



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

**IMPrensa NEGRA CONTEMPORÂNEA: O PORTAL *NOTÍCIA PRETA* E OS  
MEIOS DE FINANCIAMENTO NO AMBIENTE DIGITAL**

Juan Caballero Rodrigues

Brasília  
2022

JUAN CABALLERO RODRIGUES

**IMPrensa negra contemporânea: o portal *NOTÍCIA PRETA* e os meios de financiamento no ambiente digital**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado à Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Dione Oliveira Moura

Brasília  
2022

Juan Caballero Rodrigues

**IMPrensa Negra Contemporânea: O Portal *NOTÍCIA PRETA* E OS  
MEIOS DE FINANCIAMENTO NO AMBIENTE DIGITAL**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado à Faculdade de Comunicação,  
da Universidade de Brasília, como requisito para obtenção do título de Bacharel em  
Jornalismo.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Profa. Dra. Dione Oliveira Moura  
(Orientadora)

---

Prof. Dr. Marcos Francisco Urupá Moraes Lima  
(Membro Titular)

---

Prof. Dr. Daniel Gonçalves de Oliveira  
(Membro Titular)

---

Prof. Dr. Fernando Oliveira Paulino  
(Membro Suplente)

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Kátia Cristina da Silva Caballero e Julio Luiz Rodrigues por acreditarem que a educação é o melhor caminho para atingir nossos objetivos. Todo amor, carinho e apoio, ao longo destes 24 anos, foram essenciais para o meu crescimento como pessoa. Sem vocês nada seria possível.

Agradeço à minha avó materna, Marlene, que sempre acreditou nos meus objetivos quando nem eu acreditava. Me lembro como se fosse hoje você dizendo que o seu último sonho era me ver com o diploma na mão. Mesmo não estando mais entre nós, sei que estará feliz com esta conquista.

Não poderia deixar de agradecer a amizade dos meus amigos Lara Kinue Tanno e Israel de Carvalho os quais fizeram parte da minha trajetória na Universidade de Brasília (UnB). Infelizmente, a pandemia da Covid-19 acabou nos afastando do convívio pessoal, mas sou muito grato pelo apoio mesmo durante esse período.

Agradeço à minha orientadora, professora doutora Dione Oliveira Moura, que sempre se mostrou muito solícita durante a fase de produção da minha monografia. Apesar do pouco contato ao longo da minha trajetória acadêmica, tivemos uma relação de muito carinho e respeito que vou levar para vida.

Estendo este agradecimento à monitora da disciplina de Pré-Projeto, Maria Antônia Perdigão, pelos esclarecimentos e sugestões ao longo do semestre. Não poderia deixar de reconhecer a importância dos professores da Faculdade de Comunicação (FAC), especialmente do departamento de Jornalismo, e da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), onde iniciei minha graduação.

Também quero deixar meu agradecimento à minha namorada, Bárbara Ribeiro Barbosa, pela paciência e apoio durante o processo de elaboração do projeto.

Por fim, agradeço à equipe do portal *Notícia Preta*, principalmente ao editor-chefe, Igor Rocha, que contribuíram com todas as informações necessárias para a elaboração deste trabalho.

## RESUMO

O estudo buscou identificar os meios de financiamento explorados pela imprensa negra contemporânea a qual se insere no ambiente digital. Para isso, a pesquisa trouxe como objeto de estudo o portal *Notícia Preta*, um jornal antirracista, criado pela jornalista e escritora Thais Bernardes em 2018. Com o uso da metodologia de estudo de caso e entrevista foi possível analisar a estrutura financeira utilizada para a sua manutenção e produção no meio digital. Também, levou em consideração a influência da imprensa negra do século XX para a mobilização do movimento negro no Brasil. A análise mostrou que o portal *Notícia Preta* ainda não é sustentável, mas apresenta avanços para um gestão financeira adaptada ao ecossistema digital.

**Palavras-chave:** imprensa negra; racismo; movimento negro; imprensa alternativa;

*Notícia Preta*

## ABSTRACT

The study sought to identify the means of finance explored by the contemporary black press, which is set in the digital environment. To achieve this goal, the research brought as object of study the portal *Notícia Preta*, an antiracist newspaper, created by journalist and writer Thais Bernardes in 2018. Using the case study and interview methodology, it was possible to analyze the digital environment's financial structure used for maintenance and production. In addition, the study took into account the influence of the 20th century black press for the mobilization of the black movement in Brazil. The analysis revealed that *Notícia Preta* has not yet reached its sustainability, but shows a considerable advance in the financial management in the digital ecosystem.

**Key-words:** black press; black movement ; racism; alternative press; *Notícia Preta*

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO</b>	<b>8</b>
<b>1. OBJETIVOS</b>	<b>10</b>
1.1 <i>Objetivo Geral</i>	10
1.2 <i>Objetivos Específicos</i>	10
<b>2. JUSTIFICATIVA</b>	<b>11</b>
<b>3. OBJETO DE PESQUISA: NOTÍCIA PRETA</b>	<b>12</b>
<b>4. O INÍCIO DA IMPRENSA NEGRA</b>	<b>14</b>
4.1. <i>O primeiro jornal: O Homem de cor ou o Mulato (1833).</i>	14
4.2. <i>Imprensa Negra Paulista: A Pátria (1889) e O Progresso (1899)</i>	16
<b>5. O MOVIMENTO NEGRO NO BRASIL</b>	<b>20</b>
5.1 <i>A Frente Negra Brasileira (1931-1937)</i>	20
5.2 <i>Movimento Negro Unificado (1978)</i>	23
<b>6. IMPRENSA ALTERNATIVA E MEDIATIVISMO</b>	<b>25</b>
<b>7. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>27</b>
<b>8. ANÁLISE DO NOTÍCIA PRETA</b>	<b>29</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>34</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>36</b>
<b>APÊNDICE</b>	<b>39</b>

## APRESENTAÇÃO

As raízes da imprensa negra contemporânea remonta aos primeiros periódicos negros elaborados no início do século XX. Naquele momento, os grupos negros urbanos, marginalizados até então, se mobilizaram pela efetivação de seus direitos que tanto se esperava com a constituição da República. Foi por meio da imprensa, conhecida como “imprensa negra”, que essa população colocou em pauta temas como racismo e a busca pela maior representatividade na sociedade brasileira. Segundo a antropóloga Lilia Schwarcz (2010) era uma imprensa voltada para os ‘homens de cor’ que falavam em nome de uma “raça negra”.

A primeira fase de produção dos jornais negros se deu principalmente na cidade de São Paulo. Entre 1872 e 1920, a cidade observou um grande fluxo imigratório, principalmente com a chegada de cidadãos europeus – italianos, alemães e espanhóis – e um intenso processo de urbanização durante o ciclo do café, principal produto de exportação do Brasil. Por outro lado, em uma cidade cada vez mais branqueada, os conflitos étnicos raciais acabariam reforçando a situação de exclusão de negros da boa parte produtiva da cidade. Os ex-escravizados e afrodescendentes paulistanos tiveram suas expectativas de inserção social frustradas, mesmo com a Abolição da Escravidão e a chegada da República.

A população negra alfabetizada – que representava um número pequeno na população brasileira<sup>1</sup> – se mobilizou por meio de associações ou por iniciativa própria, onde os periódicos tiveram “interpretações diferenciadas sobre os problemas político-sociais do país através de um olhar reflexivo” (GOMES, 2005). Apesar do surgimento de periódicos voltado para os “homens de cor”, eles tinham uma vida curta, com poucas edições, já que os investimentos eram reduzidos e a venda de espaços para anunciantes era difícil.

Atualmente, a mobilização da imprensa negra contemporânea se encontra no ambiente digital. A *internet*, nos últimos anos, se tornou uma das ferramentas fundamentais para o fortalecimento do diálogo e visibilidade da população negra brasileira. A partir dela, alguns coletivos e movimentos negros ampliaram suas redes de mobilização com o desenvolvimento de portais antirracistas, como por

---

<sup>1</sup> “Na população livre, 1.563.078 habitantes sabiam ler e escrever (18,6%), 6.856.594 não sabiam (81,4%)” (CHALHOUB, Sidney. População e Sociedade. In. SILVA, Alberto da Costa e *et al* (org.). **História do Brasil Nação**: 1808-2010. São Paulo: Objetiva, 2015. p 37-82.

exemplo o *Notícia Preta*. Esse movimento ficou perceptível quando surgiram 33 novas organizações voltadas para a produção jornalística, entre 2017 e 2019, como mostra o Mapeamento da Mídia Negra no Brasil.

Apesar do surgimento de veículos antirracistas no meio digital, pouco se sabe sobre os meios de financiamento que os mantêm. Tendo em vista esse movimento, apresenta-se a questão: quais são os modelos de negócios explorados pela imprensa negra contemporânea, em especial o *Notícia Preta*, para a sua sustentabilidade nos meios digitais? Aqui, buscamos identificar quais são os meios de financiamentos que o ambiente digital oferece para que esses jornais continuem a legitimar sua importância no combate à desigualdade racial no Brasil.

O questionamento surge em momento de transformação na dinâmica do fazer jornalístico, uma vez que o cenário digital modificou toda a cadeia produtiva e de consumo do jornalismo. Os novos veículos de comunicação, principalmente os alternativos como o *Notícia Preta*, precisam recorrer a modelos de negócios que sejam sustentáveis. Como tudo é muito dinâmico na era digital, não existe apenas um modelo de negócio a ser explorado pelos jornais digitais, uma vez que esse campo ainda não está consolidado.

