mundo.
19	Diário As Beiras	O DIÁRIO AS BEIRAS é um projecto informativo independente, plural, rigoroso, que procura servir um público com opiniões e interesses diversificados, dentro da melhor tradição do jornalismo de qualidade.
20	Objectivo – Jornalismo independente	Objectivo é um projecto on line de jornalismo rigorosamente independente de qualquer organização ou poder, seja ele um poder formal ou fáctico. É um jornal de informação geral que noticia factos sem qualquer tipo de amarras e enviesamentos a políticas ou ideologias de qualquer tipo.

## AUTODESCRIÇÃO DOS ARRANJOS

21	Notícia ao minuto	Notícias ao Minuto é um jornal online, actualizável a qualquer hora, acessível na Internet através do endereço <a href="http://www.noticiasao minuto.com">www.noticiasao minuto.com</a> , que disponibiliza informação geral independente e pluralista. Notícias ao Minuto é uma publicação independente, sem qualquer dependência de natureza política, ideológica e económica.
22	Inconveniente	Inconveniente é um jornal digital plurimédia que serve a verdade, a vida, a dignidade da pessoa humana e a liberdade.
23	Esquerda.NET	O Esquerda.net é um portal de informação alternativa, que aspira a concorrer com os portais dos órgãos de informação, mas apresentando uma óptica crítica, de esquerda, na selecção de notícias, na produção do seu noticiário, nas suas fontes de informação.
24	Shifter	O Shifter é uma revista de reflexão e crítica sobre tecnologia, sociedade e cultura, com a missão de contribuir para uma melhor compreensão do mundo em constante mudança.
25	Blasting News Portugal <sup>1</sup>	A Blasting News tem orgulho de ser uma plataforma de notícias independente e aberta. Os artigos de notícias são submetidos para publicação por uma comunidade aberta de colaboradores freelance deslocalizados (chamados de Blasters), espalhados por todo o mundo para cobrir uma ampla variedade de tópicos, desde notícias locais até crises políticas internacionais, desde esportes até jogos e entretenimento. Blasting News acredita fortemente em informações independentes produzidas por pessoas independentes com diferentes pontos de vista. (Tradução nossa)
26	A-borda	O aborda.pt é a primeira plataforma de jornalismo feminista em Portugal. Nascemos com o suporte da REDE de Jovens para a Igualdade, a partir do programa de mentoria feminista “de Mulher para Mulher”, que teve início nos últimos meses de 2020.  No Aborda valorizamos a partilha e o trabalho colaborativo entre as mulheres, a partir da promoção de um espaço seguro de aprendizagem para jovens jornalistas e de novas oportunidades para as mais experientes.

<sup>1</sup> Esta plataforma está em vários países e, em Portugal, funciona por meio do facebook. Não tem um site no país, portanto, a descrição é da plataforma-mãe.

## Apêndice 2: Estatuto editorial

		ESTATUTO EDITORIAL
1	Setenta e quatro	<p>Setenta e Quatro é um projeto digital de jornalismo de investigação que acredita que apenas com acesso a informação livre e credível é possível defender a democracia e aprofundar os princípios da igualdade e da liberdade.</p> <p>Setenta e Quatro rejeita e desafia todos os discursos de ódio e de discriminação.</p> <p>Setenta e Quatro é independente de organizações partidárias, sindicais, desportivas, religiosas, económicas e financeiras.</p> <p>Setenta e Quatro tem uma periodicidade que respeita o tempo necessário à investigação jornalística.</p> <p>Setenta e Quatro atua através da plena realização da liberdade de imprensa e do direito à informação, opondo-se a qualquer tentativa de limitação aos direitos de informar e de ser informado.</p> <p>Setenta e Quatro rege-se pelo Código Deontológico do Jornalista, pelo Estatuto do Jornalista e pela Lei de Imprensa.</p>
2	Fumaça	<p>Fumaça é uma redação de jornalismo de investigação que publica principalmente trabalhos narrativos em áudio. Considera-se independente porque são as pessoas que para este trabalham a decidir horizontalmente os destinos do órgão de comunicação social. É coletiva a responsabilidade editorial e operacional.</p> <p>[...] Fumaça vê o jornalismo como bem público. O que produz é de livre acesso e de republicação gratuita. Assume um dever de partilha de conhecimento, com a academia e entre profissionais, e de intervenção na reflexão sobre os média. Compromete-se a ouvir o seu público e a dar espaço à discussão participada pela comunidade na construção do seu jornalismo.</p> <p>Fumaça é progressista. Acredita na liberdade, na garantia de vida digna e na ambição coletiva de corrigir desequilíbrios e desigualdades. Quer escrutinar e desafiar sistemas de opressão. É livre de tomar posições políticas coletivas em matérias consensuais numa redação que se quer heter Fumaça é dissidente. Defende a necessidade de ir para lá da agenda mediática vigente, de criar alternativas às estruturas jornalísticas tradicionais no financiamento, práticas editoriais e laborais, e modelos de organização. Reconhece o valor do trabalho, garantindo um pagamento justo e condições dignas a quem para este trabalha.</p> <p>Fumaça ambiciona à transparência radical editorial e operacional. Não acredita na existência de jornalismo neutro: ao invés de afirmar a isenção, assume de maneira clara as suas subjetividades e expõe os seus conflitos de interesse. Divulga de onde vem e para onde vai o seu dinheiro. Fumaça acredita em jornalismo feito com ética, deontologia e tempo para</p>

