



CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE FORMAÇÃO, TREINAMENTO E APERFEIÇOAMENTO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM PODER LEGISLATIVO

Sâmia Bechelane Cordeiro de Melo

**O JORNALISMO INDEPENDENTE ADENTRA O PARLAMENTO: Uma etnografia
sobre o trabalho de Alma Preta e AzMina junto ao Congresso Nacional**

Brasília

2023

Sâmia Bechelane Cordeiro de Melo

**O JORNALISMO INDEPENDENTE ADENTRA O PARLAMENTO: Uma etnografia
sobre o trabalho de Alma Preta e AzMina junto ao Congresso Nacional**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre no Curso de Mestrado Profissional do Programa de Pós-Graduação do Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento da Câmara dos Deputados/Cefor.

Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Brum Bernardes

Área de Concentração: Política Institucional do Poder Legislativo

Brasília

2023

Autorização

Autorizo a divulgação do texto completo no sítio da Câmara dos Deputados e a reprodução total ou parcial, exclusivamente, para fins acadêmicos e científicos.



Assinatura:

Data: 24 / 07 / 2023

Melo, Sâmia Bechelane Cordeiro de.

O jornalismo independente adentra o parlamento [manuscrito] : uma etnografia sobre o trabalho de Alma Preta e AzMina junto ao Congresso Nacional / Sâmia Bechelane Cordeiro de Melo. -- 2023.

156 f.

Orientadora: Cristiane Brum Bernardes.

Impresso por computador.

Dissertação (mestrado profissional) -- Câmara dos Deputados, Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor), 2023.

1. Brasil. Congresso Nacional. 2. Alma Preta (Mídia eletrônica). 3. AzMina (Revista). 4. Mulher no jornalismo, Brasil. 5. Feminismo, aspectos políticos, Brasil. 6. Etnografia, Brasil, estudo de caso. 7. Negros na imprensa, Brasil. 8. Ativismo político, Brasil. I. Título.

CDU 39:070(81)

Bibliotecária: Fabyola Lima Madeira – CRB1: 2109



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento
Programa de Pós-Graduação
Mestrado Profissional em Poder Legislativo

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título do trabalho de conclusão: O Jornalismo Independente adentra o Parlamento: Uma etnografia sobre o trabalho de Alma Preta e AzMina junto ao Congresso Nacional

Autora: **Sâmia Bechelane Cordeiro de Melo**

Área de concentração: Poder Legislativo

Linha de pesquisa: Política Institucional do Poder Legislativo

Trabalho de conclusão de curso submetido à Comissão Examinadora designada pela Coordenação do Programa de Pós-graduação do Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento da Câmara dos Deputados como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre** em Poder Legislativo.

Trabalho aprovado em 23 de junho de 2023.

Prof.^a. Dr.^a. Cristiane Brum Bernardes
Programa de Pós-Graduação/Câmara dos Deputados

Prof.^a. Dr.^a. Malena Rehbein Rodrigues Sathler
Programa de Pós-Graduação/Câmara dos Deputados

Documento assinado digitalmente
gov.br RAYZA SARMENTO DE SOUSA
Data: 27/06/2023 19:52:55-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a. Dr.^a. Rayza Sarmento de Sousa
Universidade Federal do Pará

Para Alma Preta, AzMina e o mandato federal de Áurea Carolina (2019-2022), pela ousadia de irem além.

Agradecimentos

Muitas pessoas e instituições contribuíram para a realização deste trabalho. Cito aqui aquelas cujo apoio foi imprescindível. Áurea Carolina, seu mandato parlamentar e o desejo por uma outra política possível: sem isso, esta pesquisa sequer teria sido cogitada. Alma Preta e AzMina, pelo entusiasmo com a proposta e pela generosidade das interações. Demais entrevistadas e entrevistados, por cederem seu tempo e reflexões de forma tão generosa. Cefor, pela oportunidade e acolhida; Cris, por ter sido a orientadora mais parceira que eu poderia ter: inteligente, perspicaz e amorosa. Meus pais, Jub, Carmen, Isaac e demais familiares, por sempre acreditarem em mim e em minhas apostas; minha mãe, em especial, eu agradeço a oportunidade da educação, que tanto fez e faz por mim. Beto e Bela, obrigada pelo aconchego doméstico e pela imensidão do amor cotidiano, meus maiores suportes. Amigas e amigos: sou muito grata pela torcida e pela paciência para meus retiros acadêmicos. A todas as formas divinas e ao milagre do existir, agradeço por estar aqui.

RESUMO

Este trabalho é um estudo de caso etnográfico que busca explorar, descrever, analisar e interpretar o relacionamento entre duas iniciativas de jornalismo independente no Brasil, Alma Preta e AzMina, e o Congresso Nacional. O foco recai sobre dois movimentos principais: o poder de agenda desses veículos sobre o Parlamento e os efeitos de *advocacy* que geram ao “adentrar” a Casa. Buscando apreender a complexidade dessas relações e o cotidiano desses processos, a pesquisa aporta, assim, para a etnografia dos Parlamentos, um campo em consolidação na Ciência Política. No percurso da etnografia, foram realizadas (i) pesquisa bibliográfica em campos como representação democrática, comunicação política, *agenda-setting*, *advocacy* e *lobby*; (ii) análise documental de produções jornalísticas dos dois veículos; e (iii) entrevistas semi-estruturadas. Ao longo de toda a pesquisa, também se recorreu à observação participante, conjugada com a redação de um diário de bordo. Como resultado, percebeu-se que os nativos digitais Alma Preta e AzMina atualizam o histórico das imprensas negra e feminista no Brasil, atuando, também, como representantes autoautorizados em relação a temas de raça e gênero. Isso favorece, portanto, a aproximação e a afinidade com mandatos que tenham igualmente uma perspectiva feminista antirracista. Além disso, nuances ativistas são características fundantes desse jornalismo independente em sua relação com o Parlamento, conferindo-lhe autonomia, diferencial e robustez. Assim, ao mesmo tempo que Alma Preta e AzMina reafirmam sua identidade com o campo jornalístico, recusam os rótulos da isenção, da neutralidade e da imparcialidade, explicitando compromisso com o foco em raça e gênero. Com isso, contribuem para tensionar, renovar e ampliar as bordas do jornalismo canônico.

Palavras-Chave: [Poder Legislativo. Jornalismo independente. Alma Preta. AzMina. *Advocacy*. *Agenda-setting*]

ABSTRACT

This paper consists of an ethnographic case study that aims to explore, describe, analyze and interpret the relationship between two independent journalism outlets in Brazil, namely Alma Preta and AzMina, and the National Congress. The focus lies on two aspects: the agenda-setting ability of those media outlets over the Parliament and the advocacy effects they generate when "entering" Congress. By seeking to apprehend the complexity of those relations and the day-to-day underlying processes, this paper contributes to the research agenda on the ethnography of parliaments, a developing field within Political Science. The research method encompasses bibliographical research on topics such as democratic representation, political communication, agenda-setting, advocacy and lobbying; documentary analysis of some journalistic works by those two outlets; and semi-structured interviews. Throughout the research, we also used participant observation, combined with the writing of field notes. We noticed that the so-called digital natives Alma Preta and AzMina refresh the history of black and feminist press in Brazil, also acting as self-authorized representatives of race and gender issues. It also strengthens their ties with like-minded parliamentary mandates, which also act under anti-racist and feminist agendas. Moreover, it is argued that activist traits are foundational characteristics of this independent journalism when it comes to its relationship with Parliament, boosting its autonomy, differential, and robustness. Thus, at the same time that Alma Preta and AzMina reaffirm their journalistic identity, they refuse the labels of exemption, neutrality, and impartiality by making explicit their commitment to race and gender perspectives. In this sense, they contribute to straining, renewing, and expanding the borders of traditional journalism.

Keywords: [Legislative Power. Independent journalism. Alma Preta. AzMina. *Agenda-setting. Advocacy*]

LISTA DE SIGLAS E/OU ABREVIATURAS

ACF	<i>Advocacy Coalition Framework</i>
ADPF	Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental
CEFOP	Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento da Câmara dos Deputados
CFEMEA	Centro Feminista de Estudos e Assessoria
FNDC-MG	Comitê Mineiro do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação
DF	Distrito Federal
DIAP	Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar
EUA	Estados Unidos da América
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MAPA	Ministério da Agricultura e Pecuária
MNU	Movimento Negro Unificado
MPF	Ministério Público Federal
OEA	Organização dos Estados Americanos
ONU	Organização das Nações Unidas
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PL	Partido Liberal
PL	Projeto de Lei
PDF	<i>Portable Document Format</i>
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores
RIC	Requerimento de Informação

SUS	Sistema Único de Saúde
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
UnB	Universidade de Brasília
USP	Universidade de São Paulo
SAC	Serviço de Atendimento ao Consumidor

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	NOTAS DE UMA METODOLOGIA ETNOGRÁFICA.....	17
1.1.1	Um estudo de caso etnográfico.....	18
1.2	TÉCNICAS DE PESQUISA	21
2	JORNALISMO INDEPENDENTE E CONGRESSO NACIONAL: ALGUMAS APROXIMAÇÕES	26
2.1	INDEPENDÊNCIA EDITORIAL E FINANCEIRA	34
2.2	A LIDA COM O CONGRESSO	41
2.3	TECNOLOGIA E JORNALISMO DE DADOS.....	48
3	NOVOS CAMINHOS DA IMPRENSA NEGRA E FEMINISTA	55
3.1	REPRESENTANTES AUTOAUTORIZADOS	69
3.2	A GIRA DOS ENCONTROS.....	75
4	AGENDA-SETTING NO PARLAMENTO	81
4.2	SENDO AGENDADOS	94
4.3	TEMAS E PROBLEMAS	99
4.4	NOVOS CONTORNOS DA <i>AGENDA-SETTING</i>	105
5	FRONTEIRAS ENTRE JORNALISMO E ATIVISMO	109
5.1	MAIS QUE VEÍCULOS, MAIS QUE FONTES.....	118
5.2	ESPERANÇA ATIVA.....	123
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	134
	REFERÊNCIAS	143
	APÊNDICES	155
	APÊNDICE A	155
	ROTEIRO PARA JORNALISTAS	155

1 INTRODUÇÃO

Neste trabalho, de caráter etnográfico, busco explorar, descrever, analisar e interpretar o relacionamento entre duas iniciativas de jornalismo independente no Brasil, Alma Preta e AzMina, e o Congresso Nacional. O foco está em dois movimentos principais: o poder de agenda desses veículos sobre a Casa e os efeitos de *advocacy* que geram ao “adentrar” o Congresso. Buscando apreender a complexidade dessas relações e o cotidiano desses processos, a pesquisa aporta, assim, para a etnografia dos Parlamentos, um campo em consolidação na Ciência Política. Parto da premissa de que cada pesquisa sobre o Parlamento é distinta, e que o estudo da mesma casa legislativa poderá conter variações a depender de quem o conduz (CREWE, 2018). No caso deste trabalho, minha experiência como assessora legislativa e minha trajetória pregressa influenciaram diretamente a escolha do objeto e de seu percurso investigativo, como veremos a seguir.

Esta pesquisa nasceu de uma inquietação ligada às relações entre Poder Legislativo e práticas jornalísticas, tendo minhas vivências como ponto de partida. Comunicadora de formação e de carreira, ingressei como assessora de comunicação na Casa em 2019 e, desde o início, passei a observar um contraste interessante. Por um lado, notava o quanto o Parlamento brasileiro, especialmente a Câmara dos Deputados, é de fato um espaço potente para a feitura do jornalismo político, dos bastidores que alimentam “furos” às repercussões que muitas manchetes têm sobre a agenda parlamentar. Grandes e tradicionais organizações jornalísticas fazem parte desse metiê.

Por outro lado, testemunhava veículos de jornalismo independente igualmente debruçados sobre assuntos de interesse nacional. Fazendo isso, porém, em condições bem mais adversas, já que não usufruem, ao menos cotidianamente, de alguns dos “privilégios” de seus pares da imprensa tradicional: filial das redações em Brasília, crachá especial fornecido pela Casa, circulação nos comitês de imprensa da Câmara e do Senado e acesso facilitado a agentes do mundo político, o que, em conjunto, facilita um jogo de interesses entre jornalistas e fontes típico da construção noticiosa (GONÇALVES, 2014).

Atuando como assessora de comunicação da deputada federal Áurea Carolina (PSOL/MG) entre os anos de 2019 e 2022, vivenciei, portanto, o relacionamento do mandato com veículos jornalísticos tradicionais e independentes. No caso destes, em especial, éramos regularmente acionadas para pedidos de entrevista com a parlamentar (o mais usual); para indicação de outras fontes; para solicitação de informações; e para conversas sobre possíveis

enquadramentos e narrativas para as produções jornalísticas. Também já foram solicitados *feedbacks* sobre estratégias comunicativas adotadas pelos veículos e participação em reuniões com os mesmos.

O relacionamento com Alma Preta e AzMina, em especial, chamava-me muito a atenção. Alguns integrantes desses veículos são também ativistas reconhecidos em suas áreas e já conheciam assessores legislativos devido a experiências profissionais e ativistas progressas. A meu ver, isso se somava a uma rede de relações mais complexa e multifacetada, que extrapolava o escopo de uma assessoria de imprensa tradicional. Parecia-me que, em determinados momentos, o comportamento desses veículos se assemelhava a práticas de *advocacy* nas quais se especializaram muitos grupos, coletivos e organizações sociais. Decidi, então, transformar essas percepções dispersas em um projeto de pesquisa e submetê-lo ao processo seletivo do Mestrado Profissional em Poder Legislativo do Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento da Câmara dos Deputados (Cefor), de modo a aprofundar e sofisticar essas reflexões.

Isso porque, na literatura especializada, parece haver um consenso sobre a necessidade de mais estudos acadêmicos relativos ao *advocacy* no Brasil, que, em linhas gerais, pode ser compreendido como um conjunto de atividades estrategicamente coordenadas para promover os interesses de uma causa junto a atores públicos e privados (SILVA, 2017). Há, inclusive, uma aproximação teórica e prática com o *lobbying*, “a defesa de interesses junto a quem pode tomar uma decisão” (MOOR, 2020, p. 18). Diz-se, também, que o *lobby* está contido no *advocacy*, ou seja, é uma etapa de um processo muito mais abrangente, referindo-se, no geral, a contatos pessoais diretos com lideranças do Legislativo ou do Executivo (SCHERER-WARREN, 2011; SILVA, 2017). O Parlamento, por sua vez, é um *locus* privilegiado tanto para a feitura do jornalismo político, quanto para o *advocacy* sobre causas de interesse. No entanto, abordagens tradicionais no estudo das casas legislativas, com base em *surveys* e afins, são talvez insuficientes para revelar aspectos menos conhecidos do Parlamento, em contraste com as possibilidades do método etnográfico (CREWE, 2018).

Além disso, embora os estudos legislativos tenham se revelado uma área profícua no campo da Ciência Política, carecem de mais investigações ligadas à atuação dos chamados grupos de interesse (SANTOS, 2014), que promovem causas junto a tomadores de decisão. Particularmente, não tive acesso a pesquisas que tenham se debruçado especificamente sobre a relação entre veículos independentes, como Alma Preta e AzMina, e o Parlamento nacional. Como

veremos ao longo do trabalho, ambos têm, à sua maneira, adentrado o Congresso Nacional por meio do jornalismo, atuando como grupos de interesse e contribuindo para a formação da agenda política. Nesse sentido, a pesquisa busca avançar também na integração dos três subcampos ligados ao *agenda-setting* (*media*, *public* e *policy agenda-setting*, respectivamente), necessidade já apontada por autores e autoras na área (BRASIL; JONES, 2020; CALMON; COSTA, 2007; CAPELARI *et al.*, 2015; CAPELLA; BRASIL, 2018; LYCARIÃO; SAMPAIO, 2016; SILVA, 2017). A seguir, apresento o percurso desta etnografia.

No capítulo 2, faço um panorama do jornalismo independente de Alma Preta e AzMina no âmbito das transformações engendradas pelas tecnologias digitais, em meio à chamada quarta era da comunicação política. Marcado por sistemas de mídia híbridos e esferas públicas disruptivas, o momento é desafiador e, ao mesmo tempo, uma janela de oportunidades para a pesquisa em comunicação e política. Ambos os veículos são reflexo também de um aumento de organizações na cena pública, fazendo jornalismo segmentado com foco explícito em raça, no caso do Alma Preta, e em gênero, no caso da Revista AzMina. Nessa diversidade de arranjos do jornalismo independente, analisamos, ainda, como os dois performam três características fundamentais: a independência editorial; a independência financeira, ligada também à sustentabilidade; e a relação estreita com dados e tecnologia. Além disso, discutimos as rotinas de Alma Preta e AzMina para acompanharem o Parlamento de forma sistemática.

No capítulo 3, delineamos um breve histórico da imprensa negra e da imprensa feminista no Brasil, vendo também como Alma Preta e AzMina o “atualizam” a partir de suas experiências. Além disso, observamos que esses veículos agem como representantes autoautorizados, ou seja, autoautorizam-se a representar grupos subalternizados com pouco ou nenhum espaço no sistema político formal, propondo-se a fazer mediações e corrigir tal déficit democrático. Atuam, assim, para além da arena eleitoral, como representantes autoautorizados em relação às pautas de raça e gênero, e fazem isso por meio, sobretudo, de uma produção jornalística especializada e segmentada. Isso também favorece a aproximação com mandatos que tenham igualmente uma perspectiva feminista antirracista. Nessa teia de relações, confluem trajetórias, ativismos e relacionamentos prévios entre jornalistas e assessores.

O capítulo 4 é dedicado à discussão sobre a *agenda-setting*, que, em linhas gerais, se debruça sobre a relevância que certos temas ou problemas assumem em determinado momento junto ao público e/ou a tomadores de decisão em diferentes níveis. Vemos, a partir de exemplos

concretos, como Alma Preta e AzMina agendam mandatos com os quais possuem aproximação e afinidade temática. A agenda de ambos influencia a fala pública de mandatos e, em alguns casos, transborda para a *policy* agenda, desdobrando-se em ações legislativas. Por outro lado, os mandatos também agendam os veículos não apenas em relação a temas, mas também a enquadramentos e narrativas. Sustentamos que isso vai além de uma assessoria de imprensa convencional, pautando-se pela confiança, admiração e reciprocidade entre jornalistas e assessores.

Por fim, no último capítulo, e à luz de todo o percurso, defendemos que as nuances ativistas no trabalho jornalístico de AzMina e Alma Preta não o desabonam nem colocam em xeque sua credibilidade. Pelo contrário: são características fundantes desse novo tipo de jornalismo em sua relação com o Parlamento, conferindo-lhe autonomia, diferencial e robustez. Ao mesmo tempo que performam parte da “cartilha” jornalística e fazem questão de afirmá-la, Alma Preta e AzMina recusam os rótulos da isenção, da neutralidade e da imparcialidade, explicitando o compromisso com a perspectiva de raça e gênero. Ou seja, reafirmam sua identidade com o campo jornalístico, e simultaneamente, contribuem para tensioná-lo, renová-lo e, com isso, ampliá-lo.

Nesse ponto, fazemos também um paralelo entre esses veículos e o nosso mandato. Vindas de uma confluência entre organizações e movimentos sociais, nós também ingressamos na política institucional para legitimá-la, ao mesmo tempo que atuávamos pela transformação de práticas viciadas e excludentes. Sustentamos que esse é mais um fator que ajuda a explicar a aproximação de Alma Preta e AzMina com o nosso mandato e outros afins, sinalizando uma cooperação entre os campos da política e do jornalismo. Nesse sentido, Alma Preta e AzMina são mais que um veículo jornalístico e, nosso mandato, mais que uma fonte jornalística em sua acepção convencional. Esse jornalismo interessado, produzido em conexão com movimentos sociais e mandatos afins, gera efeitos de *advocacy*. Acreditamos, assim, que essa etnografia oferece elementos para compreender esse novo tipo de aposta informativa, que combina aspectos do jornalismo canônico, do *advocacy* e do *modus operandi* de grupos de interesse da sociedade civil.

1.1 NOTAS DE UMA METODOLOGIA ETNOGRÁFICA

Este é um estudo de caso etnográfico, no bojo de uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório e descritivo. Exploratório porque poderá, de acordo com a definição de Gil (2009), contribuir para o desenvolvimento, a elucidação e a modificação de conceitos, eventualmente refinando problemas e hipóteses para estudos posteriores. Jornalismo independente, *agenda-setting* e *advocacy* são alguns dos temas sob escrutínio. Descritivo, por sua vez, porque busca detalhar as características do fenômeno sob estudo, ou seja, a produção jornalística de Alma Preta e AzMina em suas lógicas, rotinas e formas de sustentabilidade. Para isso, leva em conta a aproximação de ambos com o Parlamento brasileiro, as possíveis formas de agendamento e os efeitos de *advocacy* gerados nesse processo.

Assim, em vez de adotar o *por quê?* como indagação orientadora, típica de pesquisas explicativas que buscam encontrar relações de causalidade entre variáveis, nesta pesquisa priorizamos o *como*. Esse é, aliás, um dos “truques” de pesquisa ensinados por Becker (2007) ao sugerir que pesquisadores compreendam o mundo social e o fenômeno sob investigação como narrativa, uma história típica “que mostra como esse processo tinha de levar a esse resultado” (BECKER, 2007, p. 84). Valorizam-se, então, a descrição e a narração, características próprias de um estudo de caso etnográfico.

O fato de ter sido servidora da Casa por quase quatro anos exerceu um peso relevante na escolha desse método, visto que vivenciei cotidianamente os processos sob estudo e tive contato prévio com prováveis entrevistados e entrevistadas. Em outras palavras, foi possível acessar informações, vislumbrar processos e descrever relações às quais outros pesquisadores dificilmente teriam acesso. Como sublinha Crewe (2018), um desafio metodológico particular ao estudo de políticos é justamente obter tal entrada, afinal, estabelecer confiança normalmente leva tempo. Assim, falo “de dentro”, na condição tríplice de etnógrafa-jornalista-servidora (BERNARDES; NUNEZ, 2021), e busco na descrição minuciosa do campo um amparo fundamental, em um movimento permanente de aproximação e estranhamento que é praxe na etnografia.

Por ser uma pesquisa qualitativa de cunho etnográfico, priorizo a perspectiva dos sujeitos envolvidos com o fenômeno sob investigação, a partir de variados níveis de interpretação. Diferentemente das pesquisas quantitativas, que são no geral mais abrangentes porque se debruçam sobre amostras ou populações, realizo um trabalho mais denso e intensivo, “caracterizado pela

descrição, compreensão e interpretação de fatos e fenômenos” (MARTINS; THEÓPHILO, 2009, p. 61). O foco recai sobre um objeto específico, buscando com isso iluminar o conhecimento sobre processos semelhantes.

Outro elemento que influenciou a escolha do meu objeto de pesquisa foram minhas experiências profissionais em organizações da sociedade civil, especialmente em projetos ligados à comunicação e aos direitos humanos. Parte das atividades consistia, precisamente, em fazer *advocacy* junto a parlamentos e governos, o que naturalmente despertou meu interesse para as formas pelas quais a sociedade civil pode influenciar a agenda política, inclusive por meio do jornalismo. A novidade agora foi, talvez, observar tais contornos estando de um outro lado, sendo parte de um mandato que era alvo dessa influência e que estava, ao mesmo tempo, alinhado às causas e agendas que orientam o trabalho desses grupos. Como veremos, as iniciativas de jornalismo independente sob estudo buscam um diálogo mais próximo com mandatos de orientação progressista, supostamente mais afins às suas pautas e produções.

