

**Jornalismo independente no Brasil:  
análise do Diário do Cidadão**

*Independent journalism in Brazil:  
analysis of Diário do Cidadão*

Elthon Ferreira RIBEIRO<sup>1</sup>

**Resumo**

Diante de um mundo moderno em que as informações são rápidas e fluidas, o modo de fazer e consumir jornalismo se altera no cenário digital. Essas mudanças fizeram com que jornalistas se juntassem e criassem pequenas empresas de comunicação como modelo de negócio com o objetivo de informar sobre diversas notícias inclusive aquelas que não estão na grande mídia. Este artigo pretende discorrer sobre alguns projetos empreendedores que exemplificam esses modelos no jornalismo no Brasil, em especial o Diário do Cidadão, fundado em 2019, através das plataformas digitais tem o objetivo de trazer notícias do Brasil sobre assuntos de interesse ao cidadão, sem qualquer interferência partidária, preservando os princípios éticos do jornalismo.

**Palavras-Chave:** Jornalismo independente. Jornalismo brasileiro. Diário do Cidadão. Cidadão. Digital.

**Abstract**

Facing a modern world in which information is fast and fluid, the way of doing and consuming journalism changes in the digital scene. These changes have caused journalists to come together and create small media companies as a business model with the aim of reporting on various news including those that are not in the mainstream media. This article aims to discuss some entrepreneurial projects that exemplify those models in journalism in Brazil, in particular the Diário do Cidadão, founded in 2019, through digital platforms, with the objective of bringing news from Brazil on subjects of interest to the citizen, without any interference party, preserving the ethical principles of journalism.

**Keywords:** Independent journalism. Brazilian journalism. Citizen's Diary. Citizen. Digital.

---

<sup>1</sup>Especialista em Jornalismo pela Faculdade Venda Nova do Imigrante (Faveni). Graduado em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail: thon.ferreira@hotmail.com

## Introdução

Nos últimos anos, o jornalismo vem passando por muitas mudanças quanto a produção por parte dos jornalistas que precisam se adaptar ao cenário digital, e ao consumo por parte da sociedade que possui várias fontes de informação e está cada vez mais conectada na internet, navegando nas redes sociais e lendo sites e portais de notícias. Isso refletiu na queda drástica da venda de jornais impressos, diminuição de ouvintes na rádio e dos telespectadores das grandes redes de comunicação, já que o público se segmentou e está espalhando em diversos lugares, refletindo no mercado publicitário, principal mantenedor do jornalismo brasileiro.

É necessário que as empresas jornalísticas invistam nas plataformas digitais devido as demandas de público do mercado atual, sem deixar de lado os veículos tradicionais com o seu público fiel.

De acordo com a 30ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP) existem 420 milhões de aparelhos digitais ativos entre notebooks, tablets e computadores, sendo 230 milhões de smartphones e 190 milhões de tablets e computadores.<sup>2</sup>

Outro dado importante apresentação pela Agência Brasil e fornecido pela pesquisa TIC Informação em 2019 informa que sete em cada dez brasileiros têm acesso a internet, sendo que 56% utilizam a web para ler notícias. São dados que comprovam que a plataforma digital é o futuro do jornalismo.<sup>3</sup>

As empresas de comunicação precisam investir em tecnologia e em novos modelos de negócio para gerarem receitas financeiras e se manterem no mercado, entretanto, as grandes preferem realizar demissões em massa.

---

<sup>2</sup> Disponível em:< [https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/noticias2019fgvcia\\_2019.pdf](https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/noticias2019fgvcia_2019.pdf)>. Acessado em 11/03/2020.

<sup>3</sup> Disponível em:< <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-08/sete-em-cada-dez-brasileiros-acessam-internet-diz-pesquisa>. Acessado em 11/03/2020.

No mercado digital, as empresas de comunicação precisam investir em tecnologia e apostar em novos modelos de negócio, o que nem sempre apresenta resultados imediatos. Neste período de transição e adaptabilidade, uma das práticas mais comuns encontradas pelas empresas para diminuir os gastos é a demissão dos profissionais mais experientes e caros por mais jovens e baratos (RAMOS & SPINELLI, 2015, p.3).

Devido à falta de emprego, demissões dos grandes veículos de comunicação e o desejo de empreender fizeram com que muitos jornalistas juntassem e criassem pequenas empresas de comunicação como modelo de negócio ou projetos independentes com o objetivo de informar sobre diversas notícias inclusive aquelas que não estão na grande mídia.