		<p>pensar. Considera jornalista quem aplica o método jornalístico, que não pode dispensar a edição e a verificação de factos.</p>
3	Divergente	<p>A DIVERGENTE é uma revista digital de jornalismo narrativo e investigação que privilegia formatos multimédia.</p> <p>A DIVERGENTE não tem fins lucrativos e não aceita publicidade.</p> <p>A DIVERGENTE acredita na força das histórias para retratar temáticas complexas.</p> <p>A DIVERGENTE defende a transparência da prática jornalística e apresenta, de forma clara, quem a faz e quem a financia.</p> <p>A DIVERGENTE reivindica o tempo e o espaço para revelar os silêncios do mundo contemporâneo. Privilegia o rigor em detrimento da rapidez.</p> <p>A DIVERGENTE dá espaço às histórias e revela os silêncios. Retrata temas de interesse público, que tendem a ser sub-representadas nos média.</p> <p>A DIVERGENTE investiga temas de relevância social. Aprofunda e revela camadas, confronta perspectivas.</p> <p>A DIVERGENTE orienta-se por critérios de independência, rigor, pluralismo, transparência e criatividade.</p> <p>A DIVERGENTE recusa qualquer tipo de discriminação, nomeadamente de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política.</p> <p>A DIVERGENTE não se obriga à neutralidade ou à imparcialidade quando estiverem em causa a dignidade humana ou qualquer outro valor fundamental da vida em sociedade.</p> <p>A DIVERGENTE assenta no trabalho de uma equipa multidisciplinar, sujeito a um processo de questionamento, verificação e revisão.</p>
4	Mapa: Jornal de informação crítica	<p>Não define. Tem guia de estilo, apenas.</p>
5	Interruptor	<p>O Interruptor é uma revista multimédia independente que olha para o mundo pelas lentes da cultura, tentando que nunca fiquem embaciadas.</p> <p>O Interruptor valoriza as vozes que se escondem por trás dos dados. Produz conteúdo assente numa perspetiva crítica, íntegra e rigorosa, com preocupações contextuais e desafiando os formatos convencionais.</p> <p>O Interruptor aposta na inovação e experimentação, combinando abordagens de diferentes áreas de investigação, nomeadamente jornalismo, academia e produção artística documental.</p> <p>O Interruptor contribui para a democratização do acesso à cultura e à informação com a publicação de conteúdo aberto. Prima pela transparência, comprometendo-se à divulgação de metodologias e dados, bem como à partilha de tecnologia em código aberto.</p> <p>O Interruptor assume a liberdade, a igualdade e a justiça como princípios máximos da cidadania em democracia. Orientado pelo Código Deontológico dos Jornalistas, rejeita qualquer tipo de pressões, sejam elas de índole política, económica ou outras.</p>

		<p>O Interruptor defende uma visão de sustentabilidade no exercício da sua atividade, bem como no ecossistema alargado em que se insere.</p> <p>O Interruptor rege-se pelos valores e princípios presentes na Declaração Universal dos Direitos Humanos, na Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia e na Constituição da República Portuguesa. Repudia qualquer tipo de discriminação – em particular raça, etnia, nacionalidade, género, orientação sexual, religião e contexto sócio-económico, não excluindo outras.</p>
6	Sinal Aberto	<p>O sinalAberto é um coletivo de Jornalismo de interesse público, com produção própria de conteúdos, propriedade da associação sem fins lucrativos <i>Desalinha, Associação de Conteúdos</i>, que respeita o artigo 17.º da Lei de Imprensa.</p> <p>O sinalAberto define as suas prioridades editoriais com total liberdade e independência, assim como reivindica o direito à subjetividade informativa como princípio de um jornalismo responsável e sério que procura a verdade, sabendo que nunca será neutro.</p> <p>O sinalAberto é um Jornal independente de quaisquer interesses políticos e económicos, que aposta no aprofundamento e na problematização das matérias informativas como elemento estruturante da sua ação.</p> <p>Orientado pelos critérios de verdade e de rigor, o sinalAberto recusa a informação apressada e superficial, bem como qualquer motivação de ordem comercial na definição, na construção e na decisão da matéria jornalística a publicar.</p> <p>O sinalAberto terá as suas fontes de financiamento nos associados da <i>Associação Desalinha</i>, nas parcerias que estabelecer com instituições e organismos – nacionais e estrangeiros–, nas doações de leitores, na realização de colóquios, conferências, cursos ou <i>workshops</i> e também na prestação de serviços editoriais.</p> <p>O sinalAberto defende os valores da dignidade humana como um bem superior, nos quais se inserem a inclusão e a igualdade de género.</p> <p>O sinalAberto considera que o exercício de um jornalismo livre, verdadeiro e plural é um elemento constitutivo da democracia. Daí apostar na criação de uma opinião pública bem informada, exigente e participativa, em que jornalistas e leitores possam interagir e cooperar na construção de uma informação mais qualificada, rigorosa e completa que as circunstâncias permitirem.</p> <p>O sinalAberto respeita os princípios éticos e deontológicos do Jornalismo.</p>
7	Canal Q	<p>O Q é um projecto editorial que se situa no campo da liberdade de ideias, opiniões e diferenças, tendo por base os princípios de Declaração Universal dos Direitos do Homem, o respeito pela Constituição da República Portuguesa, o respeito pelos direitos dos espectadores e o estrito cumprimento da Lei de Imprensa (Lei nº 2/99 de 13 de Janeiro), da Lei da Televisão (Lei nº 27/2007, de 30 de Julho) e demais legislação e regulamentação aplicáveis, designadamente os princípios deontológicos</p>