Ressalte-se que abordo lugares fronteiriços, que não parecem ser apenas jornalismo nem se constituem somente como *advocacy* em uma acepção tradicional, mas bebem em ambos quando se trata de influenciar os rumos do Parlamento. Busquei, e esse é um pressuposto do trabalho etnográfico, desafiar construtos teóricos clássicos, como aqueles ligados ao jornalismo e ao *advocacy / lobby*, e o contato próximo com o campo, possibilitado pela vivência etnográfica, culminou em achados interessantes, como será visto em detalhes nos capítulos temáticos. A seguir, dedicamo-nos a discutir o método etnográfico.

1.1.1 Um estudo de caso etnográfico

O estudo de caso é uma estratégia recomendável quando a pesquisadora tem pouco controle sobre os eventos estudados e quando não é possível separar o objeto de seu contexto. Ao contrário de uma pesquisa experimental, por exemplo, em que se busca reproduzir as condições que levam a dado fenômeno (SÁTYRO; D'ALBUQUERQUE, 2020). Pareceu, portanto, apropriado ao nosso estudo, que se desenvolveu em uma complexa teia de relações e significados que me propus desvelar. Esse é, aliás, um dos motes da etnografia. Como pontua Crewe (2018), alguns aspectos do processo cultural somente podem ser compreendidos se a etnógrafa “rastrea”

como relacionamentos, práticas e ideias se desenvolvem e progridem, sob uma perspectiva sócio-histórica.

Herdada da antropologia, a etnografia é também a ideia-mãe dessa disciplina (PEIRANO, 2014) e seu eixo fundante (POLIVANOV, 2013), denotando um esforço empírico em explorar o campo sob estudo. Cabe ressaltar, porém, que tal empiria se faz em diálogo permanente com construtos teóricos, permitindo, inclusive, a construção de novas teorias: “A própria teoria se aprimora pelo constante confronto com dados novos, com as novas experiências de campo, resultando em uma invariável bricolagem intelectual” (PEIRANO, 2014, p. 381). Como reforça a autora, etnografia não é método - ou pelo menos não o é somente. Ela é também teoria à medida que permite questionar pressupostos e fazer novas perguntas.

No caso desta pesquisa, é etnográfica precisamente pela atitude de estranhamento daquilo que é habitual. O objeto deste estudo tinha ligação direta com minha rotina profissional na Câmara dos Deputados. Assim, em princípio, eu poderia ser considerada participante da comunidade cultural sob estudo, entendendo a etnografia como a descrição densa e interpretativa de determinada cultura, na perspectiva de Geertz (1978). No entanto, propus-me a estudar tal realidade como pesquisadora, o que implicou em um distanciamento, ou, em termos mais caros à antropologia, em um estranhamento dessa rotina. Trata-se, então, nas palavras de Bernardes e Nunez (2021), de uma metainterpretação sobre o fenômeno.

Assim, me empenhei em um exercício caro à atual “geopolítica da etnografia” (CREWE, 2018): transformar culturas, grupos e organizações próximas, ou seja, aquilo que nos é familiar, em algo exótico, em vez de ir buscá-lo em culturas diferentes ou distanciadas. Nesse caso, os ganhos da etnografia estão relacionados à possibilidade de perceber e compreender a identidade híbrida dos sujeitos observados e do próprio pesquisador (BERNARDES; NUNEZ, 2021). Como argumenta Crewe (2018), os relacionamentos com as pessoas que estudamos, ou seja, com nossos informantes, também se tornam parte da pesquisa, desde que a pesquisadora busque o rigor metodológico por meio da reflexividade.

Portanto, o desafio foi, como lembra Peirano (2014), transformar a ação e a experiência vividas na Câmara dos Deputados em texto e matéria escrita, uma vez que, no método etnográfico, tudo pode ser considerado um dado. Para auxiliar nesses registros, produzi um diário de campo, em que tomei notas de vivências cotidianas no ambiente profissional. Também o utilizei para reflexões sistemáticas sobre as outras técnicas de pesquisa. Isso é produzir etnografia e, como

realça Peirano (2014), não há receitas exatas de como fazê-lo. Essa matéria-prima do vivido, pode-se assim dizer, foi analisada à luz da teoria, em um permanente exercício de aproximação-afastamento. Inclusive, por isso decidi discutir de antemão a metodologia desta pesquisa, além de escrever capítulos híbridos, nos quais conjugo empiria e reflexões teóricas.

Em artigo no qual refletem sobre os limites e as potencialidades da etnografia para a pesquisa em jornalismo, com foco nas mídias legislativas da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, Bernardes e Nunez (2021) situam tal metodologia em uma tradição de pesquisa que compreende a cultura profissional e o sentido da atividade jornalística para seus trabalhadores e trabalhadoras. De forma semelhante, busquei produzir conhecimento sobre o Parlamento ao mesmo tempo que fazia parte dele. Se, por um lado, isso me ajudou a construir certa cumplicidade com o objeto de pesquisa, por outro demandou um processo de desnaturalização de certos valores. Nesse sentido, esse etnógrafo ou etnógrafa *insider* acaba, inevitavelmente, por refletir sobre seu papel político¹.

Este é, portanto, um estudo de caso interpretativo, amparado pela perspectiva etnográfica e pelas técnicas da observação participante, da feitura de um diário de campo e das entrevistas em profundidade, além de uma pesquisa documental concentrada, especialmente, nas *newsletters* enviadas pela Revista AzMina entre os anos de 2020 e 2022. Sobre isso, cabe dizer que o momento de início ou término de uma pesquisa etnográfica é sempre difícil de precisar, tratando-se muito mais de uma convenção: “A pesquisa de campo não tem momento para começar nem acabar” (PEIRANO, 2014, p. 379). Nesse sentido, convencionei para início desses relatos o meu ingresso na Câmara como servidora, em fevereiro de 2019, quando começaram as inquietações que deram origem ao objeto de pesquisa.

Cabe ressaltar que, mesmo quando esta pesquisa lança mão de incursões em ambiente digital, isso não desabona nem diminui sua perspectiva etnográfica. Afinal, há produção de sentidos e significados mesmo que mediados por espaços digitais e on-line (POLIVANOV, 2013), e eles se mostram igualmente passíveis de ser apreendidos. De fato, como reforçam Sátyro e D’Albuquerque (2020), uma grande vantagem do estudo de caso é a intensidade e a densidade que permitem à

¹ Araújo e Silva (2013), por exemplo, ao discutirem sobre os *agenda-holders* no Parlamento brasileiro, evidenciam a relevância assumida pelo fato de serem *insiders*. O mapeamento detalhado que fazem de relações, processos e trajetórias de alguns dos chamados titulares de agenda da Casa é o que lhes permite, inclusive, desafiar premissas clássicas do neoinstitucionalismo, e isso só parece possível, em boa medida, porque ambos são consultores legislativos da Casa. Como tal, vivenciam cotidianamente o processo legislativo e suas idiossincrasias.

pesquisa sobre determinado objeto, podendo assumir diferentes desenhos, ter uma ou várias unidades de análise e ser associado a técnicas quali ou quanti para a coleta de dados. Essa estratégia de pesquisa nos possibilita confiar na força do exemplo (FLYVBJERG, 2006) e “se tornará exemplar ao revelar análises em profundidade, não em extensão” (MARTINS; THEÓPHILO, 2009, p. 63).

Assim, o caso sob estudo é o trabalho das iniciativas de jornalismo independente Alma Preta e Revista AzMina e a sua relação com o Parlamento Nacional. Para a escolha dessas organizações, utilizei dois critérios. Um deles é que essas agências não são o “braço” de comunicação de organizações dedicadas ao *advocacy*; em vez disso, elas estão, em si mesmas, produzindo conteúdo jornalístico nichado e, fazendo isso, potencialmente pautam o debate político parlamentar e a agenda decisória da Casa. O outro critério foi a evidente segmentação temática de Alma Preta e AzMina e, por consequência, o foco em públicos prioritários para o consumo dos conteúdos produzidos. Como veremos, isso vai ao encontro de uma tendência verificada em meio à própria digitalização do jornalismo e à emergência do *big data*. Também se aproxima do *modus operandi* das próprias práticas de *advocacy*, que costumam enquadrar temáticas específicas.

1.2 TÉCNICAS DE PESQUISA

É importante reforçar que, no método etnográfico, diferentes instrumentos de pesquisa são bem-vindos. As técnicas utilizadas não são estabelecidas *a priori* nem existe um percurso investigativo típico a se seguir. Ou seja, as ferramentas vêm a serviço da própria etnografia, e preponderam os significados atribuídos pelas pessoas entrevistadas e pela própria pesquisadora:

Fazer uma etnografia não requer técnicas particulares de pesquisa; em vez disso, é um processo de ‘trabalho de campo’, ou seja, um engajamento prolongado com um grupo específico de pessoas para compreender como elas agem, pensam, falam e se relacionam umas com as outras, e então escrever sobre isso² (CREWE, 2018, p. 16, tradução nossa).

² “Undertaking an ethnography does not require particular research techniques but is rather a process of ‘fieldwork’, that is, prolonged engagement with a specific group of people to find out how they act, think, talk and relate with and to each other, and then writing about them”

Em relação às técnicas para coleta de informações, dados e evidências, realizei uma pesquisa bibliográfica em fontes secundárias, ou, nas palavras de Umberto Eco (2003), na literatura crítica relativa ao tema de estudo, baseada em livros e artigos científicos. Priorizei os seguintes campos: comunicação política, teorias do jornalismo e jornalismo independente; *advocacy* e *lobby*; *agenda-setting* em suas vertentes do *media agenda*, *public agenda* e *policy agenda*; representação democrática e participação. Também lancei mão de uma pesquisa documental, com a análise de fontes primárias. No caso desta investigação, os principais documentos consultados foram as próprias produções jornalísticas de Alma Preta e AzMina. Foram considerados materiais como textos, imagens e vídeos em suporte digital, sobretudo nos respectivos sites e redes sociais.

Boa parte dessas produções jornalísticas veio para o texto quando citadas nominalmente ou a partir do próprio fluxo narrativo desta etnografia. Não houve, portanto, um *corpus* determinado de antemão. Quando necessário, também recorri a proposições legislativas - requerimentos de informação, projetos de decreto legislativo, projetos de lei - sobre temas específicos surgidos durante a pesquisa. Há, porém, uma exceção: as *newsletters* da Revista AzMina. Foram considerados todos os informativos enviados entre o dia 17 de julho de 2020, quando comecei a recebê-los, e o dia 23 de dezembro de 2022, o último do ano, totalizando 239 boletins. Uma vez que eles não estão disponíveis no site do veículo, reuni aqueles que chegaram ao meu e-mail.

De modo a garantir uma mirada mais imersiva e em perspectiva, reservei um período da pesquisa às seguintes tarefas: conversão dos 239 e-mails em arquivos .PDF; *skimming*³ de todos os conteúdos; organização, em planilha, dos documentos por ano, data de envio e título, indicando também se a remetente do e-mail era AzMina ou o projeto Elas no Congresso; geração de nuvem lexical a partir dos títulos. Em seguida, li na íntegra todos os 69 arquivos que tinham relação explícita com o Parlamento, sobretudo os boletins específicos do projeto mencionado. Separei os trechos relacionados a cada um dos meus eixos de análise, que deram origem aos quatro capítulos temáticos desta etnografia. Fazendo isso, percebi que todos os temas abordados ali eram de alguma forma familiares, seja por interesse pessoal, seja por vivências ligadas ao nosso mandato, sempre em diálogo com movimentos de mulheres e suas agendas.

³ Observação de um texto para detectar seu assunto geral, sem atenção aos detalhes.

Cabe aqui justificar a opção por analisar essas *newsletters*. Em primeiro lugar, eu as recebo em meu e-mail regularmente há alguns anos, e sempre me chamou a atenção a variedade de temas ligados ao Parlamento, mesmo naquelas não vinculadas ao projeto Elas no Congresso. Segundo porque, como mencionou uma das entrevistadas desta pesquisa, a produção da *newsletter* era uma etapa essencial daquele projeto, materializando o monitoramento do veículo sobre o Poder Legislativo. Terceiro porque, apesar das tentativas, não foi possível entrevistar outra jornalista da AzMina, diferentemente do que aconteceu com o Alma Preta. Em quarto lugar, tive a oportunidade de participar de uma extensa reunião com esse veículo, que também foi gravada e serviu como insumo para a pesquisa. A análise dos informativos, portanto, ajudou a equilibrar tais diferenças, que são também um reflexo da relação distinta que nosso mandato tinha, naturalmente, com cada um dos veículos.

Além das pesquisas bibliográfica e documental, recorri a entrevistas parcialmente estruturadas, de temas particularizados e questões abertas roteirizadas previamente, com liberdade para a eventual retirada ou acréscimo de perguntas improvisadas (LAVALLE; DIONI, 1999). Elas foram o ponto nevrálgico da pesquisa, permitindo-me “conversar” com a respectiva literatura, com os documentos mencionados e com as minhas próprias impressões como etnógrafa. Optei por não delimitar de antemão a quantidade de pessoas a entrevistar, tendo em vista que esse número dependeria das condições da pesquisa e das disponibilidades comunicadas. A escolha de assessorias de comunicação, e não das próprias parlamentares, aconteceu por uma sabida dificuldade de agenda e pelo fato de, no geral, tais assessoras acompanharem intensamente a rotina legislativa, o que as qualifica como respondentes.

Realizei cinco entrevistas, sendo duas parceladas em dois momentos devido à disponibilidade das pessoas entrevistadas. A conversa mais curta durou 1 hora e 13 minutos; a mais longa, 2 horas e 33 minutos. Entrevistei uma jornalista da Revista AzMina; uma jornalista e um jornalista do Alma Preta; e duas assessoras da Câmara dos Deputados. Utilizei dois tipos de roteiro, em anexo nesta pesquisa: um para os profissionais dos veículos, outro para as assessoras de comunicação. Para estruturá-los, amparei-me na revisão bibliográfica, na pesquisa documental e, sobretudo, nas conversas com a orientadora desta pesquisa. Optei pela anonimização das conversas, autorizadas por meio de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, e as transcrevi integralmente para posterior análise.

Há que se mencionar algumas descontinuidades no trabalho de campo, devido à minha saída da Câmara dos Deputados e a outras dificuldades de ordem pessoal, além das eleições de 2022, que afetaram a rotina de jornalistas e assessores. Isso me levou a reflexões sobre o percurso da minha pesquisa e sobre meu próprio envolvimento com o objeto, buscando entender os porquês de uma recusa, de um desacerto ou mesmo de um silêncio, como aconselha Valladares (2007). De toda forma, as entrevistas foram em si muito densas e permitiram explorar aspectos variados do problema de pesquisa e das reflexões registradas em meu diário de bordo. Como argumenta Crewe (2018), ir fundo em uma etnografia demanda um misto de observação, participação e conversa com diferentes pessoas sobre suas impressões.

Outro subsídio fundamental desta etnografia foi uma reunião pedida pelo Alma Preta ao nosso mandato, que irei explorar com detalhes nos capítulos 3 e 4. Tanto o pedido quanto o encontro, que aconteceu em março de 2022, revelaram-se totalmente apropriados ao meu problema de pesquisa. Além de participar como servidora, estive ali na condição de etnógrafa e jornalista, como visto em Bernardes e Nunez (2021). Foi quando, aliás, compartilhei com os presentes que cursava um mestrado no Cefor e que, provavelmente, o Alma Preta seria um dos objetos de minha pesquisa, ao lado da AzMina. Pedi autorização para gravar e utilizei os insumos nesta pesquisa. Este foi um dos pontos altos do longo processo de observação participante, que demanda saber ouvir, escutar, ver e fazer uso de todos os sentidos (VALLADARES, 2007).

A técnica, aliás, estruturou a etnografia: “A observação participante é utilizada em estudos ditos exploratórios, descritivos, etnográficos ou, ainda, estudos que visam a generalização de teorias interpretativas” (MÓNICO *et al.*, 2017, p. 725), remontando, segundo os autores, à própria antropologia cultural. Citando Spradley (1980), os autores descrevem seis características que distinguem um observador participante de um mero observador, as quais, de fato, foram presentes ao longo deste estudo. São elas: a) duplo propósito, ou seja, empenhar-se nas atividades próprias da situação e, sobretudo, observar também as pessoas, os processos e os aspectos físicos envolvidos; b) atenção explícita, buscando observar aquilo que passaria despercebido em contextos alheios a uma pesquisa científica; c) lente de ângulo aberto, desenvolvendo um alto senso de consciência e um espectro mais alargado de observação; d) experiência de *insider* e *outsider*, ou seja, ser ao mesmo tempo espectador e ator de determinada situação; e) introspecção, para compreender novas situações, ganhar competências e seguir regras culturais; f) anotações, seja de dados objetivos, seja de sentimentos subjetivos, imediatamente ou tempos após deixar a situação.

Para as anotações, em especial, fiz uso de um diário de campo (*field notes*), ferramenta de apoio ao processo de observação participante. Busquei adotar uma rotina sistemática, com autodisciplina (VALLADARES, 2007), mesmo que não tomasse notas todos os dias. No geral, eu anotava em caso de situações que tinham a ver diretamente com algum dos veículos ou que me levavam a refletir sobre os mesmos. Isso porque a observação participante supõe a interação entre pesquisador e pesquisado, e muitos dos dados e respostas gerados dependerão das relações desenvolvidas (VALLADARES, 2007). Várias notas foram aproveitadas, na íntegra ou em partes, para a escrita desta pesquisa.

De posse do material coletado (secundários, com a pesquisa bibliográfica; e primários, a partir de pesquisa documental, entrevistas, observação participante e diário de bordo), realizei a análise dos dados. Busquei formas de tratá-los, classificá-los e organizá-los por eixos analíticos, sendo que deles derivam os quatro capítulos temáticos, além desta introdução e das considerações finais. Dessa forma, houve um esforço em fazer uma triangulação de fontes de dados e de métodos de pesquisa, buscando garantir a confiabilidade deste estudo de caso etnográfico. “O processo de triangulação garantirá que descobertas em um estudo de caso serão convincentes e acuradas, possibilitando um estilo corroborativo de pesquisa” (MARTINS; THEÓPHILO, 2009, p. 68). O alcance da confiabilidade também acontece, continuam os autores, com o encadeamento das evidências levantadas, demonstrando lógica e sintonia entre os elementos do projeto, da execução e das conclusões de pesquisa.

Convido, portanto, leitoras e leitores a tomar parte neste percurso, que conta com os seguintes capítulos: 2) Jornalismo independente e Congresso Nacional: algumas aproximações; 3) Novos caminhos da imprensa negra e feminista; 4) *Agenda-setting* no Parlamento; 5) Fronteiras entre jornalismo e ativismo. O último capítulo está dedicado às minhas considerações finais, que refletem sobre pontos de partida e de chegada e indicam também novos caminhos investigativos.

2 JORNALISMO INDEPENDENTE E CONGRESSO NACIONAL: ALGUMAS APROXIMAÇÕES

“É uma missão muito bonita essa de ser um veículo de mídia negra, de colocar e ecoar vozes negras, de pôr em pé de igualdade na produção jornalística esse conhecimento, essa visão de mundo, essa realidade do que são as questões de raça no país” (depoimento à pesquisadora, 2022). Em resposta a uma pergunta sobre a missão do Alma Preta Jornalismo, a entrevistada C realçou, de forma assertiva, características que fazem dele um veículo jornalístico como outros. Em vários momentos da nossa conversa, aliás, ela fez questão de escurecer⁴ tal ponto, ao mesmo tempo que destacou o “foco racial” que o diferencia de muitos da seara do jornalismo político que orbita o Congresso Nacional.

Já a entrevistada D, falando em nome da Revista AzMina, contou que todos os projetos da organização - das campanhas às consultorias, das tecnologias ao jornalismo propriamente dito - dedicam-se ao enfrentamento da violência de gênero.

AzMina nasceu justamente de uma insatisfação com o jornalismo *mainstream*, que não cobria, não tinha foco de gênero em absolutamente nada, chamava feminicídio de crime passionai (...), e AzMina nasce para muito claramente ter esse recorte de gênero (depoimento à pesquisadora, 2022).

Sabendo que o Congresso Nacional é um espaço onde diferentes entendimentos sobre gênero convivem (e conflitam), AzMina mantém um projeto específico para monitorar as matérias legislativas que impactam as vidas das mulheres: o Elas no Congresso. Entre outros frutos, a iniciativa tornou-se uma fonte abundante de pautas que subsidiam o jornalismo feito pela organização, formada apenas por profissionais do gênero feminino.

Como se nota, no ambiente midiático que circunda o Parlamento brasileiro cabem diferentes percepções de si mesmo e do trabalho feito junto da casa legislativa mais relevante do país. Vejo Alma Preta e AzMina como parte de uma esfera informativa híbrida, múltipla, ruidosa e por vezes disruptiva, nomeada por Blumler (2016) como a quarta era da comunicação política.

⁴ Utilizado frequentemente por integrantes e aliados do movimento negro, o termo faz um contraponto - semântico e político - ao verbo esclarecer e aos seus derivados. Como uma deferência a tal proposta, usarei essa forma ao longo da etnografia. Afinal, “exercitar palavras traz perspectiva antirracista”, como disse a colunista do Uol Elânia Francisca. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/vivabem/colunas/elania-francisca/2022/05/20/escurecendo-as-coisas.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

Um campo, nas palavras do autor, excepcionalmente rico, complexo e fluido. Este trabalho, em especial, tem como pano de fundo o ecossistema de veículos independentes que focam sua atenção no Congresso Nacional. Trata-se de uma comunicação política feita por esses jornalistas em estreita relação com outros pares da imprensa e com agentes políticos, sejam eles assessores, sejam eles os próprios parlamentares.

Compreender a aposta jornalística de Alma Preta e AzMina junto do Congresso Nacional convida, inicialmente, a um olhar analítico para as outras eras da comunicação política, cujo marco foi a Segunda Guerra Mundial. Por muito tempo uma referência na área, a tipologia clássica de Blumler e Kavanagh (1999) identifica três eras, mas um dos próprios autores reconhece, duas décadas mais tarde, que o advento da comunicação digital demanda a conceitualização de uma quarta. Na primeira fase, dizem os autores, a comunicação política se subordina a instituições e crenças políticas relativamente fortes, ambiente no qual partidos e lideranças tinham um acesso relativamente facilitado aos meios de comunicação - jornais impressos, rádio e, tempos depois, televisão.

E é justamente esse alvorecer da TV, ainda com um número limitado de canais, que comanda a transição para a segunda fase, quando ela se torna o principal meio de comunicação política, exercendo um papel cada vez mais relevante na cobertura de eventos e na resposta a iniciativas de *advocacy*⁵. Já a terceira era, em voga quando a tipologia foi desenvolvida, caracterizou-se pela abundância, pelo alcance e pela celeridade, sobretudo com a chegada da TV a cabo e sua profusão de canais. O aumento da pressão por profissionalização e da competição entre as empresas do ramo, as mudanças na forma de consumir política e, especialmente, a diversificação de suportes, foram as principais marcas desse período.