Dessa forma, o resgate histórico da imprensa negra no Brasil se faz necessário para entender como esses veículos se mantiveram financeiramente e, assim, apontar relações e mudanças com os jornais antirracistas produzidos no ambiente digital. Por isso, este estudo propõe analisar o modelo de negócio do portal *Notícia Preta* – uma mídia alternativa – para compreender os possíveis meios de financiamento que esses veículos podem explorar nos meios digitais.

Vale ressaltar que o estudo se integra a uma das linhas de pesquisa desenvolvidas pela professora orientadora Dione Oliveira Moura que aborda o perfil de jornalistas negras no Brasil, já que a criadora do portal *Notícia Preta* tem esse perfil.

## **1. OBJETIVOS**

### **1.1 Objetivo Geral**

Analisar como é a sustentabilidade da mídia negra contemporânea no Brasil, a partir do portal *Notícia preta*: os formatos de financiamento; recrutamento de jornalistas; pautas; e mobilizações.

### **1.2 Objetivos Específicos**

1.2.1 Identificar os formatos de financiamento analisando o portal *Notícia Preta*.

1.2.2 Analisar o site do *Notícia Preta*.

1.2.3 Identificar a estrutura organizacional do *Notícia Preta*.

1.2.4 Entender a realidade profissional dos jornalistas que participam da mídia negra.

## 2. JUSTIFICATIVA

A mídia negra contemporânea tem sua relação intrínseca com a *internet*. De acordo com o Mapeamento da Mídia Negra no Brasil, das 65 mídias identificadas, 33 dessas surgiram entre os anos de 2017 e 2019, o que representa 51,6%<sup>2</sup>. Outro dado que merece destaque é sobre o protagonismo feminino negro dentro dos coletivos e veículos, hoje elas representam 31% desses espaços e apresentam iniciativas comunicacionais importantes para o meio negro.

Vale lembrar que o Brasil ao longo de três séculos utilizou a mão de obra escrava negra dentro do seu território. Entre a Casa Grande e a Senzala que a sociedade brasileira se formou em pilares centrados no racismo, sendo o negro baseado em narrativas de ausência de direitos, pobreza e na desumanização. Estamos falando de uma população que em pleno século XXI representa 76,2% dos assassinatos no Brasil<sup>3</sup>.

O presente trabalho tem forte importância social ao abordar a representatividade negra e o combate à desigualdade social a partir de mídias feitas por negros e para negros. Uma população que mais sofre com a falta de oportunidade e a má distribuição de renda, apesar de representar a maior parte da população brasileira (56,2%)<sup>4</sup>. Nesse sentido, a mídia negra tem sua importância ao trazer notícias que impactam a vida da população negra e não somente os casos de racismo.

Tendo em vista o cenário digital, leva-se em consideração a importância da imprensa negra contemporânea para a democracia. O *Notícia Preta*, objeto deste trabalho, se mobiliza em torno da *internet* com objetivo de colocar a representatividade negra no ambiente jornalístico, como também na sociedade brasileira. Toda a produção do jornal está pautada na construção de narrativas disruptivas, ou seja, se posiciona como uma mídia contra-hegemônica.

---

<sup>2</sup> O Mapeamento da Mídia Negra no Brasil foi lançado em 2019 pelo Fórum Permanente pela Igualdade Racial (FOPIR). Disponível em: <[http://fopir.org.br/wp-content/uploads/2020/08/ebook\\_mapeamento\\_da\\_midia\\_negra-1.pdf](http://fopir.org.br/wp-content/uploads/2020/08/ebook_mapeamento_da_midia_negra-1.pdf)>

<sup>3</sup> Levantamento sobre “A violência contra pessoas negras no Brasil 2021” realizado pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Disponível em: <<https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2021/11/infografico-violencia-desigualdade-racial-2021-v3.pdf>>

<sup>4</sup> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD): *Características gerais dos domicílios e dos moradores 2019*. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101707\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101707_informativo.pdf)

### 3. OBJETO DE PESQUISA: *NOTÍCIA PRETA*

O *Notícia Preta (NP)* surgiu em novembro de 2018, por iniciativa da jornalista Thais Bernardes. Trata-se de um jornal independente, antirracista, que acredita na comunicação como ferramenta contra o discurso hegemônico. O surgimento do portal de notícias coincide com a celebração do Dia da Consciência Negra, data importante para o Movimento Negro Unificado.

Antes de iniciar o projeto do *Notícia Preta*, Thais Bernardes atuou como produtora do Canal de TV France 2, foi repórter no Jornal Extra, na rádio BandNewsFM e coordenadora de Comunicação da Secretaria de Estado de Direitos Humanos do Rio de Janeiro. Desde o lançamento do portal, o trabalho jornalístico busca mudanças de termos e formas comunicacionais que historicamente são preconceituosas, sendo normalmente reproduzidas de forma natural no cotidiano da população brasileira.

Em entrevista para o presente trabalho, Igor Rocha<sup>5</sup>, editor e coordenador de redação do *Notícia Preta*, informou que o veículo conta de forma colaborativa com 11 jornalistas negros de 7 Estados, sendo a maioria da região sudeste. Ele explicou que o jornal chegou a contar com 36 colaboradores, mas que em razão da pandemia do Covid-19 de 2020, a equipe foi reduzida. Como bem ressaltou Igor, todo o trabalho de produção do portal é colaborativo, ou seja, não existe vínculo trabalhista entre o jornal e os repórteres. Até o momento, nenhum dos 11 colaboradores do *Notícia Preta* recebeu remuneração.

Atualmente, o *Notícia Preta* trabalha pautas que envolvem direta e indiretamente a população negra. Vale ressaltar que, apesar de ser um jornal antirracista, a produção de matérias não se limita ao tema do racismo na sociedade. O portal ao trazer matérias relacionadas à política, economia, cultura e esporte reforça a ideia de levar uma informação disruptiva do que é realizado pela mídia hegemônica, principalmente ligada aos negros.

O *NP*, assim como outras mídias independentes, utiliza o ambiente digital para produção e distribuição da informação, caracterizado como jornalismo digital, para os usuários que acessam seu Portal e redes sociais. Segundo Igor, a principal plataforma de trabalho gira em torno do portal de notícias. As redes sociais como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* do *NP* são ferramentas, segundo ele,

---

<sup>5</sup> A íntegra dessa entrevista pode ser lida no apêndice deste trabalho

potencializadoras de alcance para o *site*. Após três anos do lançamento do projeto, o jornal já conta com 352 mil seguidores no *Instagram*, 30 mil no *Twitter*, e 13 mil curtidas no *Facebook*. É possível dizer que o *NP* já é um dos jornais de maior referência do meio negro digital, como o *Lista Preta* e *Mundo Negro*.

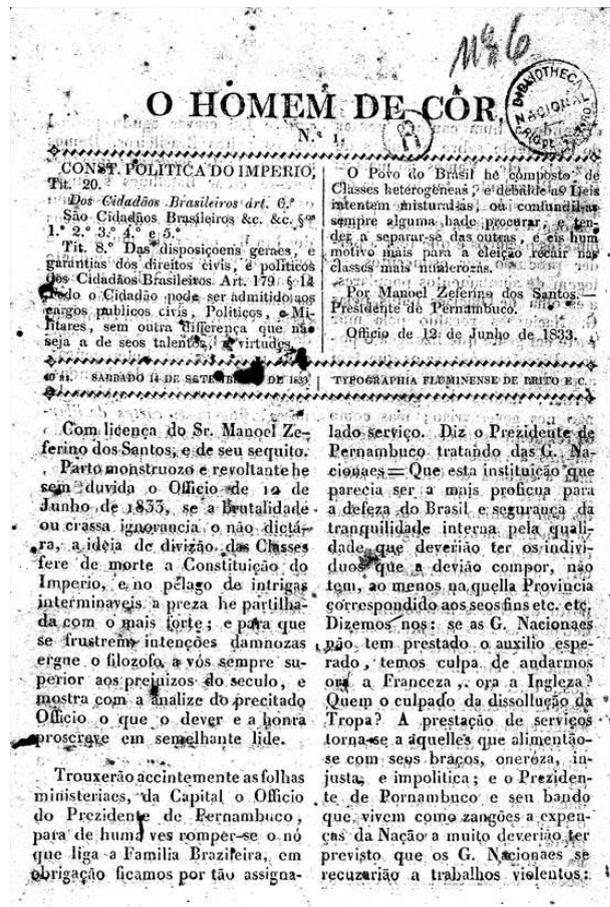
O reconhecimento do importante trabalho do *NP* ocorreu logo em seu primeiro ano de produção jornalística. A equipe recebeu o prêmio 'Carolina Maria de Jesus' pela Comissão de Direitos Humanos da Assembleia Legislativa do Rio em 2019. Na ocasião, a deputada estadual Renata Souza, até então presidente da Comissão de Direitos Humanos, entregou o prêmio ao editor-chefe Igor Rocha.