		<p>dos jornalistas e a ética profissional.</p> <p>É um canal que repudia qualquer forma de totalitarismo ou segregação com base nas diferenças de sexo, raça, religião, orientação sexual, etc., não havendo, porém, temas tabus nos conteúdos que serão produzidos neste canal. O nosso único limite será o espaço privado dos cidadãos e os respectivos direitos, enquanto o nosso “limiar de existência” é a pertinência, credibilidade, qualidade e, sobretudo, o nosso grau de comicidade e de capacidade crítica aos olhos do público.</p> <p>O Q será um espaço de divulgação de projectos criados no âmbito da rede criativa da Produções Fictícias, mas não só, será igualmente um espaço aberto a ideias novas, venham de onde vierem, que se enquadrem no âmbito, no espírito e no target do canal. Será um canal preparado para despoletar e potenciar o aparecimento de novos talentos contribuindo assim para o enriquecimento deste segmento das indústrias criativas nacionais.</p> <p>O Q terá como princípio basilar a independência face a interesses políticos e económicos e repercute-o na forma como interpreta crítica e humoristicamente a realidade.</p> <p>O canal Q será um espaço de responsabilidade, imbuído de princípios democráticos e zelador da liberdade de imprensa. Com esta postura inconformista e resoluta, esperamos despertar consciências através de entrevistas, análises, debates, humor e ficção e contribuir desta forma para uma melhoria na interpretação cívica da sociedade portuguesa contemporânea, (de acordo com os fins estabelecidos pelo art. 9º da Lei da Televisão).</p> <p>O Q surge no território da televisão por cabo (IP TV) como um complemento especializado e uma alternativa à actual oferta prestada pelos canais generalistas. Numa era de mudança de hábitos dos públicos e de uma alteração de paradigma na forma como o espectador lida com o emissor, este projecto pretende corporizar uma grelha de conteúdos dinâmica e redundante, que vá ao encontro dos novos horários do público, garantindo uma oferta eclética de conteúdos de Talk Shows, Magazines e humor (todos eles com protagonistas portugueses) que se imponha como uma alternativa aos horários comerciais dos canais generalistas.</p> <p>Recorreremos às já avançadas possibilidades técnicas que se oferecem no mundo audiovisual, quer no domínio da produção dos programas como na sua distribuição, explorando as capacidades de permanente comunicação e interacção com os seus espectadores; a prova imediata disto foi o desenvolvimento de uma solução interactiva que permite ao telespectador ter acesso, através do comando, a todos os conteúdos que tenham sido transmitidos em grelha, à distância de um click.</p> <p>O Q existirá para servir os cidadãos, para ser um contributo activo no reforço do ânimo do país, cultivar a boa disposição e contribuir para a</p>
--	--	--