Essa abundância comunicativa desaguou na quarta era de maneira ainda mais intensa, por meio das mídias convencionais e da internet, em meio à variedade de dispositivos para acessá-las de casa, do trabalho ou mesmo da estrada, sempre ao alcance dos dedos (BLUMLER, 2016). Para o autor, de certa forma isso prejudicaria a provisão de uma comunicação política relativamente mais séria.

⁵ O termo *advocacy* pode designar: “i) um conjunto de habilidades particulares, elencadas numa situação comunicativa; ii) um conjunto de competências técnicas para acesso ao campo político e/ou ao campo midiático, bem como para mobilização de grupos e sujeitos; e iii) um tipo particular de representação” (MAFRA, 2014, p. 183).

A intensificada competição pela atenção do público vai de encontro a isso, da mesma forma que a disponibilidade, na mídia, de muitos outros gêneros imediatamente apelativos - esportes, música, moda, cozinha, novelas e outros dramas populares, *reality shows*, fofocas de celebridades – como se queira nomear. Nessa situação, a comunicação política pode estar sob pressão para valorizar mais o formato apelativo de suas mensagens do que o que se quer efetivamente comunicar⁶ (BLUMLER, 2016, p. 24, tradução nossa).

É nessa atmosfera que se desenvolve, portanto, a quarta era da comunicação política, na qual a difusão e a utilização das facilidades da internet estão em constante expansão. Essa fase é bastante diferente das predecessoras, sendo marcada pela complexidade, multiplicidade e variedade. Aqui, ao mesmo tempo que as pessoas podem se comunicar de forma instantânea com outras por meio de redes sociais e demais aparatos on-line, elas continuam encontrando dificuldade de pautar suas questões no sistema político, exceto, diz Blumler (2016), quando se é um ativista dedicado. Nesse cenário, o autor continua, ainda é nebuloso saber se a comunicação pode ou não estar plenamente a serviço da cidadania efetiva.

A experiência de Alma Preta e AzMina, nativos digitais⁷, sugere que isso é, sim, possível. Abertamente comprometidos com uma perspectiva de raça e gênero - ou com o antirracismo e o feminismo antirracista, para usar termos alinhados aos movimentos sociais -, orgulham-se de fazer um jornalismo engajado, frequentemente em parceria com outros veículos e instituições. *Newsletter* enviada pela AzMina em 30 de novembro de 2020, por exemplo, menciona os esforços conjuntos de 17 organizações de mulheres para produzir e alimentar o *ranking* do Elas no Congresso. “Uma das poucas coisas boas que este ano nos trouxe foi a possibilidade de unir forças com outros veículos e organizações que atuam pelos direitos das mulheres no Brasil”, lê-se no texto, em referência às dificuldades experimentadas no primeiro ano da pandemia do coronavírus.

⁶ “*The intensified competition for audience attention works against it, as does the availability in the media of so many other more immediately appealing genres – sport, music, fashion, cookery, soap opera and other popular drama, reality shows, celebrity antics, easy to take documentaries – you name it. In this situation, political communicators may be under pressure to think more about the presentational appeals of their messages than about what they want to put across substantively.*”

⁷ “Nativos digitais são organizações que possuem como características principais o uso de tecnologias para a produção editorial, circulação e distribuição de conteúdos e que inovam constantemente em seus modelos de negócio” (GOSCH, 2021, p. 36).

Na mesma *newsletter*, é citada também a parceria com Gênero e Número⁸, Énois⁹ e data_labe¹⁰, “para garantir que a cobertura da crise tivesse sempre recorte de gênero, raça e território”¹¹. Ainda, é celebrada uma reportagem produzida com outros veículos independentes - Artigo 19, Gênero e Número, Amazônia Real, Colabora, Eco Nordeste, Marco Zero Conteúdo, Portal Catarinas e Ponte. Sob o título “Uma mulher é morta a cada 9 horas durante a pandemia no Brasil”¹², o texto investiga o aumento do feminicídio no Brasil durante a pandemia da Covid-19. Seja na cobertura das políticas públicas, seja na abordagem das questões cotidianas ligadas a gênero, a atuação em rede parece marcar a produção cotidiana de veículos como AzMina.

Por sua vez, um dos jornalistas do Alma Preta ouvido nesta etnografia ressaltou trabalhos conjuntos com o Huffpost e o Intercept Brasil. Este último, junto da Agência Pública, Ponte Jornalismo e Marco Zero Conteúdo, é sua maior fonte de inspiração entre iniciativas independentes no país: “eu acho que esses quatro me inspiram muito por fazerem jornalismo investigativo enquanto mídias independentes, com levantamento de dados e grandes furos”. Tudo isso conforma, nas palavras de Blumler (2016), uma esfera comunicativa vibrante, com novas oportunidades para intercâmbio e expressão de ideias.

Para Bennet e Pfetsch (2018), essa proliferação de mídias digitais na quarta era da comunicação política levou ao aumento da dispersão e da cacofonia de vozes públicas. No entanto, isso não leva necessariamente ao desconcerto - como visto, ações concertadas entre pares são bastante usuais, o que inclui a própria imprensa comercial. Alma Preta, por exemplo, firmou parceria com a emissora televisiva Band para a exibição de reportagens sobre o universo cultural das periferias do Brasil, sempre às sextas-feiras, no Jornal da Noite. Vi o anúncio em uma de minhas incursões no perfil do veículo no Instagram, e depois o próprio entrevistado B mencionou

⁸ O veículo tem por missão analisar e visibilizar dados que revelam desigualdades para qualificar o debate sobre questões de gênero, raça e direitos. Disponível em: <<https://www.generonumero.media/sobre/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

⁹ Énois trabalha para impulsionar diversidade, representatividade e inclusão no jornalismo brasileiro, por meio do fomento a uma rede latino-americana de jornalistas locais. Disponível em: <<https://enoisconteudo.com.br/sobre-nos/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

¹⁰ O data_labe é um laboratório de dados e narrativas na favela da Maré, no Rio de Janeiro, formado por jovens moradores. Disponível em: <<https://datalabe.org/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

¹¹ Na *newsletter*, um hiperlink sob essa afirmação leva ao resultado de uma busca nas tags “Mulheres e coronavírus”, com dezenas de reportagens produzidas em parceria com tais veículos. Exemplos: SILVA; MARIA; SANTOS (2020) ([O desafio da educação em isolamento social](#)) e SILVA (2020) ([retrato das mães solo na pandemia](#)).

¹² “Uma mulher é morta a cada 9 horas durante a pandemia no Brasil”. *Az Mina*, 8 out. 2020. Disponível em: <<https://azmina.com.br/reportagens/um-virus-e-duas-guerras-uma-mulher-e-morta-a-cada-nove-horas-durante-a-pandemia-no-brasil/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

o fato em sua entrevista. Ele, aliás, é o responsável pelo referido quadro, que conta também com outras referências negras na produção. Além da oportunidade de ecoar vozes negras em uma emissora de alcance nacional, a parceria gera renda e visibilidade para o Alma Preta.

Também ligada à imprensa comercial, uma referência inspiradora para o entrevistado B é Caco Barcelos. O experiente jornalista está à frente do Profissão Repórter, programa de TV que o cofundador do Alma Preta integrou por cerca de um ano. Em um dos nossos encontros presenciais, tive a oportunidade de ouvi-lo um pouco mais a respeito. Depois da reunião mencionada no capítulo 1, fomos almoçar em um restaurante da própria Câmara dos Deputados. Aproveitei, então, para puxar assunto sobre o seu envolvimento com a atração televisiva. Comecei elogiando essa participação e dizendo o quanto eu achava legal a experiência. Pedi também que ele nos contasse como foi fazer jornalismo televisivo ao lado de Caco Barcelos. Além de mim e do entrevistado B, estavam na mesa a entrevistada A, então assessora de comunicação do nosso mandato; a entrevistada C, então correspondente do Alma Preta em Brasília; a assessora legislativa do mandato na capital federal; e o assessor responsável pelas atividades administrativas do gabinete.

O entrevistado B contou a respeito dos bastidores de algumas pautas feitas no programa. Mencionou algo sobre trabalhar no “plim plim”¹³, acrescentando, inclusive, que essa experiência contribuiu para que ele enxergasse a emissora de outras formas. Caco, em especial, passou a ser considerado um profissional “diferenciado”. Tempos depois, durante nossa entrevista de fato para este trabalho, ele reforçaria os elogios ao repórter global: “tenho uma admiração muito grande pelo Caco. Caco é um baita de um jornalista, inquestionável, supercompetente. E um cara incrível; foi, inclusive, brilhante conviver com ele” (depoimento à pesquisadora, 2022). O jornalista também mencionou outras referências e inspirações no âmbito da imprensa convencional, como o time de jornalismo de dados do G1 e o núcleo investigativo do Uol, então coordenado pelo jornalista negro Flávio Costa. Citou ainda as repórteres Juliana del Piva e Lola Ferreira e o repórter Luís Adorno.

Blumler (2016) afirma que o que se presencia agora é uma ecologia política saturada por notícias e informações, na qual mesmo pessoas politicamente indiferentes têm dificuldades de se esquivar desse “bombardeio”. Essa era da comunicação disruptiva também tem características que, embora não sejam o foco principal deste trabalho, impõem um desafio imenso à produção

¹³ Som comum em vinhetas da TV Globo. Embora não seja mais recorrente na programação, foi veiculado por décadas e tornou-se uma “marca registrada” da emissora, sendo muitas vezes utilizado como sinônimo para o canal televisivo. Disponível em: <<https://www.metroworldnews.com.br/estilo-vida/2022/06/15/voce-sabe-de-onde-surgiu-o-plim-plim-da-globo/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

jornalística, como as redes de desinformação, as *fake news* e a sensação de uma realidade paralela potencializada por algoritmos e filtros-bolha. Em que pese a análise acurada, e por vezes pessimista, das diferentes eras da comunicação política em um ambiente de proliferação midiática, há espaço para otimismo. O próprio Blumler (2016) se vale de uma metáfora importante: a já referida abundância comunicativa engendra uma força centrífuga que se manifesta, por exemplo, no aumento de organizações na cena da comunicação política:

(...) algumas delas dotadas de muito traquejo para lidar com a mídia, ou seja, com departamentos profissionalizados de publicidade, e eventualmente capazes de alcançar uma visibilidade e um reconhecimento impressionantes nos noticiários. Entre outros, isso inclui *think tanks*, organizações sociais, numerosos grupos de *advocacy* e outros grupos de pressão e interesse, grupos de protesto focados em uma causa específica, agências internacionais, comissões parlamentares e, sim, acadêmicos com achados relevantes em relação a um problema social. Tais grupos podem ter vantagens em relação a políticos tradicionais (BLUMLER, 2016, p. 26, tradução nossa)¹⁴.

Grupos como AzMina e Alma Preta compõem essa cena de novas organizações que fazem comunicação política. Mas existe um diferencial importante: embora seja possível caracterizá-las como organizações sociais ou mesmo como grupos de interesse, o que será discutido no capítulo 5, elas dedicam-se especialmente à produção jornalística¹⁵. Em vários momentos de nossa conversa, a entrevistada A, que foi assessora de comunicação em um mandato parlamentar, reforçou que as duas iniciativas são veículos de comunicação. Nesse cenário, continuou ela, eventuais atividades de *advocacy* seriam coadjuvantes, uma espécie de consequência da própria produção jornalística, diferentemente, por exemplo, da Mídia Ninja¹⁶, agitadora de redes sociais, ou do Portal Geledés¹⁷, que faz uma curadoria de conteúdos voltados à questão racial. Mídia Ninja

¹⁴ “(...) *some of them armed with media-savvy, that is professionalized publicity departments, and able at times to achieve impressive visibility and recognition in news reports. Among others, these include think tanks, charities, numerous cause and campaigning groups, other interest and pressure groups, single-issue protesters, international agencies, parliamentary committees and, yes, academics with relevant findings on an issue or social problem. Such groups may have advantages over traditional politicians*”.

¹⁵ As referidas conceituações e reflexões serão feitas no capítulo 3.

¹⁶ A Mídia Ninja define-se como “uma rede de comunicação livre que busca novas formas de produção e distribuição de informação a partir da tecnologia e de uma lógica colaborativa de trabalho”. Disponível em: <<https://midianinja.org/quem-somos/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

¹⁷ GELEDÉS Instituto da Mulher Negra define-se como uma “organização da sociedade civil que se posiciona em defesa de mulheres e negros por entender que esses dois segmentos sociais padecem de desvantagens e discriminações no acesso às oportunidades sociais em função do racismo e do sexismo vigentes na sociedade brasileira”. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

ainda foi citada como uma referência de “timing” em *social media* pela entrevistada E, que também é assessora parlamentar, e pelo entrevistado B, do Alma Preta.

Assim, a produção comunicativa de Alma Preta e AzMina convive, e por vezes contrasta, com aquela oferecida por meios de comunicação tradicionais. Em um artigo no qual cartografa ativismos feministas on-line, por exemplo, Sarmiento (2021, p. 27) aponta que essa comunicação é feita por coletivos, que buscam produzir e circular informações a partir de perspectivas feministas: “os feminismos online não operam com uma narrativa oficial que foi se pluralizando; emergem plurais”. Usando como exemplo a própria AzMina e outras similares, a autora destaca que essas narrativas estão relacionadas a demandas de maior visibilidade para temáticas específicas, articulando narrativas biográficas e análise de conjuntura, além de construção e crítica de conhecimento acadêmico.

De fato, e coincidentemente, a própria autora foi ouvida pela equipe da revista na condição de pesquisadora de temas ligados a gênero. Na *newsletter* de 1º de novembro de 2022, Rayza Sarmiento, doutora em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais e professora da Universidade Federal do Pará, ofereceu “um panorama breve dos direitos das mulheres no Brasil a partir de janeiro de 2023”. Esse foi o primeiro informativo do projeto Elas no Congresso enviado após a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva como presidente do Brasil, em outubro de 2022. Também integrante do Comitê de Gênero, Raça e Diversidade da Associação Brasileira de Pesquisadores de Ciência Política, Sarmiento discorreu sobre as expectativas de avanço para os direitos das mulheres, tendo em vista os retrocessos da última gestão presidencial. Ela comentou, também, as urgências e os prováveis desafios que o presidente eleito enfrentará no âmbito do novo Congresso para lidar com pautas de gênero.

Informações e análises como essas acrescentam, nas palavras de Bennet e Pfetsch (2018), novos “portões” para o acesso à informação por parte do público, o que atualiza as clássicas teorias do *gatekeeping*, segundo as quais jornalistas e outros profissionais da notícia atuariam como porteiros, ao filtrar e selecionar as informações que serão veiculadas. Dessa forma, continuam os autores, seria possível falar de um *networked-gatekeeping*, uma vez que fontes e canais de informação se tornaram mais dispersos e conectados em rede. Essa perspectiva acomoda interações dinâmicas entre veículos de comunicação, plataformas de redes sociais, algoritmos e cidadãos ordinários, que fazem a filtragem e a curadoria desses ciclos de informação. No caso em tela, o acesso a reflexões qualificadas está acessível para qualquer usuário: basta ser assinante das

newsletters (gratuitas) enviadas por AzMina e, também, optar por abrir a mensagem que chega ao e-mail.

Como colocam Thorson *et al.* (2020), o conceito de informação política implica não apenas a produção de notícias, podendo ser expandido para outros modos e fontes de conteúdo político, que adquirem valor para a saúde cívica das comunidades. Para além dos profissionais envolvidos com esse trabalho, os algoritmos e suas plataformas se convertem, eles próprios, em poderosos *gatekeepers*, engendrando novas formas de mediação. Além disso, reforçam os autores, organizações jornalísticas convencionais convivem com a produção informativa oriunda de uma variada gama de grupos. E, como visto nas parcerias firmadas por Alma Preta e AzMina, não só convivem, como também cooperam. Nesse novo ecossistema informativo, continuam Thorson *et al.* (2020), a lógica imposta por essas plataformas exerce também uma espécie de governança sobre a produção de conteúdo. Nesse cenário, públicos fragmentados acabam por receber fluxos de informação personalizados. Isso é ainda mais evidente em veículos segmentados como Alma Preta e AzMina, tanto no âmbito de tema, quanto de público.

Alma Preta, por exemplo, parece considerar como públicos mais próximos aqueles que o entrevistado B chama de “assinante”. São os que apoiam o veículo por meio de um financiamento coletivo disponível no site. Outros seriam aqueles que consomem os conteúdos de seu site e suas redes sociais: o veículo tem contas no Instagram, Facebook, Twitter, YouTube e Spotify, produzindo periódica e constantemente para essas plataformas. Em relação ao perfil dessas pessoas, o cofundador do veículo detalha:

A gente tem uma diferença de cidades, então, eu diria que 20% do nosso público é de São Paulo; uns 15% ou 12% do Rio de Janeiro; aí, talvez, uns 8% ou 10% de Salvador; e aí vem Brasília, que eu acho que tem 7% ou 8%. E aí vem outras cidades, outras capitais... Antes de BH certamente tem Recife (...). São essas cinco as nossas principais capitais, onde a gente tem mais acesso (...). É um público de periferia que não mora na região central da cidade, o que a gente acha ótimo. E é um público com ensino superior, então a gente imagina que é aquele menino, aquele moleque que entrou na universidade, que mora na periferia, e que continua lendo Alma Preta. Que talvez tenha conhecido o Alma Preta na universidade (depoimento à pesquisadora, 2022).

Assim, ainda que em um contexto midiático marcado por fragmentação, disrupção e hibridização, a contribuição e a relevância da comunicação produzida por esses novos atores não devem ser desconsideradas. Eles geram informação cívica, na perspectiva de Thorsen *et al.* (2020), com uma agenda de interesses própria e, muitas vezes, direcionada a nichos específicos. À luz dos

estudos ligados à *agenda-setting*, uma premissa deste trabalho é que tal produção comunicativa também é capaz de agendar o debate público e, especialmente, o sistema político. Ao mesmo tempo, é agendado por ele. Essa perspectiva será discutida no capítulo 4, quando serão analisadas influências de Alma Preta e AzMina no trabalho parlamentar.

2.1 INDEPENDÊNCIA EDITORIAL E FINANCEIRA

“Nossa, essa é a pergunta de um milhão de dólares, né?!”, disse e riu a entrevistada D quando eu perguntei o que significava fazer jornalismo independente. Falando em nome da AzMina, ela disse que a noção formulada acerca disso no Brasil tem a ver com a independência financeira de grandes empresas e patrocinadores e de “qualquer interferência editorial”, como explicitado no trecho a seguir:

E aí acho que de fato, nesse sentido, AzMina é um veículo independente. Então a gente não trabalha com publicidade, a gente, de fato, buscou outras fontes de financiamento para fazer jornalismo. E acho que é justamente por isso que a gente se sente mais independente para defender certas posições e certos posicionamentos (...). Mas acho que é, principalmente nesse sentido de [ser] independente editorialmente, sabe? (depoimento à pesquisadora, 2022).

A noção de independência no Alma Preta também se liga ao contraste com o que usualmente se pratica na imprensa comercial. O entrevistado B comentou: “A dimensão de jornalismo independente surge porque tem algum jornalismo que é dependente, e esse jornalismo é aquele das empresas (...) corporativas de comunicação” (depoimento à pesquisadora, 2022). E cujas receitas, continua ele, estão ligadas ao poder público e a grandes negócios. O cofundador do veículo entende que a dita liberdade editorial, muitas vezes, é compreendida em um sentido “talvez meio liberal, do tipo ‘a gente não presta contas a ninguém’” (depoimento à pesquisadora, 2022). Para ele, o compromisso maior da cobertura do veículo é com o movimento social negro, o que, no entanto, não os isenta de abordar contradições e complexidades no âmbito do próprio movimento¹⁸.

¹⁸ A agenda editorial dos dois veículos será mais bem discutida nos capítulos 3 e 4, bem como a relação do Alma Preta com o movimento negro.

De fato, iniciativas de jornalismo independente como o Alma Preta e a AzMina são parte de um fenômeno maior, em que muitos grupos e organizações que habitam a cena da comunicação política escolhem o jornalismo como sua atividade principal. Ou seja, eles têm se especializado em produzir informação jornalística, porém o fazem fora das organizações convencionais de mídia. Com efeito, a produção jornalística independente pode ser compreendida no contexto de crise das corporações noticiosas.

O advento e a escala das novas tecnologias da informação e comunicação, além da hibridização dos sistemas de mídia, levaram a mudanças no formato de produção, circulação e consumo de notícias, bem como à reorganização do modelo de negócios das organizações midiáticas, tradicionalmente ancorado em publicidade e, em menor escala, em assinaturas (AGUIAR e RODRIGUES, 2019; SCHLESINGER, 2015). Outro fator relevante é a crise no próprio ofício, compelindo jornalistas para outros arranjos profissionais e abrindo espaço para iniciativas que, embora pautadas em valores do jornalismo canônico, buscam inovar em aspectos variados da produção midiática.

Vários jornalistas que integram veículos independentes no Brasil, e posso afirmar isso a partir de minha própria vivência profissional, tiveram passagens por veículos da imprensa corporativa. Por diferentes razões, encontraram na imprensa independente um espaço de maior liberdade editorial e autoral. Outros profissionais, saturados pela já mencionada crise no jornalismo corporativo¹⁹, buscam construir novos modelos de negócios. Fato é que esse trânsito de jornalistas acontece com frequência e, ousado dizer, também contribui para que veículos independentes coadunem com princípios atribuídos ao jornalismo canônico, ao mesmo tempo que inovam em formatos, narrativas e abordagens.

A entrevistada D, por exemplo, já havia trabalhado na Folha de S. Paulo e nas revistas Época, Istoé e Exame. Sua chegada à Revista AzMina foi fruto de suas vivências em jornalismo de dados, incluindo um mestrado na área. Também se relaciona ao trabalho final de um curso sobre

¹⁹ Trago aqui o exemplo do jornalista investigativo Rubens Valente, por mais de duas décadas repórter especial da Folha de S. Paulo em Brasília e São Paulo. Foi também colunista do Uol e tem produções premiadas sobre questões indígenas e socioambientais. Recentemente, foi condenado a pagar uma indenização de R\$ 310 mil ao ministro Gilmar Mendes, do STF, após publicar informações sobre o magistrado no livro “Operação Banqueiro”, de 2014. Hoje é colunista na Pública - Agência de Jornalismo Investigativo, um dos veículos de comunicação independente mais conhecidos e respeitados do país.

advocacy, no qual ela propôs uma robózinha²⁰ que monitorava a tramitação de projetos de lei ligados a gênero no Congresso Nacional. A entrevistada C, do Alma Preta, teve passagem em veículos como Metrôpoles, R7 e Congresso em Foco, além de agências do sistema ONU.