## 4. O INÍCIO DA IMPRENSA NEGRA

### 4.1. O primeiro jornal: O Homem de cor ou o Mulato (1833).

A primeira edição do jornal foi elaborada no dia 14 de setembro de 1833 na Tipografia Fluminense de Paula Brito localizada no Rio de Janeiro<sup>6</sup>. O *Homem de Cor*, cujo título recebeu um acréscimo a partir da terceira edição, passando a chamar *O Homem de cor ou o Mulato*, foi pioneiro na coleção dos primeiros jornais negros do século XIX (PINTO, 2010).

Figura 1 - *O Homem de cor ou mulato*



*O Homem de cor*, N. 1º, publicado em 14 de setembro de 1833. Fonte: acervo da Biblioteca Nacional Digital.

A criação do jornal ocorreu em um momento delicado na situação política do Brasil. Nesse período, surgiram diversas mobilizações sobre qual o rumo que o

<sup>6</sup> Francisco de Paula Brito (1809 - 1861) foi um homem negro livre importante para a imprensa negra no século XIX. Em 1831, na cidade do Rio de Janeiro, abriu sua primeira tipografia na Praça da Constituição n.21. Ele foi o editor do *Homem de Cor e Mulato* no segundo ano de sua tipografia. Além disso, era um local frequentado por literários.

império tomaria, tendo em vista as mudanças políticas em outros países, como por exemplo nos Estados Unidos. Como explica Ana Flávia Magalhães (2010), importava naquele momento a realização daquelas promessas de liberdade que há tempos circulavam e ganhavam formas nas mentes de livres e libertos – sem falar dos escravizados. Era um período de insegurança para população negra, mesmo sendo maioria no território brasileiro. *O Mulato ou O Homem de Cor*, por exemplo, trazia questionamentos sobre os princípios de liberdade e igualdade da Carta Magna de 1824:

“hoje no século das luzes, na América, terra da liberdade, aproveitam-se os erros da Antiguidade, não dissemos bem, vai-se muito além do que praticaram povos não ilustrados, ressentindo-se sempre da ignorância e brutalidade em que se achavam por tanto tempo sepultados”. (n. 5, p. 1-2)

O período Regencial foi marcado por um *boom* na produção jornalística no Brasil. Apesar da ascensão de alguns jornais, aqueles que eram dedicados aos ‘homens de cor’ eram difíceis de serem encontrados, já que não eram vendidos em bancas. Os interessados tinham que ir a locais ou lojas de livros específicos para ter acesso aos exemplares, ao preço de 40 réis a unidade ou mediante a assinatura (PINTO, 2010).

Era muito comum os veículos de imprensa trocarem acusações para enfraquecer seus oponentes, normalmente por questões políticas entre liberais e conservadores. Quando o embate era com jornais negros, alguns veículos aproveitavam para desqualificar a participação de ‘homens de cor’ nos eventos políticos do império. Para alguns jornais, existia a ideia de que os negros não tinham capacidade, em geral, de refletirem com base nas suas experiências o rumo da sociedade em que viviam e, por isso, “as denúncias de preconceito de cor eram fruto de homens brancos astutos” (PINTO, 2010) .

Outra questão que levantou protestos pela população negra foi a obrigatoriedade da declaração de cor nas listas dos cidadãos. A medida era vista como mais uma forma de discriminação sistemática que a população negra sofria na sociedade. *O Mulato ou Homen de cor* não deixou de comentar sobre essa medida, a qual entendia que a identificação racial levaria a um aprofundamento de problemas que os negros já experimentavam.

Além disso, o período histórico foi marcado pelo esvaziamento do militarismo e uma elitização da Guarda Nacional, que afetou principalmente os negros. Por exemplo, a terceira do *Homem de Cor ou Mulato* contava a história de Alferes Bacellar, que “cansado de sofrer injustiças e ódio de entes baixos e vis, pediu sua demissão, e assim 11 anos de serviços, 2 embarques, os feitos para o glorioso 6 de Abril foram apenas compensados com o bom conceito de seus concidadãos”. Outro exemplo, é o Cadete Constantino Marçal de Souza que trabalhou por 4 anos no Arsenal de Guerra, sendo dois anos servindo gratuitamente e o resto com pouco reis de soldo, e não foi contemplado para um posto maior por um suposto engano de reformados. (PINTO, 2010)

#### **4.2. Imprensa Negra Paulista: *A Pátria (1889)* e *O Progresso (1899)***

No final do século XIX e início do século XX ocorreram mudanças políticas e sociais significativas para o Brasil. Desde 1850, por pressões inglesas, o tráfico de escravos era ilegal, mas o que não impediu que mais de 750 mil africanos entrassem no país e seguissem para as fazendas de café no vale do Paraíba (SCHWARCZ, 2010). No dia 13 de maio de 1888, 38 anos após a extinção do tráfico negreiro, foi abolida a escravidão pela Lei Áurea. A assinatura se deu em um momento no qual a monarquia perdia seus pilares de sustentação com o avanço das elites cafeeiras e dos ideais republicanos.

Logo no ano seguinte, surge um projeto de nação que romperia com a estrutura política de quase três séculos no país. A República, proclamada em 15 de novembro de 1889, surge como promessa, quase utópica, de uma sociedade igualitária, marcada pelo progresso. Apesar da manifestação da civilização no início do século XX, a sociedade brasileira sofreu com sobreposições de temporalidade em que se misturavam conceitos de modernidade e de tradição na sociedade brasileira (SCHWARCZ, 2010).

Se por um lado existia a modernização dos centros urbanos, principalmente Rio de Janeiro, com iluminação elétrica, ruas largas, mercados e indústrias, por outro “o afã da modernização nacional caminhava ao lado da modernização do racismo, que legitimara o escravismo e a “dispersão” dos descendentes de africanos no período pós-abolição (PINTO, 2010). Com o tempo, ficava claro que o projeto de

civilização pautou-se pela exclusão de largos setores sociais, principalmente negros e pardos.

No início do século XX o racismo científico se intensificou como ideologia na Europa. O médico e farmacêutico, Renato Ferraz Kehl, foi um dos primeiros a trazer para o Brasil a discussão sobre eugenia como modelo de progresso para a nação. A ideia se manifestou em prol da melhoria da raça que contava com apoio de elites para eliminar as mazelas sociais (SOUZA, 2017). A partir da fundação da Sociedade Eugênica de São Paulo (1918) a propaganda sobre eugenia se intensificou entre elites intelectuais e classe média por meio de palestras e encontros que surgiam em torno do tema. Segundo eles, a eugenia serviria como alavanca para a elevação do Brasil ao grupo de nações desenvolvidas (SOUZA, 2017). As três primeiras décadas da República foram marcadas por uma tentativa de programação de ideais eugenistas, principalmente no jornal impresso *Correio Paulistano*.

Apesar do projeto de europeização no início do século XX, os grupos negros urbanos, marginalizados até então, se mobilizaram pela efetivação de seus direitos civis que tanto se esperava com a constituição da República. Foi por meio da imprensa, conhecida como “imprensa negra”, que os negros abordaram pautas antiracistas e sua representatividade na sociedade brasileira. Era uma imprensa voltada para os 'homens de cor' que falavam em nome de uma “raça negra”. (SCHWARCZ, 2010).

**Figura 2 - Mulheres sentadas em praça**



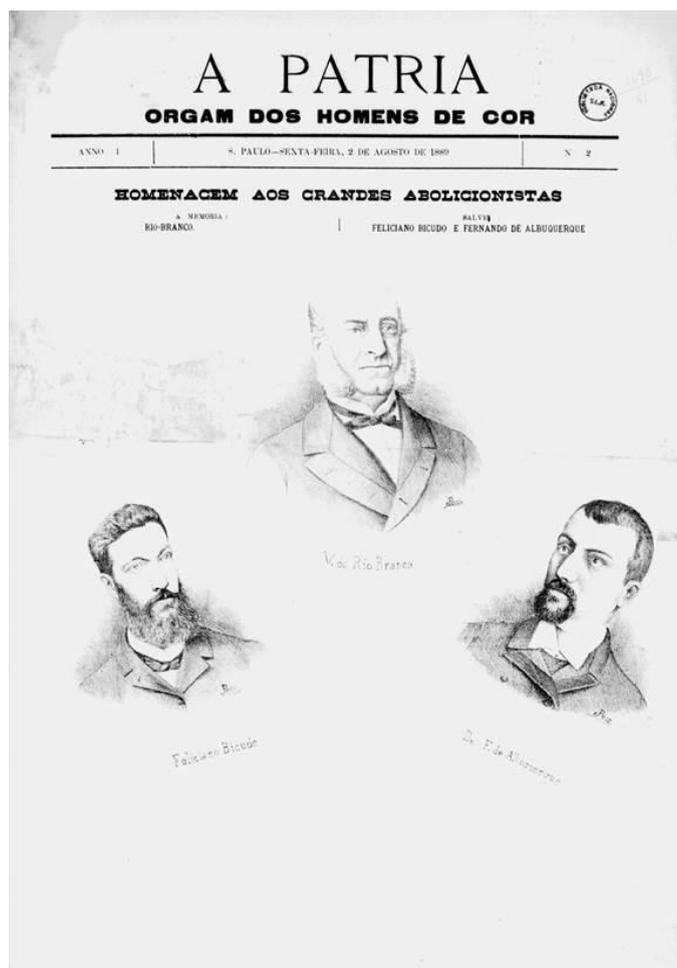
Mulheres negras sentadas em um banco de praça em São Paulo. Fotografia feita por Vincenzo Pastore, em 1910. Fonte: Acervo digital do Instituto Moreira Salles.