		formação de uma opinião pública informada, desperta, e com sentido de humor para enfrentar os avanços e recuos de um país inserido num mundo globalizado e em mudança constante.
8	Bola na Rede	Não define
9	Bantumen	Não define
10	Jornal da Batalha	<p>O Jornal da Batalha é um jornal mensal;</p> <p>O Jornal da Batalha tem como preocupação dominante a defesa dos valores;</p> <p>O Jornal da Batalha é um jornal independente de quaisquer forças políticas e/ou económicas;</p> <p>O Jornal da Batalha rege-se, única e exclusivamente, pelos valores e princípios deontológicos que norteiam o exercício de uma Comunicação Social livre, democrática, aberta e responsável;</p> <p>O Jornal da Batalha assume-se como palco privilegiado da reflexão necessária ao desenvolvimento do concelho da Batalha;</p> <p>O Jornal da Batalha é pluralista na opinião;</p> <p>O Jornal da Batalha é um espaço aberto a todas as opiniões conscientes sobre temas de interesse para a região onde se insere.</p>
11	Media Alternativos	Não define
12	Dois Pontos	<p>A Revista Dois Pontos é um projeto lúdico e pedagógico, focado no público infanto-juvenil, e é propriedade da empresa Sardinhas Airosas, Unipessoal Lda. Considerando o ordenamento jurídico e dando cumprimento ao disposto no número 1 do artigo 17 da lei de imprensa n.º 2/99 de 13 de janeiro, a Revista Dois Pontos apresenta, por este meio, o seu estatuto editorial: •A Revista Dois Pontos é independente de poderes políticos, económicos ou de qualquer grupo de pressão. •A Revista Dois Pontos defende os valores da igualdade e tolerância, e não compactua com qualquer tipo de discriminação social, económica, religiosa, racial, de género, ou de qualquer outro tipo. •A Revista Dois Pontos é um projeto com um forte sentido de educação literária e científica para o futuro das crianças. •A Revista Dois Pontos rege-se pelo cumprimento das normas éticas e deontológicas que regulam o jornalismo, e respeita a boa-fé do leitor.</p>
13	Jornal Tornado	<p>O Jornal Tornado é uma publicação periódica generalista, jornalística, de âmbito nacional e internacional, independente e obediente à lei e ao código deontológico dos jornalistas.</p> <p>O Jornal Tornado tem como fundamental preocupação os três eixos principais do jornalismo clássico: informar, formar e divertir.</p> <p>O Jornal Tornado é uma publicação do Quarto Poder Associação Cívica e Cultural, constituída com o intuito de promover a saúde da comunicação social, a sua expansão e melhoria qualitativa e quantitativa.</p> <p>O Jornal Tornado tem como missão valorizar a informação, a opinião e a divulgação do quotidiano, bem como inovar, em todos os meios e qualidades, a forma e os conteúdos jornalísticos.</p>

		<p>O <b>Jornal Tornado</b> é humanista, sustenta a liberdade, a igualdade e a solidariedade das e pelas pessoas, seus leitores e trabalhadores.</p> <p>O <b>Jornal Tornado</b> recusará sempre a visão parcial, unificada, sem contraditório ou normalizadora da sociedade, compreendendo-a, outrossim, de forma dinâmica, dialética, contraditória e progressiva.</p> <p>O <b>Jornal Tornado</b> pugna por um jornalismo que defenda a Declaração Universal dos Direitos do Homem, a Liberdade, Igualdade e Fraternidade, a Democracia, o Estado Social e de Direito, a defesa da Cultura contra o obscurantismo e a protecção ambiental contra o desperdício e as más práticas de poluição.</p>
14	Causa nossa	Não define
15	Observador	<p>O <b>Observador</b> procura a verdade e subordina-se aos factos. Nunca nos deixaremos condicionar por interesses partidários e económicos ou por qualquer lógica de grupo. Somos responsáveis apenas perante os nossos leitores.</p> <p>O <b>Observador</b> não perfilha qualquer programa político mas tem um olhar sobre o país e sobre o mundo.</p> <p>O <b>Observador</b> assume os princípios fundadores da Civilização Ocidental, derivados da antiguidade greco-romana do Cristianismo e do Iluminismo.</p> <p>O <b>Observador</b> orienta-se pelo princípio da dignidade da pessoa humana e pelos valores da democracia, da liberdade e do pluralismo.</p> <p>O <b>Observador</b> vê com ceticismo as utopias dirigistas e prefere as mudanças graduais, susceptíveis de teste e de correcção.</p> <p>O <b>Observador</b> coloca a liberdade no centro das suas preocupações e defende uma sociedade aberta, com instituições respeitadoras da lei e dos direitos individuais. Acreditamos que o desenvolvimento harmonioso tem de ser inclusivo e não deixar ninguém para trás.</p> <p>O <b>Observador</b> quer contribuir para uma opinião pública informada e interventiva. Valoriza a controvérsia e a discussão franca e descomplexada.</p> <p>O <b>Observador</b> dirige-se a um público de todos os meios sociais e de todas as profissões.</p> <p>O <b>Observador</b> procurará fórmulas atrativas e pertinentes de apresentação da informação, mas dispensando o sensacionalismo.</p> <p>O <b>Observador</b> estará na linha da frente do processo de mudanças tecnológicas e relacionais, sempre atento à inovação e promovendo a interação com os seus leitores</p> <p><b>Observador – Notícias, Opinião, Especiais, Explicadores e Newsletters</b></p>
16	Notícias Viriato	<p>O <b>Notícias Viriato</b> subordina-se à Verdade.</p> <p>O <b>Notícias Viriato</b> cumpre o Código Deontológico do Jornalista e respeita a Boa-Fé dos leitores.</p> <p>O <b>Notícias Viriato</b> é um jornal que valoriza, promove e defende a Liberdade de Pensamento, a Liberdade de Expressão e a Liberdade de</p>