Neste artigo pretendo discorrer sobre o conceito e funções do jornalismo independente, expor alguns projetos empreendedores que exemplificam esses modelos no jornalismo no Brasil, em especial o Diário do Cidadão, fundado em 2019, através das plataformas digitais tem o objetivo de trazer notícias do Brasil sobre assuntos de interesse ao cidadão, sem qualquer interferência partidária, preservando os princípios éticos do jornalismo.

### **Jornalismo independente**

Na busca por um jornalismo sem fins lucrativos, apoio partidário e que possa servir como instrumento da prática jornalística, muitos jornalistas se juntaram e criaram suas próprias empresas chamados de projetos independentes ou jornalismo independente. “Sobreviver autonomamente é, ao mesmo tempo, um mérito e uma imposição de sua condição, que impõe características peculiares na definição de todos os âmbitos de sua atividade” (SERVA, p. 21).

Os jornalistas se unem aos não-jornalistas e empreendem, cada um com sua função dentro da organização, mas todos com o objetivo de contribuir para o fortalecimento da democracia e informar com qualidade para sociedade.

O jornalismo empreendedor começa a se instituir no Brasil. Grupos de jornalistas se unem às equipes multidisciplinares formadas por designer, programadores, administradores entre outros para dar aos brasileiros acesso às informações de qualidade e formadora de opinião pública que fortaleça os princípios de uma sociedade mais justa e igualitária (RAMOS & SPINELLI, 2015, p.4).

Outra definição utilizada para projetos independentes que tem como objetivo valorizar o direito do cidadão é o jornalismo cidadão conforme BARCELLOS & ALVETTI (2007) “o termo Jornalismo Cidadão é adequado, porque a palavra “cidadania” remete a iniciativas que tratam da inclusão social, da busca pelos direitos dos cidadãos e está consagrado na linguagem da própria imprensa”.

Cabe agora o público que antes só possuía como fonte de informação os grandes grupos de comunicação que muitas vezes só valoriza notícias do interesse dos anunciantes e/ou dos diretores, agora têm vários sites, portais ou o próprio canal do Youtube como alternativas para informação sobre assuntos que lhe afeta diretamente, podendo ajudar no fortalecimento dessas iniciativas através da divulgação, acesso e contribuição financeira. Para que eles continuem na ativa e se expandem é preciso buscar alternativas que podem ser pela implantação de financiamentos coletivos, vendas de assinaturas mensais ou pagamento por artigo/reportagem, paywall<sup>4</sup>, mecenato<sup>5</sup>, native adds<sup>6</sup> entre outros.

### **Iniciativas do jornalismo independente no Brasil**

Entre os inúmeros projetos de jornalismo independente atuantes no nosso país, podemos citar: Agência Pública<sup>7</sup> fundada em 2011 por repórteres mulheres, a Pública é a primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil. Com reportagens pautadas pelo interesse público, as matérias foram republicadas no ano passado por mais de 900 veículos de comunicação sob a licença Creative Commons.

---

<sup>4</sup> Paywall é um sistema de cobrança de assinaturas para os conteúdos digitais, que jornais e revistas online utilizam para ofertar conteúdos exclusivos para os assinantes.

<sup>5</sup> Mecenato é um termo que indica o incentivo e patrocínio de artistas e literatos, e mais amplamente, de atividades artísticas e culturais.

<sup>6</sup> Os native ads são anúncios que aparecem no formato de conteúdo recomendado para usuários em blogs, sites de notícias e redes sociais.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://apublica.org/>

A Ponte<sup>8</sup> que surgiu com uma proposta única no jornalismo brasileiro. Criada em 2014, tornou-se uma das principais referências do jornalismo independente nativo digital do País, e a único focada em segurança pública e direitos humanos. A produção, que conta com aproximadamente vinte jornalistas, é toda voluntária, ninguém é remunerado, porém tem o crédito publicado.

O BRIO<sup>9</sup>, se caracteriza por ser uma plataforma multimídia na qual jornalistas independentes produzem reportagens reais e aprofundadas sobre diversos assuntos. O site acredita em narrativas aprofundadas ao invés do hard news do jornalismo tradicional como forma de atrair o internauta.

A Think Olga<sup>10</sup> é uma ONG feminista que usa a comunicação como a principal ferramenta para sensibilizar, educar e instrumentalizar agentes de mudança na vida das mulheres.