A imprensa negra teve uma importante mobilização nas primeiras décadas da República (GOMES, 2005). Surgia nesse período, *A Pátria e O Progresso*, lançados respectivamente em 1889 e 1899. Feito por negros e para negros, esses jornais levantavam questões sobre o papel do negro na sociedade e os desdobramentos do pós-emancipação da recém chegada democracia.

“Surgia uma imprensa que rompia com os estigmas raciais percebidos na imprensa do século XIX E XX e, sim, comprometida com o valor máximo republicano: a igualdade de direitos” (CRISTINA, 2014).

Alguns desses jornais, elaborados em São Paulo, estavam vinculados a sociedades dançantes, clubes recreativos e associações beneficentes. O debate em torno do negro na sociedade brasileira surgiam nesses locais, cujos os títulos levavam nome dos grêmios e associações nas suas edições (GOMES, 2005).

### **Figura 3 - *A Pátria: Órgão dos Homens de Cor***



*A Pátria: Órgão dos homens de cor, N.2º*, publicado em 2 de agosto de 1889. Fonte: acervo da Biblioteca Nacional Digital.

O jornal *A Pátria*, por exemplo, surge um ano após a Lei Áurea e os ideais republicanos eram exaltados nas páginas. Na sua segunda edição, em 2 de agosto de 1889, a capa do jornal trazia figuras importantes do movimento abolicionista, mas com ausência de André Rebouças e José do Patrocínio. Além disso, colocava a importância do debate da população recém-liberta, como ressalta o trecho: na sua segunda edição colocava a importância do debate da população recém-liberta, como ressalta o trecho da edição:

“Ontem deram liberdade ao escravizado, mas esqueceram-se de que o liberto, que se transformara em cidadão, tem direito e precisão de ter uma pátria [...]” (*A Pátria*, n.2, p.2).

Após dez anos do lançamento do *A Pátria*, surge na cidade de São Paulo o jornal *O Progresso*. A primeira edição, em 1899, apresentava uma desilusão com as

mudanças sociais e políticas do país, pois existia a expectativa de melhorias para a população negra. O jornal se posicionava para uma estruturada com base no coletivismo negro que contava com associações e clubes para o benefício de mulheres e homens negros.

Como bem ressalta Flávio Gomes e Ana Flávia Magalhães, os periódicos serviram como instrumentos de comunicação do chamado “meio negro”, como também um espaço para diálogo com outros setores sociais. A principal característica desses jornais, era a proximidade em relação editor/leitor, que traduzia na abordagem de alguns temas (GOMES, 2005). Além disso, os articulistas e editores nem sempre eram ligados a um periódico. A edição e circulação dos jornais ficavam a cargo das próprias associações e clubes. Apesar dessas características, que nem sempre eram homogêneas, tendo em vista a riqueza e a diversidade de periódicos, eles tinham um objetivo em comum:

“denunciar as condições de vida; a segregação; a falta de oportunidades; o cotidiano de racismo; e a violência experimentada pelas populações negras, sobretudo nas cidades” (GOMES, 2005).

Na cidade de São Paulo, especificamente, a chamada elite negra conseguiu projetar e idealizar por meio da imprensa um movimento específico para um coletivismo negro. Os jornais travaram, segundo Flávio Gomes, “um diálogo de uma moral”, o qual fomentou o surgimento de novos periódicos negros ao longo das décadas de 20 e 30.

## 5. O MOVIMENTO NEGRO NO BRASIL

### 5.1 A Frente Negra Brasileira (1931-1937)

Como foi apresentado no capítulo anterior, o início da República foi um momento aclamado por mudanças sociais, principalmente para a população negra, que desde a Lei Áurea, não observou mudanças expressivas. Como explica GOMES (2005) apesar do surgimento de diversos jornais do meio negro no final do século XIX e início do XX, não ficou claro que existia uma coordenação política das Associações das “pessoas de cor” e dos grupos recreativos da época. Entretanto, a década de 20 mostrou o potencial de mobilização, especialmente em São Paulo, da situação social do negro.

O jornal *O Clarim d’Alvorada*, fundado por Jayme de Aguiar e José Correia Leite, em 1925, propunha a realização do Congresso da Mocidade dos Homens de Cor com objetivo de criar “um grande partido composto exclusivamente de homens de cor” (GOMES, 2005). No ano seguinte, surge o Centro Cívico Palmares que teria sua importância na campanha contra um decreto paulista que proibia o ingresso de negros na Guarda Civil de São Paulo em 1928. O evento foi um dos primeiros passos para uma maior participação política das organizações negras, como explica Flávio Gomes em seu livro “Negros e Política”.

**Figura 4 - A Frente Negra Brasileira**



Aniversário de fundação da Frente Negra Brasileira (FNB), 16 de setembro de 1935. Fonte: Acervo da Biblioteca Nacional Digital.

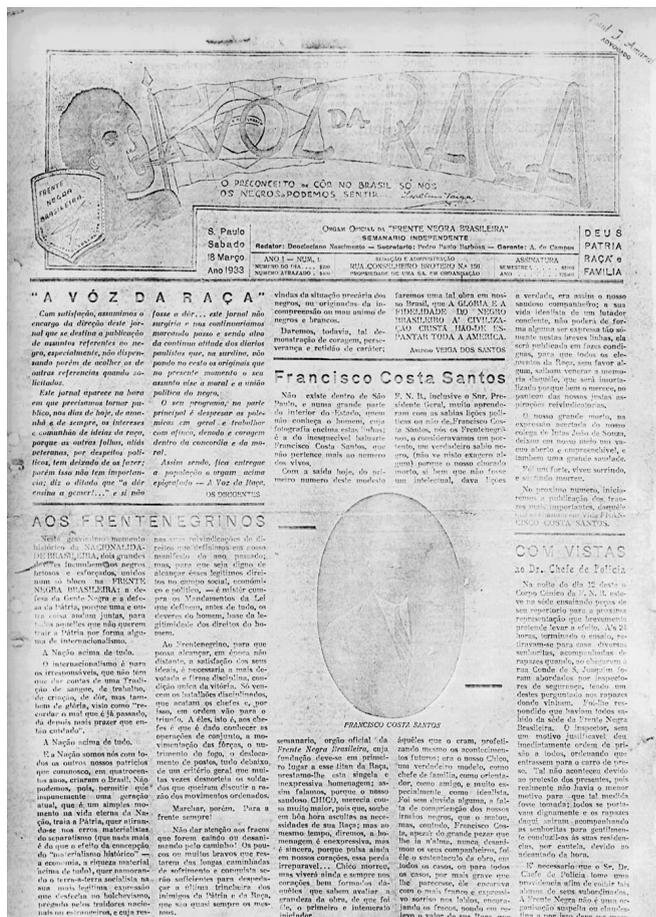
Surgiu em outubro de 1931 a Frente Negra Brasileira (FNB), uma das principais organizações políticas negras até o golpe do Estado Novo. Fundada em São Paulo, a Frente tinha interesse de conseguir sua abrangência nacional, se diferenciando das associações de “homens de cor” do final do século XIX e início do XX. O objetivo de alcançar várias lideranças em diferentes regiões foi exposto no estatuto da FNB, publicado no *Diário Oficial* de São Paulo:

"Art. 1º Fica fundada nesta cidade de São Paulo, para se irradiar por todo o Brasil, a Frente Negra Brasileira, união política e social da Gente Negra Nacional, para a afirmação dos direitos históricos da mesma, em virtude da sua atividade material e moral no passado e para reivindicação de seus direitos sociais e políticos, atuais, na Comunhão Brasileira"

Dentro da sua proposta nacionalista existia o desejo da representação política nos cargos eletivos da Gente Negra Brasileira, tendo em vista a elaboração da constituição de 1933. A FNB conseguiu na época uma mobilização que não se observava desde os movimentos abolicionistas. A população negra percebeu que aquele era um momento importante de politizar a questão racial (GOMES, 2005).

Assim como os grêmios, clubes e associações negras da época, que surgiram ao longo do século XX, a Frente Negra Brasileira teria também o seu jornal elaborado por negros e para negros. A *Voz da Raça* era elaborada no "órgão da gente negra brasileira", sede da FNB no bairro da Liberdade em São Paulo. Com o lema “Deus, Pátria, Raça e Família”, o jornal trazia matérias sobre o preconceito racial, mas também informações administrativas e organizacionais (GOMES, 2005).

Figura 5 - A voz da raça



A Voz da Raça, N.1º, 18 de março de 1893. Fonte: acervo da Biblioteca Nacional Digital.

O que chamava atenção de diferentes lideranças do meio negro sobre a FNB era seu caráter fortemente nacionalista. Como explica Amilcar Araujo Pereira (2010), ao final da elaboração do estatuto da organização, alguns membros como Correia Leite – fundador do *O Clarim d'Alvorada* – discordaram da inclinação fascista que a organização caminhava. Segundo GOMES (2005), existiu de fato uma articulação de Arlindo Veiga Santos, líder da FNB, com o integralismo. Diante dessas acusações, Arlindo redige uma carta aberta publicada no *A Voz da Raça* defendendo a FNB após artigo de Austregésilo de Athayde no *Diário de São Paulo* que acusava o órgão de clandestinidade:

"[...] vem V.S. dizer que somos bolchevistas!!! Seria cômico se não fora infame. Mas a sua "descoberta", honrado do senhor, não vale nem como intriga, pois que por tudo quanto atrás vai dito a F.N.B. ficou suficientemente conhecida. Não podíamos ser inimigos do nosso Brasil, nós que, a bem

dele, ensaiamos uma política orgânica em que segundo declara o nosso manifesto, possamos “ajudar os poderes nacionais a serem nacionais”. Mas V.S., como se fosse péssimo jornalista, falou do que não entende, ou não procurou entender (*A Voz da Raça*, 25/4/1933).