O entrevistado B, por sua vez, cofundou o veículo onde trabalha, quando ainda era estudante de jornalismo em uma universidade estadual de São Paulo. Apesar de sua passagem pelo Profissão Repórter, e das parcerias do próprio Alma Preta com a imprensa comercial, sua carreira está majoritariamente ligada ao veículo que ajudou a fundar. Diz ele:

(...) eu sou um jornalista muito mais completo hoje do que eu era três anos atrás. Daqui a alguns anos, vou poder falar que sou um jornalista formado pela imprensa negra, que eu não tive que fazer escola em imprensa corporativa para aprender a fazer jornalismo investigativo. Eu aprendi na marra, sozinho (depoimento à pesquisadora, 2022).

Para além da independência editorial, a independência financeira - e intimamente relacionada à primeira - é outro ponto relevante na discussão sobre jornalismo independente no Brasil (GOSCH, 2021). Como já dito, o modelo de negócios da imprensa corporativa, ancorado sobretudo em publicidade e em assinaturas, está em crise. Alegando readequação de custos, mesmo as grandes corporações estão recorrendo aos chamados *passaralhos*²¹ e operando com redações cada vez mais enxutas. Gerar receita para manter as operações de uma sede (quando é o caso), financiar viagens de apuração e investigação jornalística e, principalmente, custear os trabalhadores: nada disso sai barato. Entre os inúmeros desafios enfrentados pelo jornalismo independente, esse talvez seja o mais proeminente.

Durante a nossa conversa, o entrevistado B trouxe um entendimento muito interessante sobre independência, que converge, inclusive, com as discussões sobre a sustentabilidade do terceiro setor em geral. É que Alma Preta e AzMina são também organizações sociais e, como tais, pessoas jurídicas inseridas nesse universo. O cofundador do Alma Preta me disse que ser independente é “depende um pouquinho de muita gente”, reforçando também ser contra modelos “100% dependentes de uma fundação”. Seu argumento é o de que fundações estão sujeitas a

²⁰ Bots são aplicações de computador autônomas criadas para rodar pela internet realizando tarefas repetitivas e automatizadas, no geral predeterminadas.

²¹ No jornalismo, refere-se às demissões em massa de profissionais. Um dos mais recentes - e comentados - foi o das organizações Globo, que demitiu jornalistas com longo tempo de casa e em diferentes cidades do Brasil.

mudarem sua orientação de financiamento a depender do corpo diretivo e das prioridades territoriais, o que prejudica quem depende exclusivamente delas.

No Alma Preta, ele conta que a tentativa é a de que todas as equipes que compõem o veículo “se paguem”. Ele e a entrevistada C, que também trabalhava no veículo à época da entrevista, mencionaram a equipe de texto (mais ligada à produção de conteúdo jornalístico), a de áudio e vídeo (que cuida da produção do *podcast* Papo Preto e de outras produções audiovisuais) e a de redes sociais (que atua com a distribuição de conteúdo para essas plataformas). Também citaram a área comercial e administrativa do veículo, e aqui me detenho um pouco mais devido à sua relevância para a sustentabilidade financeira da organização.

São dois CNPJs: “um de ONG e um comercial”, segundo o entrevistado B. Ter esse segundo número facilita a manutenção de parcerias que geram receita, incluindo a captação de recursos junto a financiadores. Outras fontes de renda incluem palestras e emendas parlamentares, o que denota a aproximação com agentes do sistema político. Em minha experiência com mandatos, dei-me conta de que o acesso a emendas parlamentares não é tarefa simples, e isso vale tanto para os casos em que há seleção pública para a escolha de projetos (a minoria), quanto para aqueles cujos critérios não são publicizados (a grande maioria). O Alma Preta recorre, ainda, à publicidade, presente também no jornalismo tradicional.

Mas a semelhança acaba por aí, já que, diferentemente dos pares da imprensa corporativa, essa relação parece não limitar tanto a liberdade editorial do grupo. “No meu coração, se eu pudesse, não pegaria publicidade de ninguém. Não queria ter. Mas, se eu não tenho, vou ficar dependendo de fundação. E aí [por isso] a gente tenta fazer uma filtragem de empresas” (depoimento à pesquisadora, 2022). Um caso emblemático de empresas que não passaram no crivo do Alma Preta é o do Carrefour. Segundo o entrevistado, houve muita procura por parte da organização para “colocar propaganda” no veículo, o que foi terminantemente recusado.

Também, pudera. A rede de supermercados ganhou repercussão negativa após vários casos de violência contra pessoas negras por seguranças terceirizados de suas lojas, sendo o mais marcante o que culminou no brutal assassinato de João Alberto Silveira Freitas, em Porto Alegre, no dia 19 de novembro de 2020²². Não é difícil supor que a oferta da empresa para inserir sua

²² Às vésperas do Dia Nacional da Consciência Negra, na mesma cidade em que essa data foi idealizada por um grupo de militantes do movimento negro (Porto Alegre), o aposentado João Alberto Silveira Freitas, homem negro de 40 anos, foi espancado até a morte por um segurança e um policial militar no estacionamento de uma filial do Carrefour. O episódio gerou comoção nacional e provocou uma onda de protestos em todo o país. Em dezembro do mesmo ano,

logomarca no site do Alma Preta seja uma medida de gerenciamento de crise, buscando associar sua imagem à de um veículo que goza de credibilidade e reconhecimento junto ao movimento social negro²³. Por outro lado, uma das empresas que anuncia no site é a Johnson's, com uma linha de itens para cabelos afro chamada “Blackinho Poderoso”.

Já AzMina, segundo a entrevistada D, não faz uso de publicidade, o que indica também a diversidade de arranjos do jornalismo independente no Brasil, principalmente aquele que acompanha o Parlamento. Especialmente sobre o projeto Elas no Congresso, porta de entrada para o monitoramento da Câmara e do Senado, o site aponta como apoiadores o *Equality Fund*, o *Mama Cash* e o *Open Society Foundations*, este último um financiador tradicional de organizações sociais no Brasil e na América Latina. Ela também mencionou consultorias e palestras para empresas como formas de captar recursos.

No relatório de atividades do veículo no ano passado, lê-se que “em 2022, AzMina contou com financiamentos institucionais para investir no desenvolvimento da organização e na equipe” (AZMINA, 2022, p. 48), mencionando justamente as empresas anteriores. Já em relação a palestras, “AzMina entende a importância de levar o diálogo sobre gênero para além da nossa bolha e chegar também a ambientes corporativos por meio de consultorias, palestras e eventos” (AZMINA, 2022, p. 49). Aqui, são mencionadas a Ogilvy Brasil, em São Paulo, onde foi organizada uma conversa sobre violência de gênero para mais de 100 pessoas, e a Agência David, onde se falou sobre “Trabalho, Família, Sucesso e Burnout” no mês da mulher.

Também são mencionadas parcerias com a Cyrela, em um bate-papo sobre sororidade com as profissionais da empresa, e com o Sindilegis, Sindicato dos Servidores do Poder Legislativo Federal e do Tribunal de Contas da União:

Em parceria com o Sindilegis, AzMina lançou o ebook “Como não ser um babaca”, no Dia Internacional da Mulher. O guia traz dicas contra comportamentos machistas no

a Câmara dos Deputados criou, e no mês seguinte instalou, uma comissão de juristas com 20 membros, dedicada ao estudo e aperfeiçoamento das leis de enfrentamento ao racismo estrutural e institucional no Brasil. O relator do colegiado foi o advogado e professor Silvio Almeida, hoje ministro de Estado dos Direitos Humanos e da Cidadania. O Alma Preta cobriu o funcionamento da comissão. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/politica/comissao-leis>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

²³ De fato, o veículo segue fiel a essa decisão editorial. Ainda em março de 2023, publicou a reportagem “Carrefour descumpe promessa e segue com contratos milionários com empresas de segurança privada”, em que anuncia uma série de outros textos investigativos sobre a empresa e os acordos firmados com órgãos públicos responsáveis pelo Termo de Ajustamento de Conduta. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/cotidiano/carrefour-descumpe-promessa-e-segue-com-contratos-milionarios-com-empresas-de-seguranca-privada>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

ambiente de trabalho, e entrou no top 10 da Amazon no dia do lançamento. A publicação também foi distribuída no Congresso Nacional (AZMINA, 2022, p. 49).

Curiosamente, quando voltamos ao trabalho híbrido ao fim da pandemia, cheguei um dia ao gabinete e vi um exemplar daquela publicação sobre a minha mesa. Era março de 2022, mês da mulher, propício a ações de sensibilização sobre machismo e igualdade de gênero. Achei a publicação muito interessante e conectada às minhas reflexões sobre o objeto desta pesquisa. Para além do Elas no Congresso, parecia ser uma forma de o veículo se aproximar do Parlamento e “vender” sua *expertise*. A publicação, aliás, já está em sua segunda edição, sendo destaque em um *banner* na página inicial do portal do Sindilegis. Além da possibilidade de baixar o livreto em vários formatos ou ser redirecionado a um site de compras, também é possível enviá-lo por e-mail, de forma anônima, a qualquer pessoa que precise do acesso ao seu conteúdo.

Outra maneira de financiamento que tem se revelado bastante comum entre iniciativas de jornalismo independente no Brasil, incluindo Alma Preta e AzMina, é o financiamento coletivo. Aliás, a própria parlamentar com quem eu trabalhava era uma colaboradora. Ainda em 2019, ela comentou com a equipe que iria providenciar sua assinatura do Alma Preta, reforçando seu endosso político e institucional ao veículo. Na seção “Apoie” do site, lê-se: “Fortaleça a mídia negra independente! Nossos esforços são para educar, informar, ampliar a voz da comunidade negra e lutar pela justiça social (...). Com menos de 1 real por dia, você apoia a nossa luta antirracista!”. As opções pré-selecionadas são de 20 (que torna o apoiador um “amigo” do jornalismo preto), 60 (um “parceiro”) e 100 reais (um “irmão”), mediante recompensas como reportagens exclusivas e um livro sobre a imprensa negra no Brasil.

O site convoca “as pessoas que acreditam na urgência e na necessidade do nosso trabalho” e menciona que boa parte da renda do Alma Preta vem da arrecadação mensal obtida por meio de campanha de financiamento. Ainda segundo o site, essa campanha ajuda a manter o pagamento da equipe e dos colaboradores, a financiar deslocamentos, a adquirir equipamentos e “a sonhar com projetos maiores para um trabalho cada vez melhor”. Assim o colaborador contribui, finaliza o site, para um jornalismo preto, livre e de qualidade. Este ano eu também passei a fazer parte do grupo de assinantes do veículo.

O site da AzMina também tem uma seção permanente que leva ao financiamento coletivo. Na página inicial, um texto de apoio à convocação diz: “Tudo que AzMina faz é gratuito e acessível para mulheres e meninas que precisam do jornalismo que luta pelos nossos direitos”. Da mesma

forma que no site do Alma Preta, um texto descreve o trabalho da organização “a serviço dos direitos das mulheres”. Especificamente em relação ao acompanhamento da atividade parlamentar, são mencionados o ineditismo e a exclusividade: “o Elas no Congresso faz d’AzMina o único veículo brasileiro especializado em gênero que cobre sistematicamente a legislação e as políticas públicas sobre direitos das mulheres”.

No relatório de 2022, reforça-se a centralidade dessa estratégia para a própria existência do veículo: “AzMina só chegou até aqui porque tivemos muito apoio de nossas leitoras e leitores. As doações de pessoas físicas são centrais à nossa estratégia de sustentabilidade e, claro, à nossa independência jornalística” (AZMINA, 2022, p. 54). São estimados 400 doadores mensais, sendo que quase mil pessoas contribuíram de alguma forma durante o referido ano. No relatório de 2023, eu estarei no grupo de pessoas citadas.

Em praticamente todas as *newsletters* do Elas no Congresso, há um *call to action*²⁴ para contribuir com a campanha de financiamento permanente da AzMina. São no geral textos curtos, personalizados, escritos em primeira pessoa, que chamam a atenção para a importância do trabalho de monitoramento e para a necessidade de financiá-lo. A seguir, um exemplo da edição enviada em 4 de abril de 2022:

É muita coisa em jogo, né? Eu sei. Toda semana me pego pensando em como as vidas das mulheres brasileiras são impactadas com cada decisão do Congresso. Monitorar tudo isso é essencial pra ficar de olho em avanços e retrocessos. Mas dá trabalho, viu? Se você quer apoiar esse e os outros projetos da AzMina, colabore com nossa campanha. Apoie o jornalismo feminista independente.

A entrevistada D contou que o início do projeto Elas no Congresso aconteceu após a sua aprovação em um edital de financiamento, o que permitiu, inclusive, que ela saísse de seu emprego na imprensa comercial e entrasse “de fato para AzMina” ainda em 2019. Quando, no ano seguinte, os recursos acabaram, não foi mais possível garantir uma reportagem e uma *newsletter* mensais, fazendo com que ela se dedicasse a outras atividades na AzMina. Mas o ranking da produção parlamentar sobre os direitos das mulheres continuou a ser atualizado. E a estratégia de financiamento mudou, aderindo-se ao *crowdfunding* também para esse projeto. Na edição de 16 de

²⁴ O *call to action* (CTA) é qualquer chamada - visual ou textual - que leve o leitor ou visitante de uma página a realizar alguma ação.

setembro de 2021, cujo título é “400 de nós financiando o Congresso”, comemora-se o atingimento da meta:

Foram 36 dias de muito trabalho. Mobilizamos nossa rede, produzimos reportagens e conteúdos nas redes sociais, arrecadamos recompensas, para finalmente, cheias de orgulho, podermos dizer: o Elas no Congresso será financiado por vocês no segundo semestre de 2021. É incrível vermos tudo que podemos realizar juntas! Com o apoio de mais de 400 pessoas e alguns parceiros, superamos a meta da campanha de financiamento coletivo Não é cortina de fumaça e arrecadamos mais de R\$ 33 mil. Separamos este momento para agradecer a cada pessoa que se envolveu, ajudou na divulgação e doou para a continuidade do projeto. Muito obrigada!

2.2 A LIDA COM O CONGRESSO

Enquanto a entrevistada D me descrevia as rotinas para a produção da *newsletter* do Elas no Congresso, comentei que estava impressionada com a apropriação que o veículo - e ela, sobretudo - tinha em relação ao processo legislativo²⁵ do Parlamento. Isso não é óbvio, mesmo para nós, que trabalhamos como assessoras. Eu, especialmente, levei um tempo até compreender, no detalhe e na prática, como acontecem a propositura, a tramitação e a aprovação de uma matéria legislativa. Como funcionam o plenário e as comissões permanentes, especiais, externas, de inquérito. Como atuam as lideranças, as bancadas (inclusive as partidárias) e o colégio de líderes, bem como as negociações que movimentam todos esses arranjos nos bastidores. Como assessora de comunicação, não me era exigido o mesmo nível de conhecimento dos assessores legislativos, que dão suporte ao parlamentar naqueles colegiados. As equipes da respectiva liderança partidária e da própria Consultoria Legislativa também estão à disposição para apoiar os congressistas. Mas, pessoalmente, sempre tive interesse no tema e achei que isso poderia potencializar o meu trabalho.

²⁵ Nome que se dá ao conjunto de atos realizados pelos órgãos do Poder Legislativo, de acordo com regras previamente fixadas, para elaborar normas jurídicas tais como emendas constitucionais, leis complementares e ordinárias e outros tipos normativos dispostos na Constituição Federal (CF). As regras gerais que orientam o processo legislativo estão na Constituição Federal de 1988 e as específicas, nos regimentos internos da Câmara e do Senado. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/transparencia/acesso-a-informacao/copy_of_perguntas-frequentes/processo-legislativo##1>. Acesso em: 20 mai. 2023.

A entrevistada D me contou que, como aluna da primeira turma do curso de *Advocacy Hub*²⁶, teve uma matéria sobre processo legislativo. Acrescentou que sua experiência como repórter cobrindo política também contribuiu nesse sentido. Esse ponto foi especialmente interessante, porque me levou a refletir sobre a cobertura tradicional do jornalismo político em Brasília, feita sobretudo por setoristas e correspondentes. Essa “especialização”, portanto, é esperada de alguém que esteja *in loco* nas instituições, que conviva com seus pares nos comitês de imprensa do Parlamento e de outros órgãos, que tenha acesso facilitado às fontes do mundo político. No entanto, mais do que cobrir os meandros do processo legislativo em si, o jornalismo político parece se interessar por conflitos.

A entrevistada A, que também foi assessora parlamentar e é pesquisadora do tema, fez questão de realçar isso algumas vezes ao longo de nossa conversa: “o que sabemos, trabalhando na imprensa, no Legislativo, é que o conflito é critério de noticiabilidade da cobertura política” (depoimento à pesquisadora, 2022). Para reforçar seu ponto, ela citou um debate tradicional no campo da comunicação e da ciência política: se seria o jornalismo político estruturado pelo conflito (MOTTA; GUAZINA, 2010) ou se seria um “gestor de consensos” justamente ao esvaziar os conflitos (BIROLI, 2013).

Buscando ou não revelar conflitos em sua cobertura política, a representante da AzMina disse que

o resto [do aprendizado sobre processo legislativo] foi na marra mesmo (...). Foi entendendo como tramita um projeto, como funcionam as comissões (...); pegava o regulamento e ia procurar, li muito parecer... Assim, eu falo que sou especialista no site da Câmara, leio a ficha de tramitação (...) (depoimento à pesquisadora, 2022).

Isso é evidenciado pela própria estrutura da *newsletter* do Elas no Congresso: o texto de abertura tem sempre um tom editorial, comentando os destaques da semana no Parlamento e trazendo a apreciação do veículo em relação a eles. Em alguns casos, há também relatos pessoais da editorialista, relacionados ao tema sob discussão. Em seguida, vem o já mencionado *call to action* para o financiamento coletivo da AzMina, com chamadas em texto que variam de edição para edição. Por fim, duas seções, “Radar da Câmara” e “Radar do Senado”, divulgam projetos de

²⁶ O *Advocacy Hub* é uma organização que, desde 2017, busca democratizar o acesso ao conhecimento em *advocacy* entre ONGs, movimentos e coletivos da sociedade civil. Outro objetivo é construir redes de cooperação entre profissionais do campo. Disponível em: <<https://www.advocacyhub.org/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

lei apresentados, pareceres aprovados em comissões e, quando há, matérias aprovadas em plenário, bem como sanções e/ou vetos presidenciais e eventuais derrubadas de vetos. Esse conteúdo é dividido em temas como saúde, educação, segurança pública, saúde e eleições, todos relacionados aos direitos de meninas e mulheres. Sempre que possível, reportagens e outras produções da revista ligadas ao tema são linkadas ao referido conteúdo. Isso evidencia a atenção do projeto a assuntos em alta na agenda do Parlamento, algo que será discutido mais a fundo no capítulo 4.

Toda a pesquisa e apuração do *Elas no Congresso* são feitas a distância: diferentemente do *Alma Preta*, *AzMina* não tinha uma correspondente no Congresso Nacional. E, à época da entrevista, a entrevistada D contou que só havia vindo a Brasília uma vez, em um “bate e volta” para outro trabalho. Apesar de achar importante a presença de uma representante *in loco* no Parlamento, levando em conta, em suas palavras, a “política feita no bastidor”, a jornalista avalia que o arranjo atual tem sido suficiente no momento:

Eu acho que, para o que a gente faz, que é uma *newsletter* semanal, não prejudica tanto assim [a ausência de alguém *in loco*]. A gente consegue entregar o que a gente se dispôs a fazer, que é o acompanhamento do Legislativo, mas eu acho que se a gente quisesse fazer uma cobertura a mais, aprofundada, dos bastidores, faria muita falta mesmo ter alguém em Brasília (depoimento à pesquisadora, 2022).

Ainda assim, a leitura cuidadosa das *newsletters* do projeto revela que a equipe está, de fato, a par das principais movimentações do Parlamento, a exemplo de negociações que levam a um acordo no colégio de líderes ou a uma retirada de pauta. A seguir, um trecho da *newsletter* do dia 29 de março de 2021:

Na semana passada, por exemplo, a deputada Bia Kicis, nova presidente da CCJ, tentou manobrar para levar à votação um projeto de lei que libera o ensino doméstico, chamado “homeschooling”, uma das prioridades do governo federal e que é criticado por especialistas em educação.

Em algumas edições, em especial, nota-se um tom pedagógico sobre o funcionamento da Casa, que serve bem a uma leitora potencialmente leiga. No informativo de 2 de maio de 2022, lê-se a respeito da presidência das comissões da Câmara: “vou relembrar aqui como funciona esse processo: a distribuição das comissões é feita com base no resultado da última eleição para a Câmara (2018) e no princípio da proporcionalidade partidária”. E a *newsletter* de 9 de agosto de 2021 diz que acompanhar o Congresso de forma sistemática é o que permite à equipe traduzir o

que acontece por lá em *newsletters*, análises e reportagens, para que todas possam ter acesso aos eventos do Parlamento.

Um episódio interessante, ocorrido meses após a nossa entrevista, foi a vinda da entrevistada D a Brasília para um café entre o presidente Lula, já eleito, e representantes de mídias independentes²⁷. Com o título “Fomos a Brasília perguntar sobre os direitos das mulheres”, a *newsletter* conta que a representante da AzMina tinha a intenção de perguntar sobre as políticas de gênero no novo governo, mas não teve essa oportunidade. Segundo o informativo, apenas oito, entre os mais de 40 participantes, puderam fazer perguntas. Além disso, aproveitaram a vinda à capital federal para conversar com a nova presidenta da bancada feminina da Câmara dos Deputados, a deputada Luísa Canziani (PSD-PR). A pauta foram as prioridades desse colegiado para a legislatura iniciada em 2023, levando em conta as divergências políticas entre as 91 parlamentares²⁸ e a necessidade de acordos para pautas mais consensuais, como o enfrentamento à violência contra a mulher.

Em nossa conversa, a entrevistada D também mencionou a centralidade da produção semanal da *newsletter* para o Elas no Congresso. Em suas palavras, “é o lugar onde tudo começa”. Opto por reproduzir o trecho na íntegra devido à descrição minuciosa do *newsmaking* dessa produção jornalística:

Tudo começa na nossa robozinha mesmo. Até então, a gente ainda tem a robô que tuita diariamente, então a gente tá ali olhando e monitorando o que tá acontecendo todo dia. Uma vez por semana a gente envia a *newsletter*, que é onde a gente contextualiza tudo. E esse é o momento em que eu, antes, e agora temos a [fulana] que tá cuidando da *news*, então toda sexta-feira eu sentava, e falava ‘hmm, o que aconteceu esta semana no Congresso’. Ia lá, escrevia a *newsletter*, via quais eram os projetos que tramitavam, via o que tinha rolado na pauta, se alguma coisa tinha saído de pauta, se tinha um pedido de vista, uma discussão que rolou, olhava na segunda-feira a pauta da semana, ‘ah, então é isso aqui que vai ser, ah, isso aqui entrou com urgência, isso aqui não entrou’, e aí assim a gente foi criando um repertório de entender mesmo o Congresso, entender quais pautas eram interessantes, quais pautas eram mais levadas à frente, quais estavam empacadas, quem eram as pessoas que faziam empacar ou desempacar, então a gente demorou um tempo, eu diria uns meses, pra criar esse repertório mesmo de conhecer o Congresso (depoimento à pesquisadora, 2022).