Todas essas empresas jornalísticas produzem e distribuem conteúdos em plataformas digitais sem estarem ligados a grupos políticos, grande mídia ou agências de publicidade e por serem formados por voluntários cada um com suas atividades remuneradas em outras áreas, a quantidade de notícias e reportagens é menor que uma empresa jornalística com fins lucrativos, pois há um maior cuidado na seleção e na edição das informações voltadas aos interesses da sociedade para divulgação no meio digital, onde algumas notícias não serão vistas por exemplo, no Jornal Nacional, principal telejornal do país exibido pela TV Globo ou no portal R7.com, portal de notícias da Record.

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.ponte.org/>

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.briohunter.org/>

<sup>10</sup> Disponível em: <https://thinkolga.com/>.

Figura 1 – Página inicial do portal Jota<sup>11</sup>

Disponível em: [jota.uol.com.br](http://jota.uol.com.br)

Outro projeto que ficou bem conhecido pelo grande público foi a Mídia Ninja. Grupo de jornalismo idealizado por Bruno Tortura e Pablo Capilé. A palavra “Ninja” é na verdade uma sigla que significa “Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação”.

O Mídia Ninja<sup>12</sup> é composto hoje por um núcleo de 25 colaboradores, entre editores, redatores, social media, *videomakers* e fotógrafos, espalhados por todo o Brasil. E há centenas de outras pessoas inscritas para participar. Sua proposta é montar uma rede de mídia independente com abrangência nacional. Possui contas nas redes sociais Facebook, Twitter, Instagram, Flickr, Tumblr e Google.

Eles ficaram conhecidos por transmitir em tempo real pela internet os protestos em São Paulo e outros lugares do país. Uma rede descentralizada da mídia esquerdista, com atuação em mais de 150 cidades no Brasil. Sua interpelação é conhecida pelo ativismo sociopolítico, expressando-se ser uma alternativa à imprensa tradicional.

---

<sup>11</sup> Jota é um site que produz informação especializada e de qualidade voltado para o universo jurídico. Seu conteúdo inclui notícias exclusivas, análises e informações de bastidores com valor para quem vive do Direito. O intuito é tornar o universo jurídico mais transparente e o ambiente de negócios, mais previsível. Fundado em 2014, em Brasília (DF).

<sup>12</sup> Disponível em: <https://midianinja.org/>.

**Figura 2** – Imagem de uma das transmissões ao vivo da Mídia Ninja no protesto do dia 18/06/2013<sup>13</sup>



Disponível em:< <https://www.youtube.com/watch?v=T055YubIYjs>>

### **Análise do jornal Diário do Cidadão**

O Diário do Cidadão é projeto do jornalismo independente que começou a ser concebido em 2019 por jovens que tanto têm formação e experiência jornalística como aqueles que não possuem e através de suas habilidades atuam em outras funções do jornal. Atualmente tem 9 integrantes voluntários<sup>14</sup>, sem nenhuma remuneração.

O principal objetivo é informar notícias da atualidade, área política, econômica que impactam a vida da população, mas há espaço também para notícias de entretenimento como: Big Brother Brasil (BBB) 20 e futebol, alcançando o público mais jovem e masculino que estão presentes nas redes sociais.

O projeto tem página no Facebook<sup>15</sup> com mais de 250 seguidores, no Instagram<sup>16</sup> com cerca de 1.700 seguidores<sup>17</sup>.

---

<sup>14</sup> Dados coletados no dia 11/03/2020.

<sup>15</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/diariodocidadao/>

<sup>16</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/diariodocidadao/>

<sup>17</sup> Dados do dia 19/03/2020.

Entre as notícias, tem-se o suposto caso de preconceito em seleção de cotas na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), conforme a imagem abaixo.

**Figura 3** – Notícia sobre o suposto caso de preconceito no Facebook do Diário do Cidadão



Disponível em: <https://www.facebook.com/diariodocidadao/photos/>

A notícia apresentada dada também pelo veículo “O Dia” do estado do Rio de Janeiro mostra um problema ocorrido no processo de heteroidentificação de uma aluna na seleção de cotas para a universidade. Muitas vezes, por ser uma notícia “irrelevante” não é abordada nos grandes portais de notícias, mas aquele que está navegando nas redes sociais adquire o conhecimento do fato.

O formato de apresentação da notícia é adequado ao meio digital, ao possuir imagem da aluna cabisbaixa, o designer próprio do jornal e a notícia de maneira adequada com todas as informações para o entendimento sobre o assunto. Além disso, as versões das duas partes envolvidas foram divulgadas pelo Diário do Cidadão.