Apesar das dissidências internas, o FNB recebeu uma rápida adesão. O espaço recebia diversas atividades e mobilizações que atraíam os jovens recém chegados na capital. Segundo GOMES (2005), “entre os serviços oferecidos havia consultório dentário, salão de barbeiro e cabeleireiro”. A FNB chegou a propor a criação de uma instituição escolar chamada “Liceu Palmares”, para alunos do primário ao ginásial. O sucesso do projeto de associação se refletiu nos mais de 100 mil membros espalhados pelo Brasil, sendo na cidade de São Paulo mais de seis mil associados (GOMES, 2005).

As questões políticas que envolviam a FNB se refletiam no *A Voz da Raça* até o seu fim em 1937. O presidente era uma das lideranças do Movimento Patrianovista que pregava ideias da política monarquista. Um dos reflexos da insatisfação de lideranças negras foi a criação do *Clube Negro de Cultura Social* de 1932, que mais tarde teriam representantes do núcleo dentro da FNB. Se já não bastava as críticas de jornais de grande circulação, os da imprensa negra como por exemplo, *A Chibata*, distanciava dos ideais integralistas de Arlindo.

Com a chegada do Estado Novo, a tão esperada “integralização absoluta, completa do negro, em toda a vida brasileira” exposta no manifesto de criação da FNB, foi abortada. Getúlio Vargas, que teve apoio da Frente Negra Brasileira no Golpe de Estado de 1930, fechava todos os partidos e associações. Segundo Flávio Gomes (2005) a dissolução quase completa dos frentegrinos, “foi um duro golpe, às vésperas do aniversário de 50 anos da abolição da escravidão”.

## **5.2 Movimento Negro Unificado (1978)**

No final da década de 70 surgiram diversas mobilizações de caráter democrático que exigiam o fim da Ditadura Militar. Em meio a efervescência política das ruas, o Movimento Negro Unificado (MNU) de 1978 surge como um marco para o chamado “movimento negro contemporâneo”. Novamente, assim como na Frente Negra Brasileira, a comunidade negra iria se mobilizar para a construção da memória e respeito para comunidade afro-brasileira.

Em meio às escadarias do Teatro Municipal de São Paulo, no dia 7 de julho de 1978, ocorreu um ato público com a apresentação da “Carta Aberta à

População”. O texto era um protesto contra a morte de um operário negro em uma delegacia em São Paulo e contra expulsão de quatro atletas negros de um clube paulista. Esse ato em meio à Ditadura militar só foi possível com a constituição de redes ao longo da década de 70 em diferentes cidades, como explica (PEREIRA, 2010).

Um dos exemplos desse movimento de integração foi a criação do *Grupo Palmares* em 1971 em Porto Alegre. O fundador, Oliveira Silveira, poeta negro e pesquisador, foi responsável por fixar a data do assassinato de Zumbi dos Palmares. Anos mais tarde, na segunda Assembléia Nacional do MNU, realizada em Salvador, foi estabelecido o 20 de Novembro como “Dia Nacional da Consciência Negra”. No documento abaixo, divulgado ao final da Assembleia, fica claro a importância da representação de Zumbi como símbolo para uma sociedade democrática:

“Nós, negros brasileiros, orgulhosos por descendermos de ZUMBI, líder da República Negra de Palmares, que existiu no Estado de Alagoas, de 1595 a 1695. desafiando o domínio português e até holandês, nos reunimos hoje, após 283 anos, para declarar a todo brasileiro nossa verdadeira e efetiva data: 20 de novembro, DIA NACIONAL DA CONSCIÊNCIA NEGRA! Dia da morte do grande líder negro nacional, ZUMBI, responsável pela PRIMEIRA E ÚNICA tentativa brasileira de estabelecer uma sociedade democrática, ou seja, livre, e em que todos - negros, índios, brancos - realizaram um grande avanço político e social. Tentativa esta que sempre esteve presente em todos os quilombos” (GONZALEZ, 1982, p.58).

Desde então, a data se transformou em um símbolo da resistência e da ressignificação da memória do afro-brasileiro no Brasil. O 13 de maio, que era resgatado pelo periódicos negros como símbolo da memória do cativo e da liberdade, passa por uma nova ressignificação. Segundo Gonzalez e Hasenbalg (1982) o 20 de novembro (Dia da Consciência Negra) “transformou-se num ato político de afirmação da história do povo negro”, afirmando que Palmares foi o autêntico berço da nacionalidade brasileira. Neste sentido, o MNU entendeu que era necessário uma nova articulação da memória afro-brasileira, uma vez que a Lei Áurea não refletia a verdadeira experiência do negro na sociedade brasileira.

Entender todo o movimento em torno da criação do Dia da Consciência Negra se torna importante para o presente trabalho uma vez que a data se tornou símbolo de resistência contra narrativas hegemônicas.

## 6. IMPRENSA ALTERNATIVA E MEDIATIVISMO

O jornalismo é interligado a uma estrutura de poder que possibilita a circulação de ideias na esfera pública, partindo de afirmações públicas e informações. Dentro desse complexo jogo de poder – entre o que é dito e não dito – é onde os discursos hegemônicos da nossa sociedade acabam sendo reproduzidos e reforçados dentro da esfera pública midiática (ROSA, 2014). Como contraponto, surge uma imprensa que busca espaço e protagonismo para atores que normalmente são silenciados pela mídia tradicional e, como exemplo, podemos colocar a imprensa negra dentro dessas especificidades:

“A imprensa negra se constituiu como um dos instrumentos utilizados pelos negros brasileiros para a provocação de um debate público sobre o racismo no País, a partir do domínio da técnica jornalística pelos negros e do uso da esfera pública para a enunciação de um discurso dissonante das forças hegemônicas” (Rosa, 2014).

Segundo Braighi e Câmara (2018), a mídia alternativa é um guarda-chuva a qual abarca outras especificidades de produção no campo do jornalismo, como por exemplo: Mídia Livre, Mídia Radical, Mídia Comunitária e, não menos importante, Midiativismo. Essas expressões midiáticas se contrapõem à mídia corporativa atuando como instrumento contra-hegemônico de produção e de informação (ALMEIDA *et al.*, 2014).

Como bem ressalta Braighi e Câmara (2018), a mídia alternativa ganhou novos espaços, formatos e modos com as recentes tecnologias de informação, que cada vez mais inseridas na *internet* ocupam o ciberespaço. Outro ponto importante é que a *internet* abre espaço para sujeitos antes silenciados devido à dificuldade de conseguir espaço nos meios tradicionais de comunicação. Como bem ressalta os dois autores, apesar da comunicação de massa ser um caminho para ampla divulgação, “a *internet* abre um caminho maior para atuação colaborativa e engajada de um grupo”.

Nesse novo contexto de produção e de organização surge o termo midiativismo. O conceito, segundo Braighi e Câmara (2018), está ligado à participação colaborativa da informação, o que abriu espaço para ampliação da atuação colaborativa em rede. A partir dessa ampliação, surge o conceito importante de ativismo pela mídia (*activism through media*): “o ativista ou a rede se

mobiliza por meio de diferentes mídias para obter seus objetivos do movimento” (BRAIGHI; CÂMARA, 2018). O midiativismo, apesar de sua relação intrínseca com a *internet*, extrapola o ciberespaço e ganha as ruas.

Não é possível pensar em midiativismo, sem antes ressaltar o conceito de ativismo. Segundo JORDAN (2002) o conceito parte de uma lógica solidária onde os sujeitos compartilham suas experiências com propósito de alteração da realidade estabelecida. No caso do ciberativismo, Almeida *et al.* (2014), apontam que a experiências se desenvolvem a partir dos dispositivos digitais, onde o indivíduo / usuário pode apresentar a complexidade de interpretações e visões que normalmente não se encaixam nos formatos de cobertura tradicional. Por meio do midiativismo as capacidades de intervenção social, antes localizadas, são potencializadas pela conexão em rede entre usuários.

## 7. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para compreender os objetivos propostos sobre a mídia negra na era digital, em especial o *Notícia Preta*, e o papel dela no combate à desigualdade racial, são definidos dois métodos de pesquisa: o estudo de caso e a entrevista.

O Estudo de Caso, normalmente, parte de um delineamento qualitativo do objeto, que no presente estudo será o portal *Notícia Preta*. A pesquisa qualitativa abre oportunidades para interpretar profundamente a complexidade do comportamento humano, seja ele inserido dentro de um grupo ou não. Como bem explica Marconi e Lakatos (2017) ela focaliza sua atenção no específico, ou seja, no interesse de compreender os fenômenos sociais dentro do contexto em que aparecem.