²⁷ O encontro aconteceu na manhã do dia 7 de fevereiro de 2023, no Palácio do Planalto, e reuniu mais de 40 veículos considerados “independentes” ou “alternativos” pela presidência. AzMina e Alma Preta foram parte da lista oficial de convidados, ao lado de Ponte Jornalismo, Agência Pública e Intercept Brasil, já citados neste capítulo.

²⁸ Essa é a maior bancada de deputadas federais da história da Câmara dos Deputados. Ainda assim, em 2023, somam apenas 17,7% entre os 513 deputados. O aumento é bem menor do que o alcançado nas eleições anteriores, quando a escolha de 77 deputadas representou um crescimento de 55% da bancada feminina em 2018.

No caso do Alma Preta, o veículo optou por ter uma correspondente em Brasília para facilitar sua interface com o Congresso Nacional. Meu primeiro contato com ela ocorreu antes da pesquisa propriamente dita. Como já dito na introdução desta etnografia, embora eu não respondesse diretamente pela assessoria de imprensa do mandato no qual trabalhei, costumava contribuir com o desenho da estratégia de trabalho. E, eventualmente, também fazia atendimentos em caso de ausência da colega diretamente responsável. Foi em uma dessas situações que falei com a correspondente do Alma Preta na capital federal. Depois, quando esta etnografia começava a tomar forma, senti que seria importante saber mais sobre a decisão do veículo em manter uma repórter *in loco*. Mesmo porque, no universo dos veículos independentes, essa me parecia uma aposta importante e corajosa. Como já comentei, sempre me chamou muito a atenção o fato de que, mesmo não dispondo dos privilégios de seus pares da imprensa convencional - crachá, acesso aos comitês de imprensa da Câmara e do Senado e acesso facilitado a fontes do mundo político -, veículos independentes como Alma Preta e AzMina realizem uma cobertura qualificada sobre o Congresso Nacional.

Por isso, julguei extremamente oportuno quando um dos cofundadores do veículo, o entrevistado B, pediu uma conversa com o nosso mandato. Na ocasião, a colega responsável pelo atendimento à imprensa, que também foi ouvida nesta etnografia, reportou o pedido na ferramenta on-line utilizada pela equipe de Brasília para diálogo interno. Naquele momento, a pandemia estava arrefecendo e o Congresso ensaiava o retorno presencial de suas atividades, ainda que em formato híbrido. A ideia é que esse encontro, em especial, ocorresse presencialmente.

REUNIÃO | Alma Preta | CDDF 8 e 9 de março // Querides, o pessoal do Alma Preta solicita uma reunião com a equipe (Comunicação + Plenário) entre 8 e 9 de março na CDDF. A proposta é se inteirar das pautas importantes que serão discutidas na Casa e que o veículo pode acompanhar para suas notícias/reportagens. É uma conversa em off, não é necessária a presença de [parlamentar]. Deve levar uma hora, no máximo. @sâmia @[fulana] @[ciclana] @[beltrana]. Creio que pela manhã seria melhor. Como avaliam? Um abraço.

Durante a reunião, que aconteceu semanas depois, houve uma discussão sobre pautas relevantes em tramitação na Casa e, de forma mais ampla, uma análise da própria conjuntura política. Foi uma conversa mais densa do que as que costumam acontecer entre fontes e jornalistas

da imprensa convencional, especialmente com os profissionais dedicados às *hard news*²⁹. Ao mesmo tempo, a expressão “conversa em *off*”, usada por minha colega em sua mensagem, sugere que pontos da conversa poderiam subsidiar produções jornalísticas ou mesmo ser citados pelo veículo, desde que omitida a fonte. Avalio que a reunião foi um momento fundamental para esta etnografia, oferecendo vários elementos para reflexão posterior. Um deles foi, justamente, entender melhor o *newsmaking* do veículo, seus critérios de noticiabilidade, abordagens, ângulos, enquadramentos. Também foi uma oportunidade para que, enfim, pudéssemos conhecer pessoalmente a correspondente em Brasília.

Durante a conversa, ficou evidente a relevância do contato com o nosso mandato para a apropriação do processo legislativo. Diferentemente da AzMina, que já fazia um monitoramento sistemático via Elas no Congresso, o Alma Preta ainda parecia estar se aprofundando nas regras legislativas. Dois momentos da conversa são ilustrativos do nosso apoio nesse sentido. Um deles ocorreu quando uma assessora legislativa nossa, que também participou da reunião, explicou em detalhes a revisão da lei de cotas³⁰, que estava em tramitação no Congresso Nacional. Sua elucidação serviu tanto à dupla do veículo quanto a nós, assessoras de comunicação presentes.

É o seguinte: o PL que está mais evidente é o de Bira do Pindaré, que é do PSB, um cara razoável, e aí ele foi aprovado na Comissão de Direitos Humanos, e a relatoria foi de Vivi Reis [PSOL/MG]. E agora ele foi pra Comissão de Educação, porque não sei se vocês sabem que têm dois tipos de tramitação na Câmara, e a conclusiva se dá no âmbito das comissões. Não sabemos se isso vai acontecer com a Lei de Cotas, possivelmente não, vai ter um requerimento de urgência e vai parar no plenário, mas agora está tramitando no âmbito das comissões. Tramitou na comissão de Direitos Humanos e agora está tramitando na de Educação. [...] Quem pegou a relatoria foi o professor Israel Batista [PSB/DF].

O outro momento ocorreu quando eu mesma contei mais sobre o processo de emendas parlamentares, sobretudo porque nosso mandato lançava editais públicos para a destinação de tais recursos. Naturalmente, a dupla conhecia os trâmites básicos de uma emenda, mesmo porque, como relatado, essa é uma fonte de receita acessada pelo Alma Preta. Mas certos detalhes só são acessíveis para quem integra um mandato e convive de perto com a pessoa responsável por

²⁹ Termo usado, no jornalismo, para se referir à produção cotidiana de notícias sobre temas como economia, política e cidades, normalmente em redações convencionais. É uma feitura que acontece praticamente em tempo real, com duração limitada para apuração e checagem de informações.

³⁰ O PL 1788/21 transfere para 2042 a revisão das cotas de acesso ao ensino superior para estudantes pretos, pardos e indígenas e pessoas com deficiência, bem como para aqueles que tenham cursado integralmente o ensino médio em escolas públicas. A proposta altera um dispositivo da Lei de Cotas nas universidades, que, atualmente, prevê que a revisão deveria ter sido realizada dez anos após a sanção, em 2022.

administrar essas emendas, como era meu caso. Trago a seguir trecho do que eu disse durante a reunião, sugerindo, inclusive, um enquadramento específico para o assunto:

Então o mandato tenta dar suporte para saber se a galera cadastrou direitinho no sistema do planejamento, se não me engano, para ver se o CNPJ está certinho, se foi empenhado, e o [fulano] estava dizendo que foi parece que 90%, e isso é muito legal, porque parece que o tanto de grana que se perde nisso... (...) Por exemplo, você indica para a galera, às vezes é até bem intencionado, vai para lugares legais, mas lá na ponta a galera se perde, não sabe executar, não tem acesso, então a gente tem uma preocupação com isso também, de fazer com que quem acessou essa emenda possa também ter de fato acesso a esse recurso. Então às vezes é legal para vocês também ver a taxa de execução, não só para quem é destinado. E só aí já é um grande ganho, que dá pra fazer essa segmentação... Os nossos projetos já são segmentados por áreas, então vocês conseguem ver lá no site do Emenda Geral os que foram destinados para Igualdade Racial, mas o [fulano] vai ter esses dados da execução também, do quanto destinamos e o quanto é de fato executado e chega à ponta.

Uma reunião desse tipo com jornalistas é rara e só aconteceu uma vez durante o mandato, até onde sei. Foi presencial e contou com duas assessoras de comunicação, uma assessora legislativa e uma dupla de jornalistas do veículo. Um deles está localizado em São Paulo e tinha vindo a Brasília para, entre outras tarefas, apresentar a correspondente a mandatos parceiros. Essa aproximação, inclusive, será discutida adiante nesta etnografia.

A trajetória profissional da correspondente também conta nessa equação. Trabalhou no veículo Congresso em Foco por um ano, o que lhe permitiu um primeiro contato com a política institucional, ainda que em condições adversas: “foi na pandemia, então não podia acessar nenhum lugar do Congresso, nem conversar com meus amigos cara a cara” (depoimento à pesquisadora, 2022). Mas o que era inicialmente um desafio também se revelou uma oportunidade para adentrar a seara do Parlamento e explorar as funcionalidades do site da Câmara. Entre elas, a transmissão ao vivo de comissões, audiências públicas e plenário; a divulgação prévia da pauta de discussão desses colegiados; e a divulgação das notas taquigráficas. Essas habilidades contribuíram, segundo ela, para o seu trabalho posterior no Alma Preta. A seguir, ela descreve parte de sua rotina nesse veículo:

Como a maioria das plenárias e das reuniões estão sendo transmitidas, eu assisto à transmissão e vou produzindo na transmissão. Já ligo pro assessor e falo: “vi isso aqui na transmissão. É isso mesmo? Me passa o documento?”. Então, assim, eu até acho parecido com a atualidade do que é um jornalismo normal, porque a maioria das pessoas não sai tanto mais de uma redação (depoimento à pesquisadora, 2022).

Sobre a decisão do Alma Preta de ter uma correspondente em Brasília, a própria escolhida revela que foi estratégica. Ela conta que sua entrada foi planejada pela equipe: “eu fiquei satisfeita [de ter sido convidada] porque era um trabalho que eu estava aprendendo a fazer no Congresso em Foco, e eu ia dar continuidade a esse conhecimento que eu já estava curtindo” (depoimento à pesquisadora, 2022). A essa experiência prévia se somam as rotinas do próprio veículo na lida cotidiana com o Parlamento. À época da entrevista, eram quatro os repórteres do time de texto do Alma Preta, que faziam uma reunião de pauta às segundas-feiras. À semelhança do que é feito em uma redação convencional, cada repórter colocava sugestões de tema, ângulo e abordagem para o escrutínio dos colegas. A entrevistada cobria a política nacional em geral, com especial atenção ao Congresso Nacional.

2.3 TECNOLOGIA E JORNALISMO DE DADOS

Como vimos, o site da Câmara dos Deputados foi citado na entrevista com representantes do Alma Preta e da AzMina, sendo também avaliado como fundamental para a realização dos trabalhos. Disse a entrevistada D:

(...) sou muito fã [do site] da Câmara mesmo, realmente a informação está muito bem apresentada, eu acho sempre de uma forma muito didática, eu sou “fanzaça” da galera de dados abertos da Câmara, acho incrível, assim, sensacional. Se não fosse isso ia ser muito mais difícil (depoimento à pesquisadora, 2022).

A menção específica ao serviço de dados abertos³¹ da Câmara indica a atenção dispensada a isso pela entrevistada e dialoga com sua trajetória. Logo após se formar, conseguiu uma bolsa para estudar jornalismo de dados em Madri, em meados de 2015, área que, em suas palavras, ainda era incipiente no Brasil à época. De volta ao país, fez trabalhos avulsos para veículos - também independentes - que estavam se especializando em dados, como a Gênero e Número. Ao mesmo tempo, iniciou um curso de programação e, no trabalho final, pôde convergir seus interesses em

³¹ “O Dados Abertos é um serviço da Câmara para fornecer dados sobre as atividades parlamentares da Casa a qualquer cidadão que possa se conectar à internet. (...) Serviços de dados abertos são feitos para máquinas e programas (*softwares*): os dados são entregues em forma pura, sem formatações visuais, organizados para facilitar o processamento em computadores”. Disponível em: <<https://dadosabertos.camara.leg.br/howtouse/sobre-dados-abertos.html>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

advocacy e poder legislativo. Criou uma “robozinha” que monitorava a tramitação dos projetos de lei relacionados a gênero no Congresso Nacional. Embora ela nem ainda estivesse na AzMina, a *bot* foi a semente do que, tempos depois, viria a ser o Elas no Congresso. Foi também o que possibilitou a busca pelo financiamento de um projeto maior que pudesse extrapolar as atividades da robô. Uma das inspirações do projeto foi o chamado Ruralômetro³², da ONG de jornalismo independente Repórter Brasil.

Essa vocação para o jornalismo de dados e para a tecnologia parece ter transbordado para todo o veículo. Mesmo a autodefinição mais sintética que encontrei já realça esse ponto: “AzMina - jornalismo e tecnologia pela igualdade de gênero”. No relatório de atividades de 2022, os projetos ligados ao tema ocupam uma seção específica, com a seguinte introdução:

Tecnologia feita por mulheres e para mulheres - AzMina usa tecnologia como meio para chegar a mais mulheres e aumentar o impacto das mudanças que queremos ver no mundo. Nossos projetos buscam soluções para questões que afetam as vidas de milhares de mulheres e meninas (AZMINA, 2022, p. 34).

Além do próprio Elas no Congresso, que tem a tecnologia como cerne, outro projeto destacado pela entrevistada, pelas *newsletters* e pelo próprio relatório de 2022 é o Penhas, um aplicativo de atendimento direto a mulheres em situação de violência. É qualificado pela entrevistada D como “um mundo à parte”, ao reunir muitas atividades e demandar interfaces entre tecnologia, acolhimento e encaminhamento para a rede de proteção às vítimas.

De fato, no âmbito do que nomeiam como o quarto ciclo das rotinas produtivas do jornalismo anglo-saxão, Aguiar e Rodrigues (2019) destacam justamente a saliência do jornalismo independente em plataformas digitais. A busca é por “autonomia (dentro do modelo sem fins lucrativos), qualidade e exatidão” (AGUIAR; RODRIGUES, 2019, p. 117), valendo-se muitas vezes do *big data*, do jornalismo de dados e de apurações rigorosas. Além disso, é dito que essas experiências de produção jornalística independente, ao mesmo tempo que “desterritorializam” o jornalismo, revitalizam a profissão (AGUIAR; RODRIGUES, 2019).

³² “O termômetro mede a atuação dos deputados federais no período 2019-2022 em temas como meio ambiente, indígenas e trabalhadores rurais. Quanto mais alta a temperatura, maior a boiada que o parlamentar deixou passar. Políticos com mais de 37,3°C têm ‘febre ruralista’”. Disponível: <<https://ruralometro2022.reporterbrasil.org.br/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

Embora não se defina a partir da tecnologia, o Alma Preta também adentrou essa seara. Ao longo de nossa conversa, o entrevistado B mencionou algumas vezes o desejo de investir em levantamento de dados, em alguns casos, como já mencionado, inspirado por produções da imprensa comercial, como a equipe de dados do G1. Ele também menciona seu desejo pessoal por se especializar na área de dados e judiciário, deixando o acompanhamento do Congresso mais a cargo da correspondente em Brasília. Esta, por sua vez, comentou sobre uma reportagem em parceria com o *data_labe*, vencedora do Prêmio Cláudio Weber Abramo de Jornalismo de Dados 2021³³. Uma manchete sobre essa premiação, aliás, encontra-se estampada na seção “Apoie” do site³⁴. Nas palavras da entrevistada C:

A gente está engatinhando nessas questões, mas já começamos a fazer ‘coisa’ de dados. O Alma já fez, antes de eu entrar, reportagem em parceria com o *data_labe*, que é o laboratório do jornalismo de dados. Nós tivemos várias formações de jornalismo de dados. E aí a gente começou a engatinhar em produções próprias (...). O que eu achei interessante é que nunca ninguém, nenhum outro veículo, nem mesmo os tradicionais, tinham utilizado o Infoleg parlamentar para fazer análise (depoimento à pesquisadora, 2022).

Na sequência, ela mencionou uma produção própria sobre a leitura racial de cada um dos 513 parlamentares, ao sobrepor a base de dados do TSE com a do Infoleg³⁵ parlamentar. Ela avalia que “deu supersucesso”, contando que esse material rendeu quatro matérias muito boas. Além de aumentar o tráfego de visitantes no site, gerou engajamento nas redes sociais: um comediante e *influencer* negro, em uma *live*, fez menção a uma das reportagens, a respeito da autodeclaração racial do presidente da Câmara dos Deputados. Isso também contribuiu para ampliar o número de seguidores nas redes sociais.

Aliás, considero que o Alma Preta tem uma presença relevante nas redes sociais. Mesmo sabendo que o número de seguidores não é a única métrica do impacto e da relevância de determinado perfil, a quantidade de seguidores³⁶ nas principais redes é bastante significativa: 549

³³ “Existe uma Wakanda na política brasileira?” Disponível: <<https://datalabe.org/existe-uma-wakanda-da-politica-brasileira/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

³⁴ “Alma Preta e *data_labe* vencem prêmio de jornalismo de dados”. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/cotidiano/alma-pret-a-e-data-labe-vencem-premio-claudio-weber-abramo-de-jornalismo-de-dados-2021>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

³⁵ “Aplicativo para smartphones e tablets com informações das atividades legislativas da Câmara dos Deputados. Apresenta informações detalhadas sobre deputados, sessões no plenário Ulysses Guimarães, reuniões nas comissões, proposições e legislação”. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/infoleg/aplicativo/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

³⁶ Números aproximados, coletados em abril de 2023.

mil no Instagram, 104 mil no Twitter, 18 mil no YouTube. A entrevistada C relatou, inclusive, que o veículo foi convidado pelo TSE para um treinamento sobre urnas eletrônicas e *fake news*, que contou com aproximadamente 30 influenciadores de todo o Brasil. Não busquei acesso a outras métricas, nem me detive em tal ponto junto aos entrevistados, já que este não é o foco da pesquisa. Mas vale ressaltar que o Alma Preta conta com uma equipe específica de redes sociais, encarregada de distribuir o conteúdo jornalístico do veículo em formatos e narrativas específicas, além de promover o engajamento com as comunidades.

Essa dinâmica também influencia a própria produção jornalística do Alma Preta. Em resposta a uma pergunta sobre a digitalização do jornalismo e a onipresença das mídias sociais, a entrevistada C me respondeu:

(...) se não circular notícias nas redes sociais, em geral, como é que a gente vai atrair o público para o nosso site? Então os algoritmos midiáticos influenciam na nossa produção e a nossa produção também influencia nos algoritmos midiáticos. Por exemplo, nós tivemos uma formação de como fazer um bom título, porque se a gente fizer um título com esta, esta e esta conformação, com até tantos caracteres, a gente vai conseguir um melhor aproveitamento no *ranking*. Então tudo isso tem que circular no pensamento da produção jornalística do Alma Preta, sabe? (depoimento à pesquisadora, 2022)

Ao discutirem iniciativas de jornalismo independente, Aguiar e Rodrigues (2019) dizem que elas podem se valer de uma autonomia maior para contar histórias que importam, sem a pressão pelos “cliques” que circunda hoje o jornalismo convencional em ambiente digital. A experiência desta pesquisa parece revelar algo distinto. Ainda que não na mesma intensidade, tal pressão existe, como visto na fala da entrevistada C. E falando em nome da AzMina, a entrevistada D trouxe uma reflexão semelhante. Eu havia perguntado sobre os pontos de aproximação e distanciamento da revista em relação ao jornalismo convencional:

(...) no final [das contas] o título que vai ter aquela matéria para converter ou não em clique também importa, a estratégia de rede social também importa, então, assim, eu acho que no final a gente ainda acaba buscando as mesmas métricas. Não sei se é o certo, mas eu acho que ainda seguimos nessa cartilha dessa busca por métricas, mas eu acho que a gente se diferencia por isso, porque a gente está num mercado [o do jornalismo independente] em que elas não são as únicas. (...) A gente pode manter projetos nos quais os cliques não são o mais importante, o que eu acho que é bem diferente do jornalismo tradicional, que ainda precisa muito dessa métrica para sobreviver (depoimento à pesquisadora, 2022).

Como o Alma Preta, AzMina tem uma presença forte e constante nas redes sociais, embora não goze do mesmo número de seguidores que seu par. Esses números são, inclusive, mencionados

em seu relatório de 2022, que cita mais de dois milhões de acessos ao portal, 300 mil seguidores no conjunto das redes sociais e 30 mil inscritos no canal do YouTube. A entrevistada D disse que AzMina sempre teve uma linguagem e uma identidade visual bastante jovens, o que “caiu muito bem” nas mídias sociais. É por isso, continuou ela, que investem muito nesse tipo de produção. AzMina também tem uma equipe específica de audiências, dedicadas, entre outras tarefas, à gestão das redes sociais e de outros canais de interação com as leitoras, como o e-mail institucional. As peças visuais são produzidas por outra equipe, que abastece ainda a identidade visual de todos os projetos.

É preciso lembrar que os dois veículos sob estudo nasceram exclusivamente na internet, o que ajuda a explicar por que lidam tão bem com esse ambiente. Diferentemente da maioria de seus pares da imprensa comercial, não precisaram fazer uma migração. Essa transição entre plataformas, bem como o surgimento das nativas digitais, é vista como uma consequência do jornalismo pós-industrial, que levou as redações a modificarem seus modelos de negócios (GOSCH, 2021). No caso da AzMina, a tecnologia é uma razão de ser: “AzMina nasceu como um veículo digital e entendeu que podia usar a tecnologia e o mundo online de outras maneiras ainda pra colaborar nesse propósito e tal. Nem consigo imaginar AzMina offline, AzMina fora do digital”, relata a entrevistada D. Já o cofundador do Alma Preta, quando perguntado sobre a influência da digitalização em seu trabalho, rememora:

A gente fazia uns rateios... Eu lembro que a gente tinha um hospedador que era muito ruim, tínhamos que pagar 50 reais a cada três meses. Então ou era digital ou não era. Hoje a gente tem uma maior estrutura, e aí a gente tenta desenvolver uma maior estrutura pro digital, mas eu tenho o desejo de ampliar a coisa para além do digital, sabe? (...) Eu sonho bastante com essas coisas. Mas, hoje, definitivamente estamos no meio digital, acho que a gente se adapta bem a ele, mas acho que a gente foi também porque não tinha pra onde correr (depoimento à pesquisadora, 2022).

Com efeito, ser nativo digital é um dos critérios utilizados pela Agência Pública para listar algum veículo em seu “Mapa do jornalismo independente”, mencionado inclusive em produções acadêmicas no Brasil (RAMOS; SPINELLI, 2015; SILVA; CHRISTOFOLETTI, 2018). São quatro os requisitos utilizados nesse mapeamento: 1) produzir primordialmente conteúdo jornalístico; 2) ter nascido na rede (internet); 3) ser fruto de um projeto coletivo, não se resumindo a blogs; 4) não estar ligado a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas. O

projeto levantou mais de 70 organizações do tipo em todo o Brasil, incluindo o Alma Preta e a Revista AzMina, e segue em atualização.

A literatura sobre o tema no Brasil também se esforça em trazer definições que possam abranger a diversidade existente. Em revisão bibliográfica de artigos publicados em revistas científicas brasileiras entre os anos de 2015 e 2020³⁷, GOSCH (2021, p. 56) observou que “a perspectiva mais abordada quando se discute e procura definir os termos jornalismo independente e jornalismo alternativo no debate sobre nativos digitais é a questão editorial”. A segunda foi a econômica, quando se discutiram, entre outros, modelos de negócio e sustentabilidade.