Pode-se classificar a notícia acima como jornalismo cidadão já que trata de uma informação sobre direito social, o acesso da aluna a universidade através das cotas para as pessoas consideradas pardas ou negras.

O termo Jornalismo Cidadão é adequado, porque a palavra ‘cidadania’ remete a iniciativas que tratam da inclusão social, da busca pelos direitos dos cidadãos e está consagrado na linguagem da própria imprensa, bem disseminado na sociedade com conotação semelhante ao emprego de jornalismo cívico em textos portugueses e nas origens em inglês (BARCELLOS & ALVETTI, 2007, p.6).



Outro tema apresentado pelo Diário do Cidadão é na área de política. No dia 04 de março de 2020 foi noticiado o adiamento da sessão que decidiria se os vetos do presidente Jair Bolsonaro sobre as leis de diretrizes orçamentárias iriam ser mantidos ou derrubados.

**Figura 4** –Notícia sobre o adiamento da sessão ao veto 52



Disponível em: <https://www.facebook.com/diariodocidadao/photos/>

Na postagem acima é possível observar a imagem dos principais deputados do Congresso Nacional reunidos e discutindo sobre os vetos, além da presença do título e subtítulo em destaques que chamam atenção do internauta para o assunto: “Sessão destinada ao veto 52 é adiada no Congresso”.

O projeto em questão daria mais autonomia ao congresso, e limitaria o poder Executivo, o que não agradou ao presidente Bolsonaro, que vetou alguns trechos. Dentre os trechos vetados, um se destaca, o que liberaria 30 bilhões de reais para o deputado/relator do orçamento.

Mas, por que informar notícias na área de política e econômica? É importante para a população estar ciente de assuntos que a grande mídia e os seus jornais não noticiam ou informam de forma superficial, fazendo parte do jornalismo cidadão.

Porém o essencial é treinar permanente seu “tino” para captar notícias capazes de promover a cidadania transformando-o em “assessor de imprensa” da população, uma contrapartida ao fato de que atualmente os poderosos da política ou economia têm suas assessorias cada vez

mais sofisticadas, produzindo suas próprias versões das informações e influenciando cada vez mais nos jornais e mídia em geral (BARCELLOS & ALVETTI, 2007, p.11).

As notícias são repostadas nas outras redes sociais do jornal como no Instagram, Twitter. E em breve, o Diário do Cidadão terá o seu site e canal no Youtube, mostrando a força do jornalismo multiplataforma como afirma (FORD, 2007) a chamada narrativa expandida, cuja conexão com os cibermeios, sobretudo com as redes sociais (*WhatsApp, Instagram e Facebook*), permitindo a propagabilidade e a continuidade das narrativas em suportes distintos (site e *Youtube*).

**Figura 5-** Instagram do Diário do Cidadão



Disponível em: <https://www.instagram.com/diariodocidadao>

Toda a captação, produção e edição das notícias é realizada pelos grupos do Whatsapp, evidenciando a velocidade dos envolvidos com o meio digital, em que por meio dos seus smartphones, tablets e computadores podem ler, escrever, editar e compartilhar as informações nas redes sociais conforme RIBEIRO (2005) citado por SILVA (2013, p.136) em que a mobilidade dos equipamentos portáteis e individuais, como os celulares, laptops e PDAs está influenciando diretamente para mudar a forma de produzir e consumir conteúdos, notícias.

Ou seja, a antiga redação jornalística física com enormes computadores e seus softwares, pessoas sentadas em volta de uma mesa com seus papéis dão lugar a uma sala virtual em que o grupo de jornalistas planejam, discutem, trocam informações,

exibem as fontes através da rede social onde é possível escrever no próprio aplicativo desde a pauta até a notícia que será publicada nas plataformas do jornal.

### Considerações finais

Diante dos argumentos expostos, pode-se afirmar que devido as mudanças do mundo moderno que implicam em novas rotinas para o jornalismo e conseqüentemente para os jornalistas e os consumidores de informação, há necessidade de criar novas formas de fazer jornalismo, entre elas, o jornalismo independente ou cidadão, muitas vezes composto por pessoas que foram demitidas das grandes empresas de comunicação, querem praticar o jornalismo apreendido na universidade ou querem ter a sua própria empresa.

O jornalismo independente se desvincula dos meios tradicionais de informação: revista, jornal impresso, TV e rádio e passa atuar no meio digital através de sites, redes sociais, canal do *Youtube* e aplicativos como: *Twitcasting*<sup>18</sup> chegando a lugares mais distantes e públicos bem distintos, gerando audiência a esses novos projetos que produzem notícias e informações para a sociedade em geral, seja na área política, econômica, da atualidade e que impactam o dia a dia das pessoas.