Esse tipo de abordagem ganhou relevância e aperfeiçoamento na Antropologia. Depois, ela conquistou novos campos em Ciências Sociais, como por exemplo, o jornalismo. Para o jornalista Wilbur Schramm, o estudo de caso como método de pesquisa consiste:

[...] a tendência central entre todos os tipos de estudo de caso, é que ele tenta iluminar uma decisão ou um conjunto de decisões: por que elas são tomadas, como elas são implementadas e com que resultado” (Schramm, 1971).

Outra técnica complementar ao estudo de caso é a entrevista. Para os jornalistas é uma técnica utilizada todos os dias na profissão, mas tem sua importância ao explorar as experiências de vida do entrevistado sobre determinados eventos ou fatos da sua vida cotidiana. Segundo Garrett (1974), em seu livro “A Entrevista, seus Princípios e Métodos”, a entrevista não pode ser reduzida a um padrão ou fórmula, antes ela é um jogo de afinidade entre entrevistador e entrevistado:

“Deve-se estabelecer uma relação entre um e outro, uma afinidade que permita ao entrevistado revelar os fatos essenciais da sua situação e ao entrevistador tornar-se capaz de auxiliá-lo” (GARRETT, 1974, p.19).

Dentre os diferentes tipos de entrevistas, escolhemos a entrevista semiestruturada. Ela possibilita ao entrevistador desenvolver o tema de forma mais ampla, além da possibilidade do entrevistado levantar outras questões que serviram

de análise para o trabalho. Como o objeto de pesquisa apresenta características específicas no que se refere à organização, produção e publicação, não seria adequado explorar apenas questões fechadas. Esse tipo de entrevista possibilita uma maior abertura do entrevistado em relação ao tema, além de respostas de caráter espontâneo ao longo da entrevista (BONI E QUARESMA, 2005).

“

## 8. ANÁLISE DO NOTÍCIA PRETA

A mídia negra contemporânea se insere nos novos modelos de produção, distribuição e consumo do jornalismo diante das novas tecnologias de comunicação. É possível identificar essa afirmação pelo Mapeamento da Mídia Negra Brasileira cujas 65 mídias identificadas estavam no ambiente digital, seja por meio de *sites* ou em redes sociais. Além disso, a imprensa negra na atualidade tem a possibilidade de interação entre os produtores de conteúdos e seus leitores (ARAÚJO, 2017) e o *Notícia Preta* se utiliza desse potencial de atuação.

Em um cenário onde os ambientes sociais são transplantados para o mundo digital, denominado por Barreto (2013) de ‘interconexão social tecnológica’, provocaram, mesmo que indiretamente, transformações na dinâmica do fazer jornalístico. Os veículos de comunicação independentes, como por exemplo o *Notícia Preta*, precisam recorrer a modelos de negócios que sejam sustentáveis dentro do ambiente digital.

Tendo em vista o cenário digital, recorreremos ao portal do *Notícia Preta* para identificar, em um primeiro momento, as possíveis fontes de receita exploradas pelo jornal. Entretanto, a observação do *site* não foi suficiente para compreender a dinâmica financeira e administrativa. Por isso, realizamos uma entrevista com o editor-chefe do jornal, Igor Rocha, para esclarecer com mais detalhes os meios de financiamento<sup>7</sup>.

Dentre os recursos que o *Notícia Preta* explora, um deles é o processo de *assinatura* do portal. Aqui, diferentemente do que ocorre em mídias hegemônicas, o leitor se torna um apoiador de uma mídia antirracista. Por exemplo, em cada matéria acessada, o usuário se depara com um *card* escrito: “Apoie o Notícia Preta com R\$ 9,90 por mês”. Além disso, com a evolução dos sistemas de pagamento no meio digital, é possível assinar o *Notícia Preta* via *Picpay*, apenas apontando o celular para o *QR CODE* ao final de cada notícia.

---

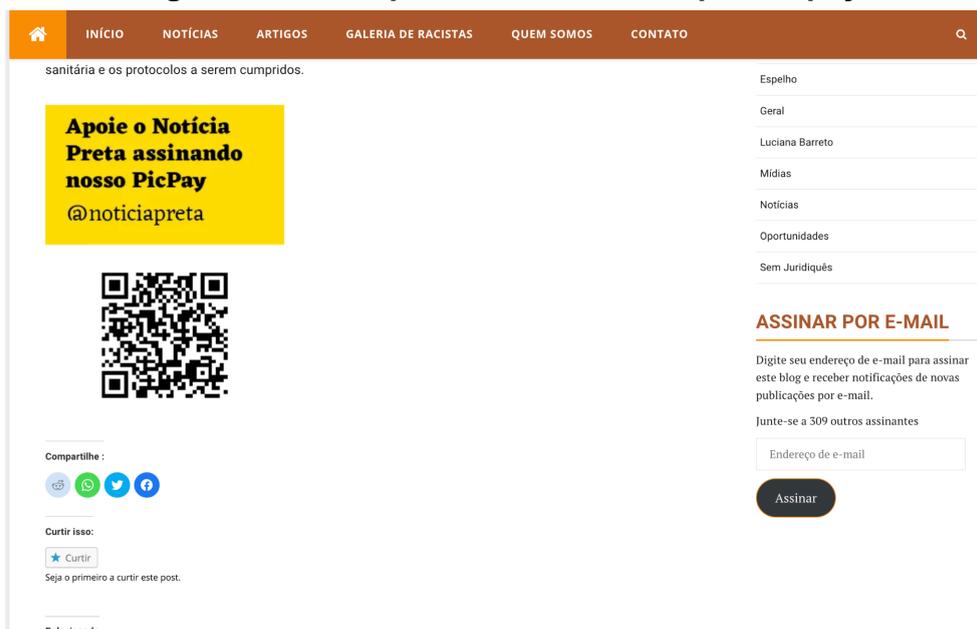
<sup>7</sup> Entrevista completa no apêndice do trabalho

Figura 6 - Card apoie o Notícia Preta



Matéria do dia 22/11/2021, publicada no *Notícia Preta*. “Apoie o Notícia Preta com R\$ 9,90 por mês<sup>8</sup>.”

Figura 7 - Card apoie o Notícia Preta por Picpay



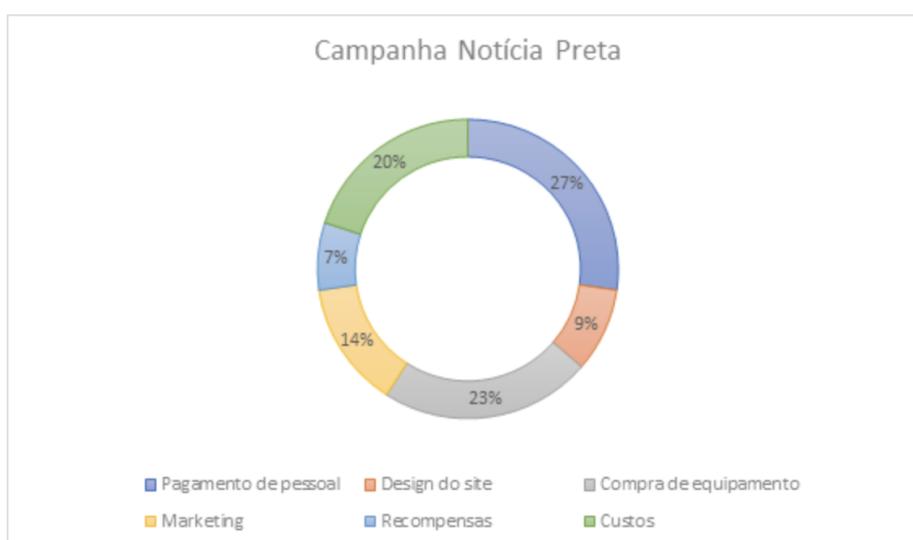
Matéria do dia 22/11/2021, publicada no *Notícia Preta*. “Apoie o *Notícia Preta* assinando nosso *Picpay*: @noticiapreta

Outro formato de financiamento que alguns jornais alternativos adotam são os chamados *crowdfunding*, conhecido como financiamento coletivo por meio de

<sup>8</sup> Disponível em: <[Registros de casos de racismo aumentaram 96% no Rio de Janeiro, em 2021 - Notícia Preta](#)> Acesso em 13 de março de 2022.

campanhas ou doações. Em abril de 2019, o *Notícia Preta* iniciou sua campanha de dois meses para arrecadação de R\$ 8.000,00 para a reformulação do site e compras de equipamentos como: computadores, câmeras e programas de edição. Os apoiadores recebem recompensas que podiam ir de nota de agradecimento dentro de uma matéria até reportagem especial, dependendo do valor doado. Ao final da campanha, foram arrecadados R\$ 2.120,00, sendo a única realizada até a presente pesquisa. Abaixo, mostra os investimentos que seriam realizados caso a meta fosse batida:

**Figura 8 - gráfico investimento Notícia Preta**



Fonte: Notícia Preta - campanha de financiamento coletivo.

Em entrevista, Igor Rocha – chefe de redação – explicou que uma das pequenas rendas que o jornal possui são com os publicitários. O *Notícia Preta*, conseguiu sua primeira parceria com a empresa *Magazine Luiza* para a divulgação do programa de trainees exclusivos para negros<sup>9</sup>. No entanto, Rocha não indicou os valores obtidos com essa parceira, mas explica que essas publicidades, por enquanto, servem apenas para ajudar a manutenção do *site*.