		<p>Imprensa como aspectos fundamentais e basilares da existência Humana em sociedade, em todas as suas facetas e dimensões.</p> <p>O Notícias Viriato é um projecto de informação que defende o primado do Estado de Direito Democrático e se oporá a todas as formas de propaganda, censura, opressão e tirania.</p> <p>O Notícias Viriato é uma plataforma aberta, plural, disponível e interessada em conhecer e dar visibilidade às ideias e projectos de pessoas, grupos, associações, movimentos, partidos, empresas ou outros que – segundo o nosso critério – sejam portadores de substantiva diferença e comprometida seriedade nas suas visões e propostas e, simultaneamente, apresentam uma real Consciência Humana e uma mais valia alternativa, individual ou colectiva, com eventual potencial criador, transformador ou renovador da vida social, económica e política Portuguesa.</p> <p>O Notícias Viriato, de forma gradual, ao seu modo e à sua escala, pretende estimular o pluralismo e contribuir para contrabalançar o enviesamento asfíxiante que caracteriza o actual panorama comunicacional institucional Português, marcado por uma entediante e monocórdica narrativa informativa da realidade, onde predomina uma visão e modelo monocolor, quase hegemónico e de matriz ideológica, política e cultural – que domina a esmagadora maioria dos meios, redes e órgãos de informação, jornalismo e comunicação social nacional.</p> <p>O Notícias Viriato assume claramente, sem tibiezas ou equívocos, como referências da sua acção e modelo de intervenção, a defesa e promoção clara dos Valores culturais ancestrais e contemporâneos comuns, genuinamente Portugueses, que nos definem como Povo e Estado-Nação, Independentes e Soberanos, com uma Língua, uma História e um Património riquíssimo, singular e extraordinário.</p> <p>O Notícias Viriato é Verdadeiramente Livre e Independente pois não é financiado nem tem ligações a quaisquer grupos, associações, movimentos, partidos, empresas, bancos ou grupos de interesses.</p>
17	Gerador	<p>O Gerador persegue estes temas hoje, porque são determinantes para o que vamos ser como sociedade amanhã:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Juventude: analisamos as vontades e preocupações dos jovens. Procuramos fazer jornalismo sobre o reinventar da educação, sobre políticas de emprego, sobre os problemas relacionados com a habitação e sobre os desafios da saúde mental.</li> <li>– Causas Sociais: reflectimos sobre as dinâmicas principais de uma sociedade moderna e progressista, como a desigualdade, a discriminação, o lugar de fala, a identidade e a orientação sexual ou as políticas de migração.</li> <li>– Sustentabilidade: permanecemos alertas sobre a sustentabilidade e resiliência ambiental. Exploramos informação sobre as alterações climáticas, os novos desafios ambientais e damos visibilidade a pessoas e</li> </ul>

		<p>projetos que procurem uma mudança de paradigma.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Interior: cobrimos os tópicos fundamentais relacionados com o interior do país e com localidades de baixa densidade populacional, nomeadamente, riscos demográficos, desertificação, condições de acesso, pobreza, competitividade económica e transição digital.</li> <li>– Democracia: investigamos as grandes questões relacionadas com os sistemas políticos, com a forma de estruturar a sociedade, com a vontade de fazer um jornalismo consequente e inclusivo e queremos contribuir para a mobilização dos cidadãos na sua participação cívica.</li> <li>– Cultura: abordamos os assuntos estratégicos da cultura no nosso país, porque sabemos quanto ela é importante para o nosso desenvolvimento. Falamos sobre as iniciativas culturais e procuramos conteúdos fora das grandes cidades que valorizem a cultura popular e novas expressões culturais.</li> </ul> <p>O Gerador procura levar aos seus leitores informação cada vez mais profunda e cuidada. Somos rigorosos e dedicados, mas também descontraídos, abertos à crítica e com sentido de humor.</p> <p>O Gerador está empenhado em apoiar o jornalismo e os jornalistas, em particular os profissionais mais jovens, através da Bolsa Gerador Ciência Viva, que oferece recursos técnicos, humanos e financeiros para a realização de reportagens de investigação, a profissionais ou estudantes até aos 35 anos.</p> <p>O Gerador rejeita qualquer discriminação baseada no género, religião, origem étnica ou orientação sexual e defende os valores da pluralidade e diversidade cultural.</p> <p>O Gerador é independente de pressões políticas, económicas ou de outro tipo.</p>
18	Zap Aeiou	<p>O ZAP.aeiou, adiante designado como ZAP, é um meio de informação e entretenimento, distribuído em tempo real em formato electrónico no endereço <a href="http://zap.aeiou.pt">http://zap.aeiou.pt</a>.</p> <p>O ZAP produz, selecciona e divulga informação plural, crítica e independente, alinhada por critérios de interesse público, relevância e utilidade, com respeito pelos princípios deontológicos do jornalismo e da ética profissional.</p> <p>O ZAP separa de forma clara o conteúdo informativo do conteúdo de opinião ou entretenimento, reservando-se o direito de interpretar, ordenar ou relacionar factos e acontecimentos.</p> <p>O ZAP assume-se como um espaço aberto à participação dos seus leitores e ao debate público, separando de forma clara o conteúdo informativo do contributo dos utilizadores.</p> <p>O ZAP não assume a autoria de qualquer opinião expressa nos espaços de opinião, crítica, análise ou comentário, cujo conteúdo é da exclusiva responsabilidade dos seus autores. O ZAP não perfilha qualquer orientação de carácter partidário, religioso ou desportivo, rejeita todo o</p>