Menções ao jornalismo independente na literatura vem se diferindo, por exemplo, da produção acadêmica tradicional sobre mídias alternativas, comunitárias e populares, desenvolvida pelo menos desde a década de 1970 no Brasil. Cicilia Peruzzo (2006), por exemplo, afirma que essas formas de comunicação trazem a marca de seus contextos históricos das décadas de 1970 e 1980, suprimindo necessidades de sobrevivência e participação política em meio à predominância de regimes políticos não democráticos. Após a redemocratização e, especialmente, a partir dos anos 2000, continua a autora, a expressão “comunicação comunitária” tornou-se preponderante devido à sua própria abrangência. Figaro *et al.* (2017) oferecem uma distinção interessante: o alternativo estaria vinculado ao que é contra-hegemônico, enquanto a característica de independente, nesse caso, contrasta com partidos, religiões e grandes empresas.

Definições à parte, fato é que se experimenta um crescimento desse tipo de produção no Brasil e também fora dele, como mostram Aguiar e Rodrigues (2019), para os quais essas iniciativas trabalham mais explicitamente o jornalismo investigativo e o de interesse público. Nesse ponto, elas talvez desempenhem um contraponto importante ao papel do jornalismo convencional no ciclo de atenção a questões proposto por Downs (1972), que costuma priorizar apenas temas que podem empolgar a opinião pública. Sem uma pressão tão direta da audiência e de outros interesses corporativos, iniciativas de jornalismo independente podem se dedicar mais a assuntos que lhe dizem respeito. Com efeito, diz-se que nele é latente a “defesa de causas, valores e compromissos éticos específicos do nosso tempo” (ASSIS *et al.*, 2017, p. 13). Em alguns casos, podem mesmo pautar o próprio jornalismo convencional, como abordaremos adiante neste trabalho.

³⁷ A autora analisou trabalhos coletados em revistas com avaliação entre B2 e A1 da área de Comunicação e Informação do Portal Qualis Capes (triênio de 2013-2016).

Uma vez discutido o fenômeno comunicativo mais amplo em que estão inseridos Alma Preta e AzMina, bem como as maneiras pelas quais performam a independência no jornalismo, inclusive junto ao Parlamento, iremos nos aprofundar na identidade de cada veículo. No próximo capítulo, veremos como o foco racial, no caso do primeiro, e a perspectiva de gênero, no caso do segundo, são diferenciais consideráveis do jornalismo que praticam. Entre outras coisas, isso lhes permite “atualizar” as imprensas negra e feminista no Brasil e atuar como representantes autoautorizados, nas palavras de Urbinati (2010).

3 NOVOS CAMINHOS DA IMPRENSA NEGRA E FEMINISTA

Comecei a acompanhar a trajetória do entrevistado B quando vim para Brasília trabalhar na Câmara dos Deputados. Certamente, a proximidade do mandato com o veículo que ele ajudou a fundar teve influência nisso. Mas seu talento transborda o Alma Preta e faz dele, a meu ver, uma personalidade e uma figura pública. Sinto também que sua visibilidade cresceu consideravelmente ao longo desses poucos anos. Jornalista, ativista do movimento negro, articulador político. Do Profissão Repórter ao Roda Viva, de Manaus a Salvador, o profissional de 30 e poucos anos transita por muitos espaços e demonstra acreditar imensamente no que faz. Sua labuta é uma missão. E, o veículo onde trabalha, um compromisso histórico.

Em nossa entrevista, perguntei a ele sobre as inspirações do Alma Preta para fazer o que faz. Sua resposta mencionou “três instâncias”, sendo a primeira delas a imprensa negra, citada de forma assertiva. Em linhas gerais, “um conteúdo jornalístico em que o negro é apresentado como protagonista dos acontecimentos e discussões, ainda que estas não tenham relação direta com as questões raciais” (ARAÚJO, 2019, p. 218). É explícito o teor antirracista desse tipo de produção, que pode ser definido também como uma “linha de atuação e conteúdos voltados para a luta contra a discriminação racial” (PINTO, 2010 *apud* ARAÚJO, 2019, p. 218).

Quando se fala em conteúdos antirracistas, vai-se muito além da produção jornalística em si. Aí estão incluídos “sonetos, crônicas, apólogos, epigramas, sátiras, artigos sobre educação e protestos contra o preconceito racial” (MOURA, 2014, *apud* ARAÚJO, 2019, p. 218). De fato, enquanto discorria sobre periódicos emblemáticos da imprensa negra no país, o entrevistado B citou a produção que intelectuais negros brasileiros faziam para essa imprensa. Dos veículos,

mencionou A Voz da Raça³⁸, O Clarim da Alvorada³⁹ e O Quilombo, um jornal produzido pelo Teatro Experimental do Negro, de Abdias do Nascimento⁴⁰.

Além de reportagens e outras matérias, O Quilombo recebia contribuições de “uma grande nata da intelectualidade brasileira”, a exemplo de Florestan Fernandes, Gilberto Freyre, Lélia Gonzales e Nelson Rodrigues. Destacando o quanto isso é inspirador, o entrevistado contou de seu sonho em levar “um time de colunistas” desse porte para o Alma Preta. A essa altura, mencionou a parlamentar que eu assessorava, dizendo que seria “luxuoso” contar com produções dela no veículo. Comentou também que iria, inclusive, anotar a ideia e, sorrindo, pediu que eu intercedesse na questão.

Toda essa inspiração começou, segundo ele, no contexto de fundação do veículo: “Eu lembro uma das primeiras coisas de quando comecei a estudar, de quando comecei no Alma Preta: foi a imprensa negra. E eu ficava impressionado vendo a grandeza, as semelhanças entre aquilo que era construído e aquilo que a gente constrói” (depoimento à pesquisadora, 2022).

Como já mencionei, entre as várias razões que me levaram a escolher Alma Preta e AzMina como objetos desta pesquisa, está o fato de que são veículos nichados, tanto em termos de tema, quanto de público. Se Alma Preta tem o foco racial, AzMina adota a chamada perspectiva de gênero⁴¹ - aliás, uma expressão que aprendi com a deputada que eu assessorava vários anos antes

³⁸ Periódico criado em São Paulo pelo membro da Frente Negra Brasileira (FNB) Fernando Costa, no ano de 1933. Com 70 edições publicadas, diz-se que revolucionou o início do século XX ao ecoar vozes de uma população negra excluída da sociedade pós-abolição. O sistema de assinaturas, a impressão em grande escala e a distribuição feita para outros estados brasileiros fizeram d’A Voz da Raça uma publicação inovadora. Com o início do Estado Novo varguista em 1937, a FNB foi extinta, e o Voz da Raça, censurado. Pouco tempo depois, parou de circular. Disponível em: <<https://www.palmares.gov.br/?p=53622>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

³⁹ Considerado um dos mais importantes jornais da imprensa negra paulistana, O Clarim da Alvorada foi fundado em 1924 pelos jovens militantes Jayme de Aguiar e José Correia Leite. Com suas mais de 40 edições publicadas, o jornal contribuiu para a construção de uma consciência política e social na comunidade negra. Disponível em: <<https://www.palmares.gov.br/?p=52932>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

⁴⁰ Entre 1948 e 1950, o ativista e multiartista negro Abdias do Nascimento liderou a publicação de dez edições do jornal O Quilombo. Para Abdias, que esteve à frente de múltiplas vanguardas artísticas negras, o periódico era um instrumento para fazer lembrar ou conhecer ao próprio negro seus direitos à vida e à cultura. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/entretenimento/inhotim-mostra-como-abdias-nascimento-se-liga-as-vanguardas-artisticas-negras-1.2773678>>. Acesso em: 20 mai. 2023

⁴¹ Para Anderson Karvelis (2023), o termo se refere a uma ferramenta conceitual em que eventuais diferenças entre mulheres e homens ocorrem não apenas por questões biológicas, mas também por diferenças culturais. A adoção dessa perspectiva permite identificar, questionar e avaliar as desigualdades de gênero, bem como discutir ações que permitam avançar na construção da igualdade. Disponível em: <<https://radar.ibegesp.org.br/o-que-e-a-perspectiva-de-genero-e-por-que-e-necessario-implementa-la>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

alguns casos, ele também vem caracterizado como independente. Em AzMina, parece que a identidade feminista de sua produção jornalística é ainda mais forte do que a noção da independência, seja ela editorial ou financeira. Trecho da *newsletter* do dia 17 de dezembro de 2020 é exemplar nesse sentido. Ele se refere a um manual para identificar situações de assédio, que havia sido publicado pela AzMina em parceria com a campanha Ela Decide.

Isso é jornalismo a serviço do interesse público. Jornalismo engajado. Jornalismo feminista. (...) Você sabe que AzMina faz jornalismo, mas não faz só jornalismo, não é? A gente vai para onde o feminismo nos chama e onde ele é mais útil.

Diferentemente do entrevistado B, a jornalista da AzMina não associou seu trabalho a um tipo de imprensa. Mas manifestou seu incômodo com um jornalismo *mainstream* feito sem recorte de gênero - aquele que, em suas palavras, chama feminicídio de crime passionai, por exemplo. E também reafirmou que, sim, fazem um jornalismo feminista. De toda forma, é possível ir além das reflexões levantadas por ela e situar o veículo na tradição da imprensa feminista, mas com narrativas e formatos adaptados aos novos tempos.

Via de regra, autoras que estudam a imprensa feminista no Brasil destacam que ela está a serviço da luta das mulheres, fazendo um “uso da mídia como mecanismo de ação política” (WOITOWICZ, 2012, p. 15). São movimentos de mulheres produzindo sua própria comunicação, disputando narrativas e construindo, nas palavras da autora, a chamada “cidadania feminista”⁴³. O entendimento é o de que organizações ligadas ao feminismo podem, e devem, construir suas próprias estratégias de comunicação. Assim, os termos “mídia feminista” e “imprensa feminista” parecem ser mais amplos que “jornalismo feminista” propriamente dito.

Em outro trabalho, Pedro e Woitowicz (2010) buscam associar feminismo e mídia alternativa, considerando a necessidade das mulheres de se fazerem ouvir e “apostando em um discurso de contrainformação que assumiu, em alguns momentos, o duplo papel de denunciar e de mobilizar as mulheres na defesa dos seus direitos e na conquista da cidadania” (PEDRO; WOITOWICZ, 2010, p. 2). Uma das publicações analisadas pelas autoras é o jornal Fêmea⁴⁴,

⁴³ No artigo em questão, a autora analisa justamente quatro publicações lançadas e mantidas por organizações feministas no Brasil: os jornais Fêmea, do Centro Feminista de Estudos e Assessoria; Fazendo Gênero, do grupo Transas do Corpo; Jornal da Rede, da Rede Feminista de Saúde, Direitos Sexuais e Direitos Reprodutivos; e Folha Feminista, da Sempreviva Organização Feminista.

⁴⁴ À época da publicação do artigo de Pedro e Woitowicz (2010), o jornal Fêmea ainda estava ativo. Entretanto, no site do CFEMEA, a última edição disponível (nº 178) é de dezembro de 2014. Em 2016, a ONG começou a produzir o

criado em 1992 pelo Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFEMEA), organização que é referência nacional em pesquisas e ação política para a garantia dos direitos das mulheres. O periódico se destinava a parlamentares, assessores legislativos e organizações feministas de diferentes áreas. Na pauta, questões referentes aos direitos da mulher no Congresso Nacional e outros temas da agenda nacional dos movimentos feministas.

O jornal Fêmea, por trabalhar com informação especializada e apresentar análises sobre temas em discussão no Legislativo, já se consolidou como uma referência no processo de mediação entre as demandas do movimento feminista e os responsáveis pela formulação de leis (PEDRO; WOITOWICZ, 2010, p. 8).

O próprio CFEMEA é uma referência para a AzMina. Quando conversávamos sobre certa relutância do veículo em se entender como uma organização de *lobby*, *advocacy* ou incidência política, a entrevistada D comentou que outras instituições já faziam isso de forma mais estruturada. Ela se referia, principalmente, a um monitoramento sistemático do Poder Legislativo e a conversas regulares com congressistas, o que, no seu entendimento, é caro e demanda presença *in loco* no Parlamento. E mencionou justamente o CFEMEA e o Diap⁴⁵ como referência nesse tipo de trabalho. Em outro momento, ao enumerar organizações parceiras do projeto Elas no Congresso, ela citou novamente o CFEMEA:

Dentro do Elas no Congresso, por exemplo, uma das primeiras organizações que a gente procurou quando a gente começou foi o próprio CFEMEA, porque a gente já sabia que elas faziam esse monitoramento. A gente sempre teve essa questão (...) que é, a gente não precisa fazer algo que já tem alguém fazendo, a não ser que a gente tenha algo a agregar (depoimento à pesquisadora, 2022).

De fato, no site do Elas no Congresso, o CFEMEA consta como uma das organizações consultadas para a elaboração da metodologia do *ranking*. Também contribui para a própria avaliação dos projetos de lei entendidos como mais ou menos aliados das mulheres⁴⁶. O rol de

Radar Feminista, um boletim eletrônico periódico feito a partir de informações fornecidas pela Contatos Assessoria Política e pelos sites da Câmara e do Senado. Informações disponíveis em: <<https://www.cfemea.org.br/index.php/pt/radar-feminista-lista/radar1>>. Acesso em: 20 mai. 2023

⁴⁵ O Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap) foi criado em 1983 para atuar junto aos poderes da República, em especial o Legislativo, na produção de leis que favoreçam trabalhadores.

⁴⁶ Mais informações no site da Elas no Congresso. Disponível em: <<https://www.elasnocongresso.com.br/metodologia>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

avaliadoras inclui também o Instituto Maria da Penha, o Instituto Patrícia Galvão e o Anis - Instituto de Bioética, Direitos Humanos e Gênero, entre outros.

A entrevistada A, que foi minha colega de trabalho no mandato, tem visões particulares a respeito dos dois veículos estudados. Sobre AzMina, que ela também nomeia como jornalismo feminista, avaliou que tem sido o melhor trabalho jornalístico de dados sobre gênero no país. Em relação ao Alma Preta, foi além e o situou na própria trajetória do movimento negro, algo que lhe é muito caro. Também citou estudos da historiadora e professora da Universidade de Brasília, Ana Flávia Magalhães Pinto, sobre o papel da imprensa negra brasileira na abolição da escravatura: “Então, o Alma Preta é o resultado de um trabalho enorme do movimento negro de produzir a própria comunicação” (depoimento à pesquisadora, 2022).

Diz-se que a imprensa negra começou suas atividades no país bem antes do movimento abolicionista (ROSA, 2014), ainda em 1833, pouco mais de duas décadas após o surgimento da imprensa no Brasil, em 1808. Foi inaugurada com a publicação de *O Homem de Cor*, editado por Francisco de Paula Brito, inserindo-se “num campo de debates de ideias e conflitos raciais antes mesmo do início das produções jornalísticas da imprensa abolicionista” (ROSA, 2014, p. 556). Ainda segundo a autora, nasceram aí um discurso e uma prática jornalística negra que não disseminavam estigmas raciais, ao contrário da imprensa convencional. Estava comprometida com o ideal republicano de igualdade de direitos, ao mesmo tempo que reforçava a ausência dos mesmos entre pessoas escravizadas.

Como lembra Araújo (2019), o Brasil foi o último país das Américas a abolir a escravidão, assim, os jornais negros brasileiros coexistiram com o sistema escravocrata. A partir da pesquisa de Pinto (2010), o autor cita outros três periódicos surgidos antes da abolição de fato, em 1888: *Brasileiro Pardo* e *O Cabrito / Lafuente*, também criados em 1833, no Rio de Janeiro, e o jornal *O Homem: Realidade Constitucional*, fundado em 1876, no Recife. Já a alvorada do século XX assiste a uma grande quantidade de jornais negros no Brasil, especialmente em São Paulo, onde Ferrada (1981), citada por Rosa (2014), aponta 56 deles em mapeamento para sua dissertação de mestrado.

Como se nota, a imprensa negra veio para ficar: “os afro-brasileiros conseguiram formular uma fala própria e torná-la pública. Ainda que não tenham alcançado simultaneamente todo o território nacional, esses impressos são parte do esforço coletivo de controlar os códigos da dominação e subvertê-los” (PINTO, 2006 *apud* ROSA, 2014, p. 557). Contribuem, assim, para o enfrentamento do racismo, da discriminação e do preconceito racial no Brasil (ROSA, 2014). Para

Araújo (2019), é intrínseca a relação entre a imprensa negra, os movimentos negros e a memória da negritude brasileira.

Para a entrevistada A, a atividade de veículos como o Alma Preta se relaciona a um trabalho histórico do movimento negro de produzir sua própria comunicação - referindo-se aqui não só ao Movimento Negro Unificado, fundado em 1978, mas também à própria imprensa negra durante o movimento abolicionista brasileiro. Ainda assim, ela frisa que organizações jornalísticas como o Alma Preta não são “braços” do movimento social negro, pois têm agendas de interesse próprias, como qualquer outro veículo da imprensa comercial. Estudiosa do tema, ela acrescentou que o jornalismo político não é novidade dentro dos movimentos negros, usando os termos no plural para realçar a diversidade entre e no interior de grupos que lutam pela emancipação do povo preto.

Aliás, a fundação do Movimento Negro Unificado (MNU)⁴⁷ em 1978, no início da redemocratização do Brasil, é vista como um marco para o início de uma nova etapa da imprensa negra no país (ROSA, 2014). À época, o próprio MNU criou seu jornal. Citando Sodré (1999), a autora destaca duas características presentes na intencionalidade da imprensa negra da década de 1980: desmontar o mito da democracia racial e montar estratégias antirracistas. Tal herança é marcante no discurso de quem constrói o Alma Preta. A jornalista e o jornalista que falaram em nome do veículo citaram a expressão “movimento negro” 11 vezes cada. Disse a entrevistada C:

[O veículo] É um local de posicionamento antirracista, de pessoas que entendem que isso precisa acabar de alguma forma. Então, se isso não for movimento negro, eu não sei o que é. Isso é a base do movimento negro, sabe, e é muito bonito ver o movimento negro exercendo essa função de ser uma organização de imprensa, porque foram tiradas da gente a possibilidade e o direito de expressão, de falar, e de ser quem somos (depoimento à pesquisadora, 2022).

A influência desse movimento reside também nos detalhes. Enquanto falava de sua trajetória e de como ela se encontrava com o Alma Preta, o cofundador se lembrou de um professor “muito ligado ao movimento negro”. Tratava-se do único docente preto no curso de jornalismo de sua universidade, no interior de São Paulo. Era também o início da década de 2010, que marcou a

⁴⁷ Organização pioneira na luta do povo preto no Brasil, o Movimento Negro Unificado (MNU) foi fundado em 18 de junho de 1978 e publicamente lançado em 7 de julho do mesmo ano, em evento nas escadarias do Teatro Municipal de São Paulo. Segundo o próprio MNU, o ato representou um marco referencial histórico na luta contra a discriminação racial no país. Disponível em: <<https://mnu.org.br/mnu/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

implementação da política de cotas raciais em instituições de ensino superior brasileiras. O envolvimento do entrevistado B com o movimento negro perpassa, assim, toda sua experiência profissional, já que ele ajudou a fundar o veículo em 2015 e vem fazendo nele sua carreira. Enquanto discutíamos a noção de independência no jornalismo brasileiro e como isso se aplicava ao Alma Preta, ele apresentou uma reflexão que me marcou bastante.

Existe um compromisso muito grande na nossa linha editorial e naquilo que a gente faz com o movimento social negro (...). Então, acho que a nossa independência é fundamentada no movimento negro e nos princípios de luta do movimento negro (depoimento à pesquisadora, 2022).

É que, diferentemente do que a deontologia do jornalismo canônico pode fazer crer, independência parece não ser um valor absoluto. É sempre relativo: a alguém, a princípios, a projetos, a valores. É independente de alguém e para alguém. Como disse o próprio entrevistado B no capítulo 2, as noções de independência e liberdade editorial podem, por vezes, adquirir feições “liberais”, quando compreendidas no sentido de “não prestar contas a ninguém”. Ele recusa esse entendimento em favor de outro: no Alma Preta, as lutas do movimento negro são a grande baliza da produção jornalística.

Hoje uma forte expressão dos movimentos negros no Brasil é, sem dúvida, a Coalizão Negra por Direitos⁴⁸. Posso afirmá-lo com segurança, especialmente após minha vivência como assessora de um mandato antirracista, que buscou fortalecer aquele grupo de diferentes formas. Inclusive, já cheguei a comentar com uma colega de trabalho - a mesma que foi entrevistada para esta pesquisa - o quanto me impressionavam as habilidades de *advocacy* do movimento. Para mim, um case nacional e internacional de incidência política. Do Conselho de Direitos Humanos da ONU à Comissão Interamericana de Direitos Humanos da OEA; do diálogo com pares do movimento *Black Lives Matter* à interlocução com a filósofa e ativista negra Angela Davis, a Coalizão protagonizou momentos fundamentais para a garantia de direitos do povo negro no país.

Se já são notórias as 11 menções ao movimento negro durante a conversa com o entrevistado B, as referências à Coalizão Negra por Direitos são ainda mais expressivas: na entrevista, ele se referiu ao grupo 23 vezes. Contou que acompanha reuniões da Coalizão e que faz isso tanto representando o veículo onde trabalha, quanto por gosto pessoal. Comentou, também,

⁴⁸ O grupo define-se como uma articulação nacional de entidades do movimento negro para a incidência política no Poder Legislativo, Executivo, Judiciário e em fóruns internacionais.

como sua participação estava pautando a cobertura do grupo nas eleições daquele ano. “Eu acho que é tarefa política nossa acompanhar a Coalizão, (...) de cobrir, acompanhar, participar das agendas, fazer entrevista e tudo o mais, dar visibilidade, acompanhar tudo” (depoimento à pesquisadora, 2022). Ainda assim, e isso é realçado durante a entrevista, o Alma Preta não é um “braço” da Coalizão, nem faz sua assessoria. Inclusive porque, segundo o entrevistado, a equipe não se furta de cobrir as complexidades, nem de abordar questões que eventualmente não agradem os integrantes. Parece que reside aí mais um aspecto da independência editorial do grupo: fundada no movimento negro, mas sem abrir mão de abordar suas contradições, nas palavras do próprio entrevistado.

Recordo-me de alguns episódios no Salão Verde da Câmara dos Deputados em que o entrevistado B acompanhava atos da Coalizão Negra por Direitos. Ele vinha como representante do Alma Preta e havia nos pedido autorização para gravar, ali mesmo, um vídeo curto com a deputada. Foi muito interessante presenciar o relacionamento próximo do jornalista com ativistas ligados à causa que orienta o seu trabalho. Na produção jornalística comercial, tal presença talvez denotasse a cobertura do ato e o relacionamento com as fontes. No caso dele, essa interação parecia cumprir outro propósito: apoiar e se envolver diretamente com aqueles ativistas. Mas cabe salientar que o profissional não estava ali cobrindo o ato para a Coalizão, atividade típica de uma assessoria de comunicação, mas, sim, para o veículo onde trabalha. Além disso, aproveitou o ensejo e a presença de fontes - como dito acima, a própria deputada - para produzir outros conteúdos ligados à pauta.