A publicidade em jornais não é algo novo. Antes da chegada da *internet*, a publicidade era um dos principais meios de sustentabilidade financeira de um jornal e, de certo modo, ainda é explorada. Hoje, ela é apenas um dos recursos dentre outros que podem ser explorados no jornalismo digital, como explica Stefanie

<sup>9</sup> Disponível em: <[Magazine Luiza faz programa de trainees exclusivo para negros - Notícia Preta](#)>

Silveira (2016) em seu artigo “Modelos de negócio no jornalismo digital”. Os anunciantes preferem recorrer a outras ferramentas, tendo em vista que o ambiente digital possibilita uma maior segmentação de público para os seus anúncios, tornando-os mais efetivos em teoria.

Outra situação que chama atenção de Silveira (2016) é a dificuldade financeira dos jornais independentes, como por exemplo o *Notícia Preta*. A autora destaca que mesmo com o apoio dos leitores nas campanhas, os jornais independentes, em sua maioria, não se tornam sustentáveis enquanto empresas. Um dos motivos para essa dificuldade está na falta de um modelo de negócio ou apoio especializado para iniciar o empreendimento, aponta Sérgio Lüdtke em sua pesquisa sobre jornalismo digital independente no Brasil<sup>10</sup>.

No caso *Notícia Preta*, os recursos apontados nos parágrafos anteriores, não foram suficientes para a sustentabilidade do veículo, ressalta Rocha. Somente após 4 anos de existência que a CEO do *Notícia Preta*, Thais Bernardes, está trabalhando em um novo modelo de negócio, para se adaptar às dificuldades financeiras, pós-pandemia, refletindo diretamente pela drástica redução de colaboradores de 32 para 11.

**Tabela 1 - Financiamento do *Notícia Preta*.**

<b>Apoio mensal</b>	<b>Publeditorial</b>	<b>Crowdfunding</b>
Disponível permanente para quem quer apoiar o veículo.	Espaço disponível para anunciantes divulgarem suas marcas pelo jornal.	Campanha virtual de 2019.

Fonte: Elaboração própria

O que se observa é a existência de financiamentos com características novas e a manutenção dos tradicionais pelo veículo. Por exemplo, os modelos de campanhas de financiamento coletivo, como explica Silveira (2016), são recorrentes entre os jornais mais jovens, principalmente aqueles que surgem dentro do ambiente digital.

<sup>10</sup> A pesquisa foi realizada para o primeiro encontro da Online News Association do Brasil (ONA Brasil) em 21 de maio de 2016. Disponível em: <[Como surgem e crescem os novos empreendimentos digitais do Jornalismo no Brasil | by Sérgio Lüdtke | Empreendimentos digitais do Jornalismo no Brasil — EDJD | Medium](#)>

A parceria com fundações ainda é um recurso pouco explorado pelos jornais independentes no Brasil. Por exemplo, Paula Barbosa (2017) em seu Trabalho de Conclusão de Curso sobre modelos de negócios de jornais independentes e alternativos, mostrou que a *Agência Pública*<sup>11</sup> é sustentável apenas com financiamento de fundações.

---

<sup>11</sup> A *Agência Pública* foi fundada em 2011 pelas jornalistas Natália Viana e Marina Amaral. A Pública é referência para o jornalismo independente em razão do seu pioneirismo no ambiente digital.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que se observa com o trabalho da imprensa negra contemporânea é suas raízes com os primeiros periódicos negros do final do século XIX e início do século XX. A luta contra o racismo e desigualdade social, bem como a representatividade da população negra, são temas que diariamente são levantados pelos jornais antirracista nos dias atuais. Com a chegada de novas tecnologias da informação, especialmente com a *internet*, observa-se um movimento onde as relações sociais são transplantadas para o ambiente digital. Esse novo cenário potencializou o surgimento de novas mobilizações em rede, o que ajudou no surgimento de novos canais alternativos, como os jornais antirracistas.

As novas ferramentas interativas, principalmente as tecnologias móveis, abriram caminho para novas ressignificações no campo do jornalismo, seja na sua produção ou modelo de negócio. Os jornais alternativos, que historicamente apresentam dificuldades de se manterem economicamente, visualizaram no ambiente digital um alcance maior e, sem dúvida, uma diminuição de custos. Apesar desse novo cenário, são poucos os veículos contra-hegemônicos que conseguem um modelo de negócio sustentável na *web*.

Como ressalta Silveira (2016) os meios de financiamentos do jornalismo digital ainda são um campo em transformação, uma vez que a *internet* está em constante inovação. Uma situação que acaba sendo paradoxal é que os jornais alternativos – incluindo a imprensa negra contemporânea – recorrem aos mesmos tipos de financiamento da imprensa hegemônica. Hoje, as ferramentas do ecossistema digital proporcionam aos jornais de baixo investimento novas saídas para a sua sustentabilidade.

O presente estudo mostra que o *Notícia Preta* apresenta inovações no seu financiamento, mas explora modelos tradicionais dentro do ambiente digital. Como inovação podemos citar as campanhas de *crowdfunding* no primeiro ano do jornal e as doações / assinaturas de leitores do portal. Por outro lado, as matérias publicitárias ou publieditoriais – um dos principais meios de financiamento nos impressos – não são suficientes para tornar o portal sustentável. O fator econômico, como explica Igor Rocha na entrevista, é um dos principais limitadores para que o *Notícia Preta* alcance novas iniciativas.

Uma boa gestão se passa por um bom planejamento. No caso dos veículos com características próximas ao *Notícia Preta* a elaboração de um modelo de negócio adaptado ao ambiente digital se torna fundamental para a sua manutenção se comparado às mídias hegemônicas. A equipe do portal *Notícia Preta* não concluiu o plano de negócios a tempo de ser analisado pelo presente estudo.

O estudo alcança o objetivo de identificar os meios de financiamento que o portal *Notícia Preta* explora para a sua manutenção no ambiente digital. Entretanto, deve ser levado em consideração que os tipos de financiamento explorados pelo jornal não podem ser levados como generalização de toda imprensa negra contemporânea, apontadas no trabalho não podem ser levadas como generalização de toda imprensa negra contemporânea.

Por fim, é importante pontuar que este estudo é um passo inicial para futuras pesquisas sobre o jornalismo antirracista. A imprensa negra contemporânea tem seu papel político e social importante para a democracia. Por isso, para futuros trabalhos, se faz necessário compreender os diálogos e alinhamentos políticos necessários para a construção de narrativas contra-hegemônicas.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Thiago D'Angelo Ribeiro *et al* (org.). Midiativismo, redes e espaço público autônomo: as novas mídias na redefinição das relações de poder. *In*: BARRETO, Emília *et al* (org.). **Mídia, Tecnologia, e Linguagem Jornalística**. João Pessoa: Ccta, 2014. p. 1-232.

AGUIAR, Leonel Azevedo de; RODRIGUES, Claudia Miranda. Narrativas jornalísticas e midiativismo: estudo de caso sobre as rotinas de produção do coletivo Mídia Ninja. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15, 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...]. São Paulo, 2017. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/632/312> . Acesso em: 8 out. 2021

ARAUJO, Valmir. Imprensa Negra na Internet. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40, 2017, Curitiba. **Anais eletrônicos** [...]. Curitiba, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2647-1.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2022

ARAUJO, Valmir Teixeira de. O papel da imprensa negra brasileira. **Alterjor**: Grupo de Estudos Altejor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-SP), São Paulo, v. 2, p. 1-17, 2019.

BAIGHI, Antônio Augusto; CÂMARA, Marco Túlio. O que é midiativismo? Uma proposta conceitual. *In*: BRAIGHI, Antônio Augusto *et al* (org.). **Interfaces do midiativismo**: do conceito à prática. Belo Horizonte: Cefet-MG, 2018. Cap. 1, p. 25.

BARONE, Ana Cláudia Castilho; SOTERO, Edilza Correia (org.). **Imprensa Negra Paulista**. Disponível em: <http://biton.uspnet.usp.br/imprensanegra/> . Acesso em: 12 fev. 2022.

BERNARDES, Thais (ed.). **Notícia Preta**. 2018. Disponível em: <https://noticiapreta.com.br/sobre/>. Acesso em: 13 fev. 2022.

GOMES, Flávio dos Santos. **Negros e política: 1888-1937**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

GONZALEZ, Lélia; HASENBALG, Carlos. **Lugar de Negro**. Rio de Janeiro: Marco Zero Ltda, 1982.

JORDAN, Tim. **Activism!** Direct action, hacktivism and the future of society. Londres: Reaktion Books, 2002

MARIA, L.E.; ANDRADE, M.M.D. **Metodologia Científica, 7ª edição**. São Paulo: Grupo GEN, 2017.

OLIVEIRA, Ângela Pereira. A Imprensa Negra Como Fonte Para A História Social Do Negro. **IV encontro de pesquisas históricas PUCRS**, 2018.

PEREIRA, Amilcar Araújo. **"O Mundo Negro"**: a constituição do movimento negro contemporâneo no brasil (1970-1995). 2010. 268 f. Tese (Doutorado) - Curso de História, Departamento de História, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2010.

PINTO, Ana Flávia Magalhães. **Imprensa negra no Brasil do século XIX**. São Paulo: Selo Negro, 2010.