		<p>tipo de discriminação ou estereotipagem étnica ou sexual, e defende a igualdade no direito da sua expressão e divulgação.</p> <p>O ZAP defende a Declaração Universal dos Direitos Humanos, rejeita qualquer apelo a violência de qualquer tipo, não tolera a xenofobia, e preza o direito dos seus leitores ao bom nome e ao bem estar.</p> <p>O ZAP defende a verdade, rigor, isenção e honestidade no tratamento da informação.</p> <p>O ZAP defende a liberdade de expressão e informação, e rejeita todo o tipo de censura, sem prejuízo da defesa intransigente dos pontos 6 e</p> <p>O ZAP defende o princípio da Neutralidade da Internet.</p> <p>O ZAP respeita o sigilo das suas fontes de informação, não admitindo, em circunstância alguma, quebrar esse compromisso.</p>
19	Diário As Beiras	<p>O DIÁRIO AS BEIRAS assume particularmente os problemas e as aspirações da Região, mas, porque os encara como parte dos problemas e das aspirações de Portugal e porque sabe que os resultados dependem, em larga medida, da evolução global do País, não se alheia de nada que possa interessar aos portugueses.</p> <p>O DIÁRIO AS BEIRAS acompanha atentamente a evolução da situação internacional, particularmente nos países com os quais os portugueses têm uma relação afectiva privilegiada e nos Estados e regiões onde se verificam mudanças especialmente capazes de influenciarem o curso da humanidade.</p> <p>O DIÁRIO AS BEIRAS rege-se por critérios estritamente jornalísticos, estimula a reflexão e a criatividade editoriais, recusa o sensacionalismo e qualquer tipo de dependência ou servilismo.</p> <p>O DIÁRIO AS BEIRAS não pactua com infracções ao Estatuto e ao Código Deontológico dos jornalistas, nem aceita quaisquer limitações ao direito de informar e de ser informado, para além das que resultam dos limites naturais e legais da liberdade de expressão.</p> <p>O DIÁRIO AS BEIRAS entende a existência de uma opinião pública informada e interveniente como condição essencial da democracia, pelo que não só rejeita quaisquer restrições à liberdade de expressão, como fomenta o debate das grandes questões que se colocam à sociedade portuguesa em geral e à região Centro em particular.</p> <p>O DIÁRIO AS BEIRAS não tem qualquer outro compromisso irrevogável que não com os leitores, comprometendo-se a escutar atentamente as ideias destes e a proceder às necessárias rectificações, sempre que se prove ter sido induzido em erro.</p>
20	Objectivo – Jornalismo independente	<p>Objectivo tem uma opinião sobre os factos mas procura sempre sustentá-los com argumentos objetivos e concretos.</p> <p>Objectivo noticia e divulga factos e perspectivas novas e alternativas em diferentes áreas.</p> <p>Objectivo valoriza todas as áreas do saber e visa retirar de cada área aspetos que possam integrar e valorizar a outra, revelando os seus</p>