Embora esta pesquisa não tenha revelado a relação da AzMina com algum grupo específico, é notório que o veículo está sempre atento aos principais debates ligados a gênero. E mais: com o enquadramento e a narrativa oferecida pelos movimentos de mulheres, como discutiremos no capítulo 5. Fato é que podemos associar o próprio surgimento da AzMina a um fenômeno mais amplo conhecido como quarta onda feminista. Aliás, foi nesse contexto que eu tive o primeiro contato com o veículo. Foi em 2014, ano em que eu trabalhava em um fórum de organizações sociais juvenis de BH e Região Metropolitana. Vivíamos o auge dessa tal quarta onda, marcada pelo uso intenso da internet, especialmente das redes sociais, na promoção de causas ligadas a gênero e à igualdade. Com efeito, o on-line alterou significativamente a agência feminista, colaborando também para a própria popularização do feminismo (SARMENTO, 2021).

A divisão sociohistórica do feminismo em ondas é típica da literatura estrangeira ocidental, sob a perspectiva de autoras dos Estados Unidos e da Europa sobretudo (RIBEIRO *et al.*, 2021). Mas um breve olhar sobre elas nos ajuda a compreender os dias atuais, especialmente quando adaptadas ao contexto brasileiro. Afinal, “a perspectiva das ondas feministas pode nos atentar para as condições de possibilidades que sinalizam a existência e a ampliação de um contrapoder nos períodos específicos de cada uma delas” (RIBEIRO *et al.*, 2021, p. 51).

A primeira onda, comumente associada às sufragistas e ao pleito pelo direito universal ao voto, teve seus ecos no Brasil na primeira metade do século XX, capitaneada por figuras como a bióloga Bertha Lutz⁴⁹ e a Federação Brasileira para o Progresso Feminino. Mais do que sufrágio, Ribeiro *et al.* (2021) citam outros temas recorrentes nos jornais brasileiros da época, mapeados por Sarmiento (2017): o ativismo feminista para além do voto, trabalho fora do lar e comportamento. Perez e Ricoldi (2019) também mencionam a edição de um número considerável de periódicos femininos que discutiam outras questões relativas à condição feminina, como a educação igualitária e o direito ao divórcio. Ainda que viesse das elites, naquele momento o feminismo já falava a uma crescente classe média feminina, que se educava e ocupava postos de trabalho nas cidades (PEREZ; RICOLDI, 2019).

A segunda onda, no Brasil, é associada ao regime militar iniciado em 1964. Ganhou mais força na década de 1970, acompanhando o cenário de contestação política e cultural em países como Estados Unidos e França (PEREZ; RICOLDI, 2019). Para as autoras, citando Matos (2014), o contexto da ditadura influenciou bastante a segunda onda: além do enfrentamento à violência sexual e à dominação masculina, muitas mulheres se organizavam contra o militarismo e a repressão. “A questão da autonomia era uma das tônicas dos movimentos feministas que atuavam naquele período, mas não só deles: os movimentos sociais daquela época em geral ressaltavam a independência do Estado opressor” (PEREZ; RICOLDI, 2019, p. 7). O ambiente acadêmico também favoreceu a auto-organização das mulheres, além da luta por creches e contra a carestia.

⁴⁹ Nascida em 1894 na cidade de São Paulo, Bertha Luz realizou seus cursos secundário e superior na França. Durante a estada na Europa, teve contato com o movimento feminista inglês. De volta ao Brasil, fundou a Liga para a Emancipação Intelectual da Mulher e, depois, a Federação Brasileira para o Progresso Feminino, dando início à luta pelo direito de voto para as mulheres, que veio a se tornar realidade em 1932. Também atuou de forma pioneira no serviço público e participou de vários eventos e associações internacionais ligadas à questão da mulher, sobretudo com a temática eleitoral. Foi ainda deputada federal, atuando pela igualdade salarial e por direitos trabalhistas para as mulheres. Faleceu no Rio de Janeiro em 1976. Perfil disponível em: <<https://www.camara.leg.br/internet/agencia/infograficos-html5/a-conquista-do-voto-feminino/bertha-lutz.html>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

Em consonância com as ideias expostas, Sarmiento (2017) encontra em pesquisa sobre matérias publicadas nos jornais nacionais sobre feminismo, durante este recorte temporal, temas como: ativismo feminista, participação e representação política, comportamento, trabalho e violência (RIBEIRO *et al.*, 2021, p. 67).

A redemocratização do país, a partir da década de 1980, é o pano de fundo da terceira onda feminista. Nesse período, observa-se a institucionalização da luta das mulheres a partir de organizações não governamentais. É o que Woitowicz (2012) chama de momento instituinte do feminismo, acompanhado da profissionalização e da especialização dos movimentos. Instituições reconhecidas do ecossistema feminista brasileiro, muitas das quais parceiras da AzMina no projeto *Elas no Congresso*, foram fundadas naquele momento. O CFEMEA, responsável pelo já citado jornal *Fêmea*, é desse período.

Alguns marcos dessa terceira onda são a Conferência de Beijing em 1995 (conferência internacional para discutir os direitos das mulheres), assim como a interlocução entre Estado e sociedade civil possibilitada pelas Conferências e pelos Conselhos de Direitos. No Brasil, a Eco 1992 e a tenda Planeta Fêmea simbolizaram o início da eclosão de Organizações Não-Governamentais feministas, que tem como características a profissionalização e a tecnificação de suas ações, afinadas com as agendas internacionais do gênero (momento em que o termo ganha impulso no Brasil). Nessa onda, ONGs que discutiam questões como raça e diversidade sexual surgem e fazem um trabalho importante, e pode-se afirmar que imprimem marcas para o que virá a ser a onda seguinte (PEREZ; RICOLDI, 2019, p. 7).

Em termos epistemológicos, ganha força a discussão sobre gênero⁵⁰, em uma perspectiva pós-modernista e pós-estruturalista que resiste à categorização (RIBEIRO *et al.*, 2021). E também define-se a interseccionalidade: “Termo cunhado por Kimberlé Crenshaw, em 1989, reconhece que além da discriminação de gênero, as mulheres também estão sujeitas a fatores que se cruzam, tais como: classe, casta, raça, cor, etnia, religião, origem nacional e orientação sexual” (RIBEIRO *et al.*, 2021, p. 67). Entre as referências desse debate, estão as filósofas negras Angela Davis e Lélia Gonzalez, esta última um expoente do feminismo negro no Brasil. Como lembram Ribeiro *et al.* (2021), mesmo sem ainda usar o termo interseccionalidade, Gonzalez já tecia críticas ao feminismo hegemônico e à colonização do conhecimento. Demarcava também o lugar das

⁵⁰ Para Scott (1995), gênero diz respeito à organização social da relação entre os sexos, tendo sido, assim como raça e classe, criado para incluir oprimidos e nomear desigualdades de poder.

mulheres negras e indígenas na sociedade brasileira, questionando o mito da democracia racial no país.

Por fim, a quarta onda seria a do momento presente. Além da institucionalização dos movimentos e das redes feministas, que permanece como herança da terceira onda, surgem as lutas trans e pós-nacionais (MATOS, 2014 *apud* PEREZ; RICOLDI, 2019, p. 7). A internet é estruturante desses processos: “A emergência de uma nova consciência feminista ligada ao aparecimento e à apropriação das mídias digitais é o principal traço da quarta onda feminista” (MARTINEZ, 2021, p. 2). As jornadas de junho de 2013 são apontadas como o marco inicial da quarta onda (PEREZ; RICOLDI, 2019), haja visto o uso intenso das novas tecnologias e a presença de reivindicações feministas entre a profusão de pautas emergentes ali. Além disso, continuam as autoras, é notória a reivindicação de mais autonomia e de retorno às ruas, contrastando com a institucionalização da terceira onda.

Embora essa tendência não seja particularmente inédita, como se nota no movimento estético, político e filosófico do ciberfeminismo dos anos 1990, é na chamada quarta onda que o feminismo vai se capilarizando em redes locais e regionais até ganhar as mídias sociais (MARTINEZ, 2021). Nesse momento, pontua ela, a discussão feminista vai sendo fragmentada para abraçar diferentes demandas identitárias:

Tais vertentes correspondem a diferentes alinhamentos teóricos e perspectivas e oferecem significados e discursos que estruturam e erigem a categoria “mulher” (...). A necessidade de tais recortes ao se teorizar sobre esta diversidade de sujeitos (raça, classe, gênero, sexualidade) eleva a noção de interseccionalidade como um aspecto central do feminismo da quarta onda. (...) Esta segmentação estritamente marcada por “nichos identitários” se apresenta de forma potente, como a gramática do feminismo cibernético hoje em dia (MARTINEZ, 2021, p. 3).

Perez e Ricoldi (2019) sintetizam, assim, três características da quarta onda feminista no Brasil: presença dos meios de comunicação digitais; ideia de um feminismo interseccional; e organização em forma de coletivos. Redes sociais, blogs e outros espaços digitais ampliam a possibilidade de comunicar movimentos coletivos (RIBEIRO *et al.*, 2021, p. 70), por meio, entre outros, de campanhas on-line internacionais como #TimesUp, #VivasNosQueremos e #NiUnaMenos; e também nacionais, como #MeuAmigoSecreto e #NãoMereçoSerEstuprada. Esta última, em especial, tem relação direta com o nascimento da AzMina, como veremos adiante.

Apesar de não integrar formalmente nenhuma organização ou coletivo feminista de fato, fui relativamente ativa em grupos temáticos de Facebook naquela época. E avalio que essa interação constante com outras mulheres, na internet e também *off-line*, trouxe-me ganhos epistêmicos e pedagógicos; de fato, esses foram instrumentos pioneiros e iniciatórios para muitas mulheres (MARTINEZ, 2021). Como ressalta Sarmiento (2021), essa fragmentação e personalização dos ativismos feministas são características da nova lógica da ação conectiva na arena on-line (BENNET; SEGERBERG, 2012 *apud* SARMENTO, 2021), em contraposição à lógica da ação coletiva de muitos movimentos sociais tradicionais.

Naquela época, uma das jornalistas que viria a ser a idealizadora da AzMina foi alvo de uma série de ataques de ódio na internet por ter lançado a campanha #EuNãoMereçoSerEstuprada. O lançamento dessa *hashtag* foi em resposta a uma pesquisa do IPEA na qual um terço dos respondentes culpava mulheres por serem vítimas de violência sexual. Com a onda de ódio, feministas de todo o país reagiram com solidariedade e adesão à campanha, contribuindo para agendar publicamente o tema. Egressa da USP e com experiência prévia em redações, a jornalista se juntou a outras colegas da mesma universidade para fundar a revista. A partir de então, passei a acompanhar o trabalho desse veículo pelas redes sociais e, a certa altura, também assinei a *newsletter*. O acompanhamento se intensificou quando eu já trabalhava na Câmara dos Deputados, e a AzMina lançou, em 2020, o *Elas no Congresso*.

A revista está, assim, totalmente conectada à quarta onda feminista, valendo-se das plataformas digitais para levar adiante o jornalismo feito com perspectiva de gênero. Como disse a entrevistada D, as práticas da AzMina são de fato voltadas para o jornalismo digital, e as produções do grupo sempre caíram bem nas redes sociais. Assim, a tecnologia está no cerne do veículo. Tanto é que, conforme a jornalista, ela sequer o concebe “fora do digital”.

Para além do jornalismo, outras características da AzMina denotam seu esforço em levar os feminismos adiante. É bem interessante, por exemplo, o revezamento entre as mulheres que assinam o texto editorial de cada edição da *newsletter*. No universo da comunicação digital, personalizar a escrita é uma forma de gerar engajamento e fidelização, e a opção da AzMina pelo rodízio potencializa isso. Também é notória a quantidade de mulheres negras no grupo: imagino que debates ligados ao feminismo interseccional, muito em voga nos últimos anos, tenham contribuído para o esforço em aumentar a diversidade no veículo. De fato, o relatório das atividades em 2022 aponta que “AzMina está cada vez maior, mais diversa e espalhada em diferentes

territórios”. Segundo o documento, são 24 pessoas em seis estados diferentes, e a equipe é formada por 66% de pessoas negras, 50% de LGBTQIAP+ e 29% de jovens (com menos de 24 anos). E, enquanto eu redigia a versão final deste trabalho, recebi outra *newsletter*, desta vez assinada por uma mulher indígena, a primeira da equipe.

3.1 REPRESENTANTES AUTOAUTORIZADOS

Durante a feitura deste trabalho, fui observando a profunda relação do Alma Preta com as relações raciais, bem como o compromisso da AzMina com a perspectiva de gênero. Isso me instigou a refletir sobre questões além do que chamei de atualização da imprensa negra e da imprensa feminista. E me levou a olhar para o trabalho daqueles veículos também em uma dimensão representativa: representam pautas, representam pessoas, aproximam-se de representantes com os quais e com as quais sentem afinidade. A partir daí, fui repensando as premissas que eu havia considerado inicialmente. É que eu atribuía a aproximação de Alma Preta e da AzMina com determinados mandatos como uma estratégia de *advocacy*, que acontecia por meio, sobretudo, da produção jornalística.

Não que não sejam. No capítulo 5, discutirei as nuances ativistas na produção jornalística de Alma Preta e AzMina, bem como o que estou nomeando de “efeitos de *advocacy*” do trabalho dos dois veículos. Mas a minha imersão nesta pesquisa, incluindo a escuta ativa das pessoas entrevistadas, levou-me a olhar para o objeto sob outros prismas. Hoje me sinto segura em afirmar que o relacionamento mais próximo daqueles veículos com alguns mandatos parlamentares se deve, entre outras coisas, a uma relação de afinidade com temas e formas de trabalhar. Isso nos convoca a discutir brevemente a representação democrática, além de compreender a dinâmica dos chamados “representantes autoautorizados”.

Young (2006, p. 142) vê a representação como um “relacionamento diferenciado entre atores políticos engajados num processo que se estende no espaço e no tempo”. Essa visão relacional se choca com entendimentos da representação política como um espelho, que pressupõe a identificação ou mesmo a substituição dos representados. A definição de Young também oferece algumas saídas para um dilema tradicional na teoria democrática, que opõe participação e representação. Urbinati (2010) diz que, mais que um simples ato, a representação é uma linha de ação, atuando em *continuum* com a participação.

Nesse sentido, e entre as novas miradas lançadas à representação política, emergiu a preocupação com a subrepresentação de grupos em situação de vulnerabilidade nos centros do poder político, especialmente aqueles ligados a gênero, a etnia e a raça (URBINATI; WARREN, 2008). Até então, boa parte da literatura tradicional sobre democracia representativa não levava em conta os padrões de desvantagem entre grupos sociais, reproduzidos e perpetuados também no

sistema político. Young (2006) reforça que essa subrepresentação é um fato e que propostas de inclusão política passam pelo aumento da representatividade nos espaços decisórios, incluindo os parlamentos.

Assim, tendo em vista que a representação pressupõe um relacionamento permanente entre representantes e representados, com momentos alternados de autorização e prestação de contas, pode-se dizer que ela só funciona de forma satisfatória se rico for o tecido de *advocacy* e de demandas sociais no geral (URBINATI; WARREN, 2008). Como lembram os autores, essa questão já era apontada pelos primeiros teóricos pluralistas da democracia, sem, no entanto, um olhar crítico para as desigualdades socioeconômicas que grupos de *advocacy* buscam realçar. A essa altura, parece ser óbvio que a democracia representativa vai muito além das eleições, ao contrário do que postulavam teóricos mais ortodoxos da escola elitista.

Nessa mesma linha, Avritzer (2007) realça que o aumento da participação da sociedade civil na formulação das políticas públicas no Brasil, que ganhou força após a Constituição de 1988, acabou por engendrar novas formas de representação, nem sempre ligadas ao estatuto eleitoral. Uma delas ocorre justamente na forma de *advocacy*, que representa, sobretudo, discursos e ideias. Para Urbinati e Warren (2008), essas novas formas de representação não eleitoral potencializam a própria democracia, podendo se dar por meio de atores de dentro e de fora da política institucional, como são os grupos de *advocacy* e de mídia. É nesse contexto que emergem organizações de mídia segmentadas e especializadas, a exemplo do Alma Preta e da AzMina.

Nesse íterim, Urbinati e Warren (2008) destacam um fenômeno interessante: agentes autoautorizados que demandam representar suas bases no âmbito do discurso político e de corpos institucionais responsáveis pela tomada de decisões coletivas. Entre tais agentes, estão organizações de *advocacy*, não governamentais e internacionais, grupos de interesse e da sociedade civil, fundações filantrópicas e jornalistas. Eles reivindicam a representação de grupos subalternizados, de mulheres e crianças a grupos étnicos em particular, envolvendo bens específicos como direitos humanos, segurança, saúde, educação e desenvolvimento. Muitas vezes, representam posições e argumentos, performando uma representação de caráter discursivo.

Assim, continuam os autores, tais agentes atuam como uma espécie de contrapolítica caso os ambientes decisórios institucionais falhem em seus propósitos. E, não por coincidência, suas áreas de atuação podem coincidir com as questões não territoriais que estruturam as novas bases eleitorais, impondo um desafio teórico-metodológico à Ciência Política.

Então, a representação desse tipo pode ser direcionada e ter um foco temático específico; pode ser flexível e responder a questões emergentes, particularmente para eleitorados que não estão territorialmente vinculados. As coletividades que os representantes buscam influenciar são cada vez mais diversos: não apenas governos e agentes decisórios, mas também o discurso público e a cultura, bem como poderosos agentes do mercado, a exemplo de corporações (URBINATI; WARREN, 2008, p. 403, tradução nossa)⁵¹.

Tais agentes autoautorizados ensejam formas alternativas de participação no bojo da democracia representativa, complementando-a e enriquecendo-a. Em outras palavras, assim como políticos eleitos por meio do voto, esses grupos terminam por ampliar o espaço do debate político para além das instituições formais. Miguel (2011), no entanto, chama a atenção para o fato de que a ausência da autorização formal, ou seja, do voto, nessa relação de representação de interesses eleva a expectativa de um diálogo permanente com os representados, de maneira a construir legitimidade.

Para Urbinati (2010), a representação política contemporânea adquire feições de *advocacy*. Embora o foco de sua argumentação recaia sobre os representantes eleitos, iremos aqui estender tal entendimento também para aqueles que se autoautorizam, na linha do que já foi exposto. Amparada nos ideais da democracia deliberativa, essa prática se constrói a partir de dois elementos complementares: a ligação “apaixonada” do representante com a causa dos representados e sua relativa autonomia de juízo. Ou seja, são defensores de algo, mas gozam também de liberdade de pensamento e expressão. Entendidos como *advocates*, esses representantes tornam-se não apenas partidários, como também deliberadores. Há nesse processo a autorrevisão e a autoaprendizagem típicas do processo deliberativo.

Uma boa democracia representativa não precisa nem de representantes fanáticos (ou burocráticos) nem de reis filósofos, e sim de deliberadores que, alternadamente, julgam e defendem causas “apaixonadamente” de acordo com os princípios e procedimentos do governo democrático (URBINATI, 2010, p. 83).

Esse *advocacy* democrático requer um compromisso firme com procedimentos acordados. Não favorece tanto resultados que sejam “verdadeiros” ou “definitivos”, mas que sejam

⁵¹ “So representation of this kind can be targeted and issue-specific; it can be flexible and respond to emerging issues, and particularly to constituencies that are not territorially anchored. The collectivity representatives seek to influence are increasingly diverse: not only governments and power holders but also public discourse and culture, as well as powerful market actors such as corporations”.

congruentes com os princípios comuns de igualdade política pressuposta pela deliberação (URBINATI, 2010). Nesse sentido, deliberação racional e *advocacy* não se opõem, mas caminham juntas. Trata-se de julgar e, ao mesmo tempo, defender causas.

Essas reflexões sobre os dilemas e as potências da representação política, com destaque para aquela não eleitoral, tornam-se importantes à medida que o trabalho de Alma Preta e AzMina assumem, em alguma proporção, uma representação de nível discursivo em suas audiências. Estudos de recepção fogem ao escopo deste trabalho, mas temos elementos que evidenciam o caráter de autoautorização dessas organizações. Em outras palavras, como esses veículos justificam a proximidade com determinados mandatos e a importância dessa afinidade temática para construir legitimidade junto aos públicos. Como reflete a entrevistada A, isso está intimamente ligado à agenda de interesses do veículo: “no caso do jornalismo feminista [como o da Revista AzMina], a agenda de interesses é dar visibilidade, discutir, provocar e influenciar a agenda pública sobre questões de gênero” (depoimento à pesquisadora, 2022).

No caso do Alma Preta, o entrevistado B vê determinados parlamentares - incluindo aquela que assessorou - como seus representantes. Por isso, dispõe-se até mesmo a contribuir para a sua eleição. Pontuou que “existe uma carência nossa de representações negras”, quando comentava o acompanhamento muito próximo que fazia do trabalho da nossa parlamentar. Disse que a relação com o mandato era mais intensa do que com parlamentares negros de seu estado. Em suas palavras, o contato aqui seria menos orgânico, em que pese a atuação também relevante de tais congressistas.

Nós estamos disputando o fim das desigualdades raciais no Brasil. E a Áurea é a pessoa, uma das pessoas, talvez fosse a pessoa que, na nossa representação, era a que mais estava fazendo isso na Câmara. Eu fiz uma matéria de levantamento das emendas parlamentares delas [de Talíria Petrone e Áurea Carolina], e a Áurea foi a parlamentar que mais destinou verba, vamos dizer assim, de igualdade racial, entre os parlamentares do Congresso. Então é com essa pessoa que eu devo dialogar e fortalecer (depoimento à pesquisadora, 2022).

A entrevistada A avaliou que características do nosso mandato também impunham certa responsabilidade, inclusive no seu trabalho como assessora de imprensa. Afinal, éramos vistas como referência nessa área: “Somos o mandato de uma mulher feminista antirracista, então a gente precisa estar por dentro de dados, informações, e de tudo que sai. Serve para os colegas jornalistas que nos procuram também” (depoimento à pesquisadora, 2022). Mais adiante, ela acrescentou que “a gente atende alguém sempre bem alinhado ao movimento negro, que está próximo das ações do

mandato” (depoimento à pesquisadora, 2022). De fato, o entrevistado B mencionou os gabinetes das deputadas Áurea Carolina (PSOL/MG), Talíria Petrone (PSOL/RJ) e Benedita da Silva (PT/RJ), do deputado Orlando Silva (PCdoB/SP) e do senador Paulo Paim (PT/RS) como os que mais fazem “pontes” com o veículo.

Há que se elucidar um ponto. Quando falo em proximidade, refiro-me a uma relação mais próxima entre tais mandatos e veículos, indo além de um contato tradicional e corriqueiro entre fonte e jornalista⁵². Naturalmente, outros gabinetes são acionados por Alma Preta e AzMina para o levantamento de informações e comentários, como aconteceu com o presidente da Câmara dos Deputados em relação à sua autodeclaração racial ao TSE e ao Infoleg Parlamentar⁵³. Mas, segundo a entrevistada C, o curto período como correspondente do Alma Preta em Brasília e as dificuldades do trabalho remoto na pandemia não lhe haviam permitido construir, ainda, um relacionamento de fato com os gabinetes.