ROSA, Isabel Cristina Clavelin da. Imprensa Negra: descobertas para o jornalismo brasileiro. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [S.L.], v. 11, n. 2, p. 555, 22 set. 2014. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

SILVA, Alberto da Costa e *et al* (org.). **História do Brasil Nação: 1808-2010**. São Paulo: Objetiva, 2015. 5 v.

SILVA, Julio Menezes; LEITE, Naira; RODRIGUES, Priscila. **Mapeamento da Mídia Negra no Brasil**. ed 1.

SILVA, Luciana Soares da; NASCIMENTO, Jarbas Vargas do. A Imprensa Negra no início do século XX em São Paulo: uma perspectiva historiográfica. **Abpn**, [s. l], n. 4, p. 7-21, jun. 2011.

SOLON, Neto. Tinta preta e pele escura: a necessidade de uma imprensa negra. **Portal Geledés**. [S. L.], 16 set. 2015. p. 1. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/tinta-preta-e-pele-escura-a-necessidade-de-uma-imprensa-negra/> . Acesso em: 14 nov. 2021.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. ed 5. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZUBARAN, Maria Angélica. A produção da identidade afro-brasileira no pós-abolição: imprensa negra em Porto Alegre (1902-1910). *In*: ENCONTRO ESCRAVIDÃO E LIBERDADE NO BRASIL MERIDIONAL, 3, 2007, Florianópolis. **Anais eletrônicos** [...]. Florianópolis, 2007. Disponível em: <http://www.escravidaoeliberdade.com.br/site/images/Textos3/maria%20angelica%20zubaran.pdf> . Acesso: 20 jan. 2022

## APÊNDICE

1. Entrevista com o jornalista Igor Rocha – editor-chefe e coordenador do jornal *Notícia Preta*, realizado em 13 de outubro de 2021, via Zoom.

**Juan Caballero:** Primeiramente eu gostaria de saber como funciona o *Notícia Preta*? Sabemos que por ela ser uma mídia alternativa / independente, ela não tem os mesmos recursos financeiros comparado com uma mídia hegemônica... Eu queria saber como é modo de colaboração?

**Igor Rocha:** Juan, para a gente falar da estrutura do *Notícia Preta*, a gente precisa falar da história dele. O *Notícia Preta* surge na mesma lógica do ‘*O Mulato*’, o primeiro jornal negro registrado em 1833. O *Notícia Preta* surgiu muito mais como uma demanda necessária do povo preto do que propriamente um “sonho”.

Thaís Bernardes é a fundadora do *Notícia Preta*, jornalista carioca, estudou e morou na França durante oito anos. Quando voltou ao Brasil, ela trabalhou em uma redação - que por questões de ética não posso citar o nome - onde não tinham pessoas negras além dela. Era uma mídia extremamente branca. A partir desse fato, ela sentiu a necessidade de ter uma mídia que escutasse o que o negro tinha para dizer. O que acontece até hoje, é que a mídia hegemônica não escuta o outro lado: escuta o que o policial fala, o que os postos de saúde falam, mas não escuta quem realmente está envolvido nas pautas. Sabemos que normalmente os personagens negros acabam sendo silenciados do seu protagonismo nessas mídias. Isso foi um dos motivos para que o *Notícia Preta* fosse criado, para escutar o outro lado.

Só para você ter uma noção, não sei se você chegou a fazer uma análise textual das matérias do *Notícia Preta*, em momento algum quando a gente cita um caso de racismo a gente coloca a pessoa como suspeito. Porque quando ela chega ao ponto de ser acusada de racismo ela não é suspeita, ela é acusada. A mídia hegemônica sempre teve o controle da narrativa, mas agora nós temos a possibilidade de mudar isso.

**Juan:** O jornal hoje trabalha só com matérias sobre o racismo na sociedade ou buscam outras pautas?

**Igor:** Há algum tempo nossas pautas não são mais voltadas especificamente para casos de racismo e de injúria racial. A gente tem pautas de economia e saúde, por exemplo, que impactam a vida da população preta. Hoje publicamos uma matéria sobre o número de favelas no Brasil dobrou de 2010 até 2019. Isso impacta diretamente a população preta, uma vez que quem vai para a favela é o preto e o pobre. De certa forma, não é uma matéria com ligação direta com o título da matéria, mas podemos levantar que cerca de 78% dos moradores de vilas e favelas são pessoas negras.

**Juan:** Hoje o Notícia Preta pode ser considerado um jornal com recursos financeiros para a sua sustentabilidade?

**Igor:** O *Notícia Preta* hoje não é sustentável. Ele é um portal de notícias que não tem uma fonte de renda específica. Hoje, nós temos rendas pequenas de algumas matérias pagas de Publi-editoriais e que vem mantendo o site, mas não existem meios de pagamento para os colaboradores.

Logo no início da pandemia nós tínhamos 32 colaboradores em 15 Estados. Só que é insustentável você manter 30 pessoas em uma redação que não tem rentabilidade nenhuma. Se nós tivéssemos trabalhando em uma redação física ou online, isso não interferiria na atual situação do jornal em termos de rentabilidade.

A nossa questão hoje é financeira. Nós chegamos a produzir alguns vídeos para o programa 'É da gente', do apresentador Netinho de Paula no canal TV WA aos domingos no início de 2021. Só que infelizmente a diferença de qualidade das gravações eram gritantes. Nós tínhamos um colaborador que tinha um *Iphone 7* que conseguia gravar um áudio e imagem excelente, mas por outro lado tínhamos colegas que, infelizmente, por questões financeiras, não tinha um celular que gravasse bem. Depois de um tempo, tivemos que abrir mão do programa pela falta de estrutura tecnológica naquele momento.

A nossa dificuldade financeira é um dos nossos maiores entraves, inclusive para crescer mais. Hoje já temos 330 mil seguidores (*Instagram*)... Mas não

converte em valores para o jornal. O público das redes sociais é um público que vai ler o que está ali publicado e acabou. Em muitos dos casos, não se converte nem em acesso ao *site*.

O que dá renda para o jornal são as matérias pagas. Um exemplo, foi a parceria com a Magazine Luiza, sendo a primeira marca multinacional que nós fechamos.

Em razão da dificuldade que expliquei acima, a nossa equipe hoje conta com apenas 11 colaboradores de sete Estados: Rio Grande do Sul, Paraná, Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia e Pernambuco. Apesar de não existir uma remuneração salarial, quando existe um trabalho de *freelancer*, nós conversamos com os nossos colaboradores para saber quem está mais precisando dentro do coletivo.

Esperamos que o jornal se torne rentável para que automaticamente uma fatia do bolo seja repassado aos nossos colaboradores durante esse tempo.

**Juan:** O jornal trabalha em torno de um modelo de negócio?

**Igor:** Estamos criando esse plano de negócios. Estávamos muito voltados à publicidade no site, mas realmente precisamos de um plano de negócio. Thais Bernardes, CEO do *Notícia Preta*, está à frente da elaboração.

**Juan:** O *Notícia Preta* é ligado a algum movimento social ou coletivo?

**Igor:** Nós somos um coletivo de jornalistas negros.

**Juan:** Como é feita a divisão de trabalho dentro da redação?

**Igor:** Trabalhamos com uma hierarquia dentro da redação, justamente para ter uma divisão de tarefas. A Thais Bernardes como editora chefe do jornal. Eu como chefe de reportagem e editor do site e dois coordenadores - um do Rio e outro de Pernambuco. A hierarquia, na verdade, é apenas para organização do jornal.

Por exemplo, quando a Thais está viajando, eu respondo pelo *Notícia Preta* por estar mais próxima da rotina produtiva do jornal. A hierarquização que eu digo, é na verdade apenas para organização.

**Juan:** Como você descobriu o *Notícia Preta*? Você entrou como repórter?

**Igor:** Eu não conhecia a Thais, mas conhecia uma amiga em comum que já escrevia no *Notícia Preta*. Essa amiga me convidou para participar do *Notícia Preta*, pois sabia que eu participava de alguns movimentos aqui em Belo Horizonte. Enviei meu currículo para a Thais que me pediu para fazer uma matéria para me avaliar, isso no final de 2018.

Eu entrei no quadro do *Notícia Preta* e quando eu entrei o jornal começou a crescer muito. Em meados de 2019, eu já tinha uma certa experiência dentro do jornal, inclusive na área política. Desde 2011 eu trabalho no meio da política sendo assessor de imprensa de um parlamentar. Talvez essa experiência que eu tive ao longo dos anos fez com que eu “ganhasse” o cargo de editor.

Essa oportunidade surgiu, também, por um outro fator. A Thais era responsável pela publicação das matérias no site, mas com o crescimento do jornal surgiram novas demandas para ela. Nesse tempo, comecei a ter liberdade de subir as matérias e ganhei espaço para ser chefe de reportagem.

Durante a pandemia, o acesso foi muito maior, principalmente quando ocorreu o assassinato de Jorge Floyd e o assassinato de Bento Freitas. Tivemos uma ascensão gigantesca nesse período.

**Juan:** Qual é o canal que os usuários utilizam para acessar o *Notícia Preta* atualmente?

**Igor:** Os nossos maiores acessos são os motores de busca do *Google*. Em segundo nós temos o *Facebook*, o *Twitter* e, por último, o *Instagram*. A taxa de conversão do *Instagram* para o site não é feita automaticamente, isso impacta até no nosso poder de negociação quando envolve a rede social.