		<p>protagonistas.</p> <p>Objectivo privilegia a abordagem de factos e acontecimentos, enquadrando-os global e comparativamente, noticiando o presente mas recordando sempre o passado.</p> <p>Objectivo acredita que o conhecimento e a cultura fazem parte do património da Humanidade, sendo bens preciosos que podem vacilar mas nunca falecem e renascem sempre.</p> <p>Objectivo aposta numa sociedade de pessoas mais livres, mais cultas e mais felizes através do conhecimento e da cultura, do diálogo e da troca de opiniões e argumentos.</p> <p>Objectivo tem como valores cimeiros a liberdade, a democracia plena e o respeito pela dignidade humana.</p> <p>Objectivo assegura o respeito pela Lei de Imprensa, pelo Estatuto do Jornalista, o respeito pelos princípios deontológicos e pela ética profissional dos jornalistas, correspondendo às expectativas dos seus leitores.</p>
21	Notícia ao minuto	<p>Notícias ao Minuto é concebido, redigido e produzido por jornalistas profissionais, que se comprometem a respeitar os direitos e deveres previstos na Constituição da República Portuguesa, na Lei de Imprensa e no Código Deontológico dos Jornalistas.</p> <p>Notícias ao Minuto é um órgão de informação que recusa o sensacionalismo e é orientado por critérios de rigor, isenção e honestidade no tratamento das notícias.</p> <p>Notícias ao Minuto assume o compromisso de respeitar sempre o sigilo das suas fontes de informação e de nunca quebrar esse princípio fundamental.</p> <p>notícias ao Minuto distingue claramente os artigos de opinião dos artigos informativos, mas reserva-se o direito de interpretar e relacionar os factos, sempre no respeito da legislação em vigor.</p> <p>Notícias ao Minuto não abdica de ter opinião, de tomar posição e de suscitar e promover o debate. Estes serão, no entanto, sempre claramente identificados como tal e jamais podem confundir-se com a matéria informativa.</p> <p>Notícias ao Minuto define as suas prioridades informativas exclusivamente por critérios de interesse público, de relevância e de utilidade da informação e rejeita qualquer tipo de censura ou limitação à liberdade de informar</p>
22	Inconveniente	<p>O Inconveniente separa a informação da opinião nas notícias, investigações, reportagens, entrevistas e outras peças jornalísticas.</p> <p>O Inconveniente é um meio livre e sem custos.</p> <p>O Inconveniente advoga a proteção dos direitos, liberdades e garantias dos indivíduos e cumpre escrupulosamente a lei do Estado de direito democrático.</p> <p>O Inconveniente respeita todas as crenças e filosofias.</p>

		<p>O Inconveniente acredita que a verdade liberta as pessoas e defende a liberdade de expressão.</p> <p>O Inconveniente é apertidário e independente de qualquer organização ou grupo de interesses financeiros, económicos, culturais ou sociais.</p> <p>O Inconveniente dirige-se a um público intergeracional, sem distinção económica, cultural ou social, e pretende acolher leitores, comentadores, doadores e apoiantes, numa comunidade de informação e opinião.</p> <p>O Inconveniente rejeita todos os totalitarismos e discriminações de pessoas com base na etnia, política, religião, filosofia e grupo social, cultural e económico.</p> <p>O Inconveniente estimula o debate de opinião.</p> <p>O Inconveniente procura reunir um conjunto alargado de especialistas setoriais e cronistas.</p> <p>Quando o Inconveniente errar, corrigirá imediatamente a notícia logo que apure a verdade. E concederá aos visados nas notícias espaço para que possam apresentar a sua versão dos acontecimentos, reservando-se também o direito de contestar essa interpretação.</p> <p>De acordo com o n.º 1 do art.º 17.º da Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro (Lei de Imprensa), o jornal Inconveniente assume o compromisso de assegurar o respeito pelos princípios deontológicos e pela ética profissional dos jornalistas, assim como pela boa fé dos leitores.</p>
23	Esquerda.NET	<p>Pretendemos ser um portal de informação que saiba distinguir notícia de opinião, sem cair na tentação de “orientar” todo o noticiário.</p> <p>Um portal vivo, que sai à rua, que dá informação em cima da hora, 24 horas por dia, sete dias por semana, mas que também produz dossiers que aprofundam temas e suscitam debates.</p> <p>Um portal que aposta também na qualidade da sua opinião, reflectindo as opiniões do Bloco de Esquerda mas aberta também a personalidades fora do Bloco, nacionais e internacionais. E um portal que aposta na multimédia, na fotografia, nos vídeos de reportagem e de intervenção, nas transmissões directas de eventos e manifestações, e em programas de rádio informativos e culturais. Finalmente, um portal que aposta na interactividade com os leitores.</p> <p>Este órgão de informação na internet é mantido pelo Bloco de Esquerda, mas não se confunde com o site partidário, o bloco.org.</p> <p>A primeira edição do Esquerda.net saiu em 3 de Julho de 2006.</p>
24	Shifter	<p>Surgiu em 2013 com o nome “Hype” pelas mãos do Mário Rui André, ainda aluno da Escola Superior de Comunicação Social. Tornou-se “Shifter” pouco tempo depois, quando se começou a afirmar como uma plataforma de jornalismo independente com um foco na tecnologia e mais tarde na cultura. Com o Mário Rui André, o João Gabriel Ribeiro e a Rita Pinto o Shifter tornou-se na versão mais próxima daquilo que é hoje: um projecto de jornalismo que reivindica tempo para pensar e reflectir sobre a contemporaneidade.</p>