Entre os projetos de jornalismo independente que temos no Brasil, está: a *Mídia Ninja* que atua em todo o Brasil desde 2013 como ativista social político esquerdista, o *Jota* trazendo informação especializada e de qualidade voltado para o universo jurídico e o *Diário do Cidadão*, foco desta pesquisa acadêmica. Por serem empresas de comunicação, precisam se autogerirem financeiramente para continuarem no meio seja através de doações, investimentos próprios ou tipos de publicidade online.

O *Diário do Cidadão*, fundado em 2019, através do trabalho de jornalistas e não-jornalistas voluntários tem o objetivo de trazer notícias do Brasil sobre assuntos de interesse ao cidadão, atualidade, área política, econômica e assuntos que impactam a vida da população, mas há espaço também para notícias de entretenimento; um projeto que atua no Facebook, Instagram e Twitter e pretende ampliar o seu alcance através de site e canal no Youtube, mostrando ser também um jornalismo multiplataforma.

---

<sup>18</sup> Twitcasting é um aplicativo extremamente simples que permite realizar transmissões de imagens ao vivo através do Facebook ou do Twitter. Com ele, o usuário poderá se comunicar com seus amigos, conhecidos e seguidores que estejam longe, utilizando a internet de um dispositivo Android ou iOS.

Mas, fundamentando-se a tendência dos jornais ditos independentes alterarem e se adequarem as novas realidades da sociedade, devido às novas mídias, as tecnologias digitais e influências em geral, conforme discutido acima, se torna necessária uma reflexão/análise mais abrangente sobre as mudanças de hábitos dos jornalistas na produção de notícias e no consumo por parte dos internautas, na tentativa de capturar também eventuais aspectos adversos de tal processo discutido no presente artigo e seus impactos para as empresas de comunicação e o seu público, o que representaria um tema interessante para futuras pesquisas na área do jornalismo cidadão e/ou independente.

## Referências

BARCELLOS, Zanei & ALVETTI, Celina. **Jornalismo cidadão, uma proposta brasileira ao jornalismo cívico**. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0791-1.pdf>>.

Acessado em 27/02/2020.

Brasil, Agência. **Sete em cada dez brasileiros acessam a internet, diz pesquisa**.

Disponível em:< <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-08/sete-em-cada-dez-brasileiros-acessam-internet-diz-pesquisa>. > Acessado em 11/03/2020.

FORD, Sam. Transmedia journalism: a story-based approach to convergence. *In*:

**Convergence Culture Consortium**, 2007. Disponível em:

<<http://www.convergenceculture.org/>>. Acessado em: 12/03/2020

FGV, Pesquisa. **30ª Pesquisa Anual do FGVcia da FGV/EAESP, 2019**. Disponível

em:< [https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/noticias2019fgvcia\\_2019.pdf](https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/noticias2019fgvcia_2019.pdf)>.

Acessado em 11/03/2020.

Página do Facebook. **Diário do Cidadão**. Disponível em:

<https://www.facebook.com/diariodocidadao/>. Acessado em 12/03/2020.

Folha de São Paulo. **Grupo Midia Ninja se projeta ao cobrir protestos ao vivo**.

Disponível em<

<http://www1.folha.uol.com.br/paywall/login.shtml?http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/07/1317943-grupo-midia-ninja-se-projeta-ao-cobrir-protestos-ao-vivo.shtml>.

Acessado em 13/03/2020.

JORNALISTA, Reinventa. **25 veículos independentes para se inspirar**. Disponível

em:<<http://reinventajornalista.com.br/25-veiculos-independentes-para-se-inspirar/>>.

Acessado em 13/03/2020.

RAMOS, Daniela Osvald & SPINELLI, Edgle Müller. **Iniciativas do jornalismo independente no Brasil e Argentina**. Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/epx17-a09>>. Acessado em 27/02/2020.

RIBEIRO, Ângelo Augusto. **O uso de telefones celulares para a produção de conteúdo:** viabilidade, possibilidades e necessidades. Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. II, No. 2, 2005.

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

SILVA, Fernando Firmino. **Jornalismo móvel digital:** uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem em campo. 2013. 408f. Tese (Doutorado em Comunicação e culturas contemporâneas) – Programa de pós-graduação em Comunicação e Culturas contemporâneas, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/13011>>. Acessado em: 12/03/2020.