		<p>Ao longo dos anos, o Shifter tornou-se uma referência no pensamento sobre tecnologia e na divulgação de perspectivas humanistas e aprofundadas sobre as transformações sociais provocadas pela digitalização.</p> <p>O Shifter é um órgão de comunicação social livre, cooperativo e criativo.</p> <p>// O Shifter publica diariamente em <a href="http://shifter.pt">shifter.pt</a> e trimestralmente numa revista em edição física. // O Shifter é um meio de comunicação nascido no digital e focado no mundo real. // O Shifter questiona o progresso tecnológico e o futuro da sociedade – de uma perspectiva independente, criativa e humana. // O Shifter é para quem acredita numa sociedade mais activa e participativa. Informa, reflecte e inspira com uma posição. // O Shifter é uma plataforma para quem valoriza diferentes pontos de vista, estimula o pensamento crítico e inclui todos no debate. // O Shifter cria e distribui conteúdo interessante, relevante e rigoroso. Aborda as questões complexas e os contextos marginalizados. // O Shifter não coloca interesses nem formatos à frente das ideias. // O Shifter procura contribuir para a discussão e instituição de práticas democratizantes das comunidades e da sociedade, através do escrutínio dos poderes instituído ou do debate sobre alternativas. // O Shifter é ecológico: com respeito pelo ambiente em que se enquadra, relevante, assertivo e construtivo. // O Shifter considera a sua acção um serviço de interesse público. // O Shifter não reage a interesses económicos, corporativos ou partidários; responde por si e pela sua comunidade, recusando qualquer tipo de interferência no seu trabalho. // O Shifter segue o Código Deontológico do Jornalista, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, a Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia e a Constituição da República Portuguesa. // O Shifter compromete-se a agir em conformidade com as leis reguladoras da internet e dos órgãos de comunicação social, bem como a promover o respeito e a boa fé dos seus leitores.</p>
25	Blasting News Portugal	<p>Os Blasters são livres para partilhar as suas próprias opiniões, mesmo quando são controversas: Blasting News acredita firmemente na liberdade de expressão. Cada artigo de opinião é claramente identificado como tal no início do conteúdo noticioso.</p> <p>No entanto, os Blasters são responsáveis pelo conteúdo que publicam no site: Blasting News respeita as leis, valores e tradições mantidas por diferentes países e culturas ao redor do mundo.</p> <p>O algoritmo proprietário da Blasting News coloca o conteúdo no site com base nos tópicos em alta e no interesse dos leitores. Portanto, os artigos são classificados, colocados na página inicial, em seus tópicos relacionados e em Canais de maneira imparcial, independentemente de visões políticas ou ideologias. A Blasting News está constantemente aprimorando esse algoritmo para fornecer aos leitores múltiplas perspectivas sobre qualquer assunto. A Blasting News condena veementemente qualquer tipo de conteúdo ofensivo, incluindo racismo, pornografia, pedofilia e</p>

		<p>exclusão com base em gênero, etnia, orientação sexual, deficiência, aparência física, geografia, religião ou status social.</p> <p>A Blasting News valoriza especialistas em qualquer área de interesse e notícias de alta qualidade.</p> <p>A Blasting News promove apenas informações de alta qualidade escritas por Blasters que demonstram alto nível de expertise, autoridade e confiabilidade em suas áreas de interesse. Conteúdos que não se enquadram nessa categoria ou não oferecem valor à comunidade não serão promovidos pelo site e serão prontamente removidos.</p> <p>Os Blasters publicam apenas conteúdo original e verificam todas as fontes e informações que utilizam.</p> <p>Os Blasters são proibidos de publicar qualquer conteúdo publicitário ou material predefinido. Cada artigo é verificado por tecnologia automatizada de detecção de plágio. Como resultado, a Blasting News não publicará conteúdo copiado de outros sites, conteúdo que viole direitos autorais e de marcas registradas, ou conteúdo com objetivo puramente promocional. Blasters que violarem essa regra serão removidos da comunidade após um aviso. Os Blasters rejeitam veementemente o "churnalism".</p> <p>Os Blasters podem criar suas próprias comunidades pessoais de seguidores na Blasting News.</p> <p>A Blasting News incentiva os Blasters a criar suas próprias comunidades, aproveitando os leitores da própria rede social da Blasting News e envolvendo seus seguidores com conteúdo relevante e de alta qualidade. Os Blasters também são incentivados a interagir com os leitores e seguidores por meio do tráfego de mecanismos de busca. No entanto, qualquer membro da comunidade que manipular o ranking da página de um mecanismo de busca, violando assim suas políticas, será removido imediatamente.</p> <p>A coleta de notícias da Blasting News é independente de interesses comerciais ou políticos.</p> <p>A Blasting News não aceita presentes, incluindo viagens pagas, para evitar qualquer conflito de interesses ou aparência disso. Quando dependemos de uma organização para um produto ou acesso a um evento, somos transparentes sobre o relacionamento e o observamos dentro do trabalho relevante.</p> <p>Os colaboradores da Blasting News não são diretamente expostos aos anunciantes. Quando os colaboradores são solicitados a produzir conteúdo patrocinado para anunciantes, rotulamos o conteúdo relevante como 'conteúdo patrocinado'.</p> <p>(Tradução nossa).</p>
26	A-borda	Não define