De fato, essa proximidade é recorrente no jornalismo político, especialmente naquele praticado em Brasília. Ao mesmo tempo, como já citado, o relacionamento com o nosso mandato parecia ser de outra ordem, transbordando o que tradicionalmente ocorre entre o jornalista e suas fontes. Parecia ser mais confortável, sem uma certa tensão utilitarista que circunda esse tipo de relação. Disse a entrevistada C, em sintonia com o que seu colega havia dito:

Os parlamentares com quem a gente tem mais proximidade são os parlamentares que têm a pauta antirracista nos seus mandatos. Então, a gente tem muita proximidade com a Benedita, com a Áurea, com Talíria, com Orlando Silva, pessoas que recebem a gente muito bem. No Senado, Paulo Paim recebe a gente todas as vezes. (...) Aí a gente tem essa facilidade de circular com esses parlamentares. Com outros parlamentares, a gente ainda não tem tanta facilidade (depoimento à pesquisadora, 2022).

Com outros parlamentares negros, ela disse que a relação acontecia de forma mais “burocrática”. O deputado Bira do Pindaré (PSB/MA), que ela pessoalmente considera “incrível”, era acionado via assessores, “como qualquer outra assessoria”. Ao mesmo tempo, a entrevistada C

⁵² A relação entre o jornalista e suas fontes será aprofundada no capítulo 5.

⁵³ Reportagem do Alma Preta de 7 de julho de 2022 buscou o presidente da Câmara dos Deputados, Arthur Lira, para comentar sua autodeclaração como pardo perante ao TSE e ao Infoleg Parlamentar. Apesar da autodeclaração, nenhuma das propostas legislativas apresentadas pelo parlamentar em 2021 tinha relação com os direitos da população negra. O texto diz que “a reportagem procurou Arthur Lira e sua equipe para comentar os dados, mas eles preferiram não se pronunciar”. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/politica/presidente-da-camara-arthur-lira-se-identifica-como-negro>>. Acesso em: 20 mai. 2023

descreve boas relações com outros parlamentares não negros, a exemplo de Erika Kokay (PT/DF), a quem conhece pessoalmente, a partir da convivência em outros espaços.

A entrevistada D, falando em nome da AzMina, também citou parlamentares com as quais já manteve algum tipo de relacionamento, entre elas as deputadas Fernanda Melchionna (PSOL/RS) e Natália Bonavides (PT/RN). Não por acaso, duas jovens mulheres progressistas, feministas, que pontuam bem no *ranking* Elas no Congresso⁵⁴ e que possuem atuação relevante nas redes sociais, na esteira da quarta onda feminista⁵⁵. Segundo a jornalista, as conversas envolviam detalhes sobre a metodologia do *ranking*, bastidores do Congresso e entrevistas propriamente ditas. Também foram feitas conversas específicas e rodadas de reunião com bancadas femininas e partidárias - o objetivo, nas palavras da entrevistada, era apresentar o Elas no Congresso e colher sugestões para aprimorá-lo. Sobre a primeira reunião, que contou com a presença de parlamentares, ela disse: “eu lembro muito da Natália [Bonavides] e da Erika [Kokay] porque elas tinham críticas construtivas muito contundentes, que me marcaram bastante” (depoimento à pesquisadora, 2022).

Ela realçou, também, que a orientação política das parlamentares foi um fator relevante:

Depois [do lançamento do ranking] a gente fez algumas rodadas de pesquisa pra saber se conheciam, se tinham ficado sabendo etc., e aí nesse processo a gente conseguiu pegar alguns contatos, ficar mais próximas de alguns. Não tem jeito, geralmente as parlamentares dos partidos progressistas são as que mais estão dispostas a conversar (depoimento à pesquisadora, 2022).

A entrevistada E, assessora em um dos mandatos antirracistas mencionados nesta pesquisa, relatou ter um contato constante com a correspondente do Alma Preta em Brasília. Disse também que, no geral, é mais procurada por eles do que o contrário. Assim como aconteceu comigo, ela esteve reunida com jornalistas do veículo para discutir conjuntura política e estratégias de aproximação: “foi uma iniciativa que partiu deles, achei isso bem legal, porque no geral é o contrário, é a gente que vai até o veículo pra se apresentar, pra se colocar. Então isso foi uma iniciativa dele” (depoimento à pesquisadora, 2023). Ela comentou, ainda, que muitos conteúdos do Alma Preta são compartilhados nas redes sociais da parlamentar devido à afinidade temática e de

⁵⁴ Na última edição do *ranking*, a deputada Fernanda Melchionna aparece em 8º lugar e, Natália Bonavides, em 21º.

⁵⁵ Fernanda Melchionna tem 239 mil seguidores no Instagram, 183 mil no Twitter e 241 mil no Facebook, por exemplo. Natália Bonavides, por sua vez, tem 166 mil seguidores no Instagram, 165 mil no Twitter e 80 mil no Facebook. As duas compartilham conteúdo diariamente, sendo boa parte ligada à análise de conjuntura política e à atuação parlamentar de ambas.

enquadramento⁵⁶. Avaliou, no entanto, que no geral a relação com o Alma Preta precisa ser estreitada.

No dia em que nos reunimos com o Alma Preta, optamos por fazer a conversa na sala de reuniões do mandato. Depois, acompanhadas dos jornalistas do veículo, voltamos para o espaço que abriga as baias de trabalho. Batemos um papo descontraído com assessores do mandato de Talíria Petrone e tiramos uma foto coletiva para as redes sociais de nossa parlamentar. Na ocasião, referindo-se ao entrevistado B, a entrevistada E comentou: “O fulano é bacana demais, né?”. Por fim, sugeri um dos *trailers* de refeição da Câmara para almoçarmos. Foi quando aconteceram as conversas ligadas ao Caco Barcelos, mencionadas no capítulo 2.

3.2 A GIRA DOS ENCONTROS

Ouso dizer que a relação diferenciada que o nosso mandato estabeleceu com esses veículos não se explica apenas pela afinidade de representação, como dito antes, ou pelas nuances ativistas ligadas a gênero e à raça, como discutiremos no capítulo 5. Tem a ver, também, com a própria trajetória pregressa de quem integra essa teia de relações, especialmente jornalistas e assessores de imprensa, que constroem cotidianamente esse relacionamento. Não raro essas pessoas já se conheciam pessoalmente, tinham conhecidos em comum ou, pelo menos, tinham ouvido falar umas das outras. E praticaram jornalismo e comunicação para além das redações tradicionais. Organizações não governamentais, agências do sistema ONU, sindicatos, movimento negro e órgãos de Estado fazem parte desse repertório. Como tema de trabalho, relações raciais e de gênero, direitos humanos, comunicação sindical, alternativa e comunitária⁵⁷.

Começo mencionando minhas experiências profissionais, ligadas a coletivos, movimentos e organizações da sociedade civil, especialmente em projetos referentes à comunicação e aos

⁵⁶ Questões ligadas à afinidade de temas serão mais bem discutidas no capítulo 4, dedicado ao *agenda-setting*.

⁵⁷ Os relatos apresentados neste tópico aproximam-se de teorias que, na ciência política clássica, tratam da chamada “circulação das elites”. Pareto (1984) é um de seus expoentes principais, tendo sido, também, um dos primeiros a utilizar o termo para fins sociológicos (RAPOSO, 2019). Para o sociólogo, cientista político e economista italiano, em todos os domínios da vida humana existem indivíduos que se sobressaem devido a qualidades superiores - as elites -, e isso não era diferente no campo da política. Para ele, a circulação desses grupos oxigena a vida política, permitindo sua “renovação, equilíbrio e longevidade” (RAPOSO, p. 159, 2019). Esses atores políticos vão, assim, ajudando a tecer redes a partir dos diferentes lugares de poder que ocupam durante suas trajetórias.

direitos humanos. E antes de vir para a Câmara dos Deputados, trabalhei também na Câmara Municipal de Belo Horizonte, assessorando a mesma legisladora, à época vereadora na capital de Minas Gerais. Já no terceiro setor, parte das atividades consistia, precisamente, em fazer *advocacy* junto a parlamentos e governos, o que naturalmente despertou meu interesse para as formas pelas quais a sociedade civil pode influenciar a agenda política. A novidade residia agora em observar esses contornos estando “do outro lado”, ou seja, sendo parte de um mandato que era alvo dessa influência e que estava, ao mesmo tempo, bastante alinhado às causas e agendas que orientam o trabalho de Alma Preta e AzMina.

Os veículos de jornalismo independente sob análise neste trabalho já estavam no radar antes de minha ida para Brasília. Ainda durante a campanha eleitoral da deputada, uma colega - jornalista, negra e ativista - havia mencionado, em uma reunião, que o site Alma Preta estava se tornando referência em coberturas ligadas às questões raciais. No ano seguinte, já me vi trocando mensagens com o entrevistado B, um dos fundadores e editor-chefe do referido portal. Consegui resgatar, no histórico de um aplicativo de mensagens, pedidos seus para mais informações sobre a exploração comercial da base de Alcântara (MA), objeto de um acordo entre EUA e Brasil que estava à época em análise pelo Parlamento. Ele também pediu a indicação de uma fonte quilombola parceira em Minas Gerais, para comentar uma das condenações da Vale no caso do rompimento da barragem de rejeitos da mineração em Brumadinho.

Também sobre esse jornalista, a entrevistada A o conhecia há alguns anos, mas não eram próximos. A aproximação se deu justamente via mandato - ou institucionalmente, em suas palavras. Ela me disse que “ele é reconhecido há muito tempo como uma pessoa que procura fazer jornalismo de recorte racial, dentro dessa ideia histórica de o movimento negro estar produzindo notícias sobre a conjuntura brasileira” (depoimento à pesquisadora, 2022). De fato, como já mencionamos, a fundação do Alma Preta coincidiu com os períodos finais do seu curso de jornalismo, no qual era um dos pouquíssimos negros entre os mais de 40 estudantes. O docente que mais o marcou foi um professor negro atento às questões de raça no Brasil. No jornalismo, admirava nomes como Juca Kfoury e Abel Neto, conhecidos por discutirem futebol sob um viés social. E foi nascido e criado na periferia de São Paulo, filho de pais com um histórico que ele nomeou como ativista. “Então, a política, ela sempre foi uma coisa presente dentro de mim”, disse ele após falar sobre a vivência

com mãe e pai militantes. Ao contar sobre sua relação com o território, citou trecho antológico de um rap dos Racionais MCs: “o mundo é diferente da ponte pra cá”⁵⁸.

Minha família é da Zona Norte de São Paulo, da Brasilândia, um bairro de periferia, e fui criado vendo a desigualdade (...). Me lembro que eu atravessava a cidade, ia vendo a cidade mudar, as coisas ficando mais pobres, a cidade ficando mais negra, e aquilo sempre me marcou (depoimento à pesquisadora, 2022).

Em determinado momento da reunião com o mandato, o entrevistado B e a entrevistada A começaram a conversar sobre episódios coincidentes em suas trajetórias. Ele contou sobre a primeira vez que foi a Brasília, em 2015, ano de fundação do Alma Preta. À época, a redução da maioria penal poderia ser votada a qualquer momento na Câmara dos Deputados e, em todo o país, movimentos estudantis e da infância e adolescência protestavam contra a medida. O evento mais importante dessa mobilização foi a vigília nacional “Amanhecer contra a redução”, que recebeu caravanas de todo o Brasil, incluindo aquela em que estava o jornalista⁵⁹. Na sequência, a entrevistada A lhe perguntou se, tempos antes, ele havia participado de um projeto com o Afrobras. Ele disse que de fato tinha feito parte, por meio de uma frente de mídias negras em São Paulo. Mencionou ainda alguns grupos que integravam esse fórum, como Blogueiras Negras, Geledés e Portal Áfricas.

Na época mencionada, a entrevistada A trabalhava na Fundação Palmares⁶⁰, e entre outras tarefas, atuava justamente no desenvolvimento de um projeto para o fomento de mídias negras no país. Além desse envolvimento pessoal e profissional com relações étnico-raciais, ela se dedica à pesquisa acadêmica, e esse repertório ficou evidente em diferentes momentos de nossa entrevista e da reunião com os jornalistas do Alma Preta. Aliás, suas reflexões sobre jornalismo político, *advocacy* e outros temas subjacentes tiveram influência sobre os rumos desta pesquisa. Sua trajetória abriga também passagens por agências da ONU, e foi em uma dessas experiências que ela conheceu a entrevistada C, que também trabalhou nas Nações Unidas.

⁵⁸ “Da Ponte pra Cá”, dos Racionais MCs, é parte do álbum “Nada como um dia após o outro dia”, lançado em 2002. Foi eleito em uma lista brasileira da Revista Rolling Stone como o 88º melhor disco brasileiro de todos os tempos. “Da Ponte pra Cá” entrou no vocabulário do rap nacional e das periferias paulistanas, designando aqueles que moram nessas áreas da cidade, especialmente a Zona Sul de São Paulo.

⁵⁹ A PEC 115/2015, que tramita no Congresso desde 1993, propõe reduzir a maioria penal no Brasil de 18 para 16 anos nos casos de crimes hediondos, homicídio doloso e lesão corporal seguida de morte. Em 2015, sob a presidência do deputado Eduardo Cunha, teve sua tramitação acelerada na Câmara dos Deputados e chegou a ser aprovada em 2º turno no plenário da Casa. A proposta não prosperou no Senado. Hoje, encontra-se arquivada.

⁶⁰ A Fundação Palmares tem como missão promover e preservar a cultura negra e afro-brasileira.

Além de serem mulheres negras jornalistas com passagem em agências da ONU, elas guardam outras afinidades. Brasileiras, são nascidas e criadas na Vila Planalto e na Ceilândia, regiões onde vivem gerações de trabalhadores que ajudaram a erguer a capital federal. Além disso, na família de ambas há pessoas que trabalharam na Câmara dos Deputados. No caso da entrevistada A, sua avó atuou durante anos como auxiliar de serviços gerais. Já o avô da entrevistada C era marceneiro: “ele ajudou a construir a Câmara dos Deputados, inclusive vários armários estão lá, chiques. E aí a minha relação com a Câmara é muito afetiva por conta disso” (depoimento à pesquisadora, 2022). A entrevistada A já tinha me dito algo semelhante em várias ocasiões, visto que a avó tinha hábito de levá-la ao trabalho, quando criança.

Ainda sobre a ciranda dos encontros: a jornalista do Alma Preta tem um forte envolvimento com a agenda da democratização das comunicações. Isso é algo muito familiar para mim, pois integrei por anos o comitê mineiro do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, representando uma das organizações onde trabalhei, e também conduzi processos formativos comunitários sobre mídia. Disse a entrevistada C:

Na comunicação comunitária eu tive contato com o que é democratização de mídias, o que são os direitos humanos, sobre o artigo 19, que fala sobre comunicação, as liberdades de expressão (...). Então passei a falar sobre mídia, comunicação... E passei a ter uma noção mais ativista da comunicação do que mercadológica. Porque já tinha levado “paulada” pra caramba e precisava fazer algo com a minha capacidade de fazer comunicação. (...) Então eu fiz bastante rádio, foi muito legal, mas fiz rádio comunitária, não fiz rádio de veículo comercial, fiz várias coisas comunitárias, várias mesmo. Viajei para vários lugares para aprender a fazer mídia comunitária e para poder ensinar também (depoimento à pesquisadora, 2022).

Essa ainda foi, por muito tempo, a própria área de trabalho e militância da entrevistada E. Quando cursava jornalismo em Brasília, nos anos 2000, envolveu-se com o movimento estudantil. Após se formar, iniciou sua atuação sindical: ao mesmo tempo que trabalhava como jornalista em uma federação de servidores federais, ingressou no sindicato dos jornalistas do DF.

Aí foi um período em que eu me organizei muito nesse debate, comunicação sindical, comunitária, voltada para movimentos sociais (...). Por causa disso, participava também do movimento de comunicação, acompanhava o movimento da luta pela democratização da comunicação, e fui trilhando também uma militância nessa área, sindical, de comunicação. Acompanhei pelo sindicato a organização da Conferência Nacional de Comunicação (depoimento à pesquisadora, 2023).

Curiosamente, a mobilização em redes da I Confecom foi o tema de um dos meus trabalhos de conclusão de curso na Comunicação Social da UFMG. Depois, segui atuante por meio da referida atuação no FNDC-MG. Nesse período, encontrei várias pessoas que, soube depois, também conheciam a entrevistada E. Eu mesma só a conheci em Brasília, quando fui trabalhar como assessora parlamentar. Ela também começou a trabalhar no Parlamento em 2019, quando Talíria Petrone foi eleita deputada federal. Imediatamente após as eleições de 2018, a entrevistada E começou a movimentar-se no sentido de trabalhar no futuro mandato, dizendo: “Quero contribuir com essa história dessa deputada nesse momento histórico”. Como nossas parlamentares eram e são muito próximas, tivemos colaborações profissionais em várias situações.

Segundo a entrevistada E, essa experiência como assessora parlamentar lhe permitiu se aproximar dos “movimentos de mulheres, feminista e negro”, que ela considera hoje sua principal área de militância. E, como a entrevistada A, a entrevistada E tem uma trajetória acadêmica - inclusive, foi nesse contexto que ambas se conheceram, antes mesmo de trabalharem nos respectivos mandatos parlamentares. A entrevistada E já conhecia alguns repórteres e editores de veículos independentes que hoje ela atende como assessora do mandato de Talíria Petrone, a exemplo do Repórter Brasil, Brasil de Fato e Fórum. Isso aconteceu devido a uma trajetória ativista em comum.

Na primeira parte de nossa conversa, a entrevistada E compartilhou comigo seu histórico profissional, acadêmico e ativista, bem como os caminhos que a levaram até o mandato. Ela parecia muito feliz ao comentar sua trajetória. Para quem, como ela, tem um envolvimento afetivo e político com o trabalho, isso se torna ainda mais relevante. Sua chegada ao Parlamento parece, assim, quase natural; a culminância de um caminho trilhado por anos. O mesmo eu sentia em relação à entrevistada A. Em um dos vários momentos que passamos juntas no trabalho, ela me disse que atuar no Parlamento era um desejo antigo e que algumas tentativas anteriores haviam sido frustradas. Agora, ressaltou, vivia um momento profissional feliz e gratificante.

É muito interessante observar os encontros e a confluência dessas trajetórias no Parlamento. Quando essas pessoas chegam ao Legislativo, levam consigo uma bagagem pessoal, profissional, ativista. E, por vezes, acadêmica. Não raro, em áreas afins às prioridades do mandato, o que certamente qualifica e potencializa sua ação política. No meu caso, estou fazendo o inverso, ao trazer a experiência vivenciada na Câmara para uma reflexão teórico-metodológica. Nessa gira dos encontros, é notório que as relações pessoais de assessores e jornalistas, bem como suas

trajetórias, crenças e orientação política, influenciam os rumos de um mandato e das tramas jornalísticas associadas a ele.

Estas são, assim, vias de acesso importantes para que organizações de jornalismo independente como Alma Preta e AzMina adentrem o Parlamento. Em outras palavras, a missão dos veículos, o foco explícito de suas produções e a conexão estabelecida com movimentos e mandatos afins também facilitam o acesso ao Poder Legislativo, para além do próprio papel de “fiscal” das instituições que se atribui ao jornalismo. No próximo capítulo, veremos como tudo isso se traduz em impactos na agenda legislativa da Casa, a partir de alguns exemplos de agendamento. As três tradições da pesquisa em *agenda-setting* servirão como guia do percurso.

4 AGENDA-SETTING NO PARLAMENTO

Quando comecei a refletir sobre o objeto deste trabalho, ainda em 2019, a noção de *agenda-setting*⁶¹ era central no meu problema de pesquisa. Como dito na introdução desta etnografia, uma das minhas premissas era a de que a produção jornalística de Alma Preta e AzMina, à semelhança de seus pares da imprensa tradicional, agendava o debate público e, especialmente, o sistema político. Recém-chegada a Brasília e à Câmara dos Deputados, eu me encontrava no coração do jornalismo político brasileiro. Era possível observá-lo mais de perto e, principalmente, de dentro. De alguma forma, eu me tornava parte desse ecossistema formado por jornalistas, assessores e agentes políticos - neste caso, parlamentares. Não que eu fosse totalmente alheia a esses processos, mesmo porque cursei jornalismo e relações públicas na universidade, mas não possuía experiência em redações jornalísticas tradicionais e na produção de *hard news*. Até então, meu trabalho na área tinha se voltado a outras atividades.

Por anos atuei com produção de conteúdo para publicações, sites e redes sociais, tendo algumas dessas produções um teor mais explicitamente jornalístico. E fiz assessoria de imprensa, sobretudo no âmbito de projetos e organizações sociais, ou seja, estive “do outro lado do balcão⁶²”, produzindo sugestões e avisos de pauta, mediando o contato com fontes, agendando entrevistas, oferecendo histórias, bastidores e até mesmo furos a jornalistas. E na Câmara Municipal de Belo Horizonte, já trabalhando para a mesma parlamentar (à época vereadora na capital de Minas Gerais), fui uma das pessoas responsáveis por sua assessoria. Aqui, uma experiência marcante foi a organização de uma coletiva de imprensa sobre o relatório final da Comissão Especial de Estudos sobre o Genocídio da Juventude Negra e Pobre⁶³, presidida pela vereadora. Conseguimos uma repercussão excelente, em diferentes veículos, e avaliamos que não somente havíamos conseguido agendar o tema com os jornalistas, como também narrativas e enquadramentos.

Mas na Câmara dos Deputados essa realidade era diferente, no sentido de que a comunicação política acontecia em outra escala, muitíssimo mais ampliada. E, importante ressaltar,

⁶¹ Em linhas gerais, as teorias no bojo da *agenda-setting* (em livre tradução, formação da agenda) se debruçam sobre a relevância que certos temas ou problemas assumem em determinado momento junto ao público e/ou a tomadores de decisão em diferentes níveis.

⁶² Expressão comum no jargão jornalístico, utilizada para referir-se ao trabalho do assessor e da assessoria de imprensa.

⁶³ Sobre a coletiva e o relatório, ver matéria publicada no portal da Câmara na ocasião. Disponível em: <<https://www.cmbh.mg.gov.br/comunica%C3%A7%C3%A3o/not%C3%ADcias/2018/05/apresentado-relat%C3%B3rio-parcial-sobre-homic%C3%ADdio-de-jovens-negros-e-pobres>>. Acesso em: 21 mai. 2023

em um *timing* próprio: o da capital federal, no coração do Parlamento brasileiro, em meio às transformações da política na era da comunicação de massa (GOMES, 2014). Nesse contexto, os meios de comunicação exercem um papel crucial não só na cobertura do jogo político, como também na produção da própria política. Essa relação simbiótica entre imprensa e poder se manifesta, entre outros elementos, na presença cotidiana de correspondentes e setoristas de política no Congresso Nacional e na relação estreita entre muitos desses jornalistas e assessores de imprensa dos gabinetes parlamentares.

Em meio a essas teias de poder, portanto, eu sentia que testemunhava na prática aquilo que McCombs e Shaw (1972) outrora cunharam como *agenda-setting*, a partir de um estudo sobre o papel dos meios de comunicação na campanha presidencial estadunidense de 1968.

Conhecido como o Estudo de Chapel Hill, McCombs e Shaw elaboraram um específico desenho de investigação para testar a relação entre os assuntos que eram veiculados pela mídia (*media agenda-setting*) e os assuntos que eram identificados pelo público como sendo assuntos relevantes naquela conjuntura (*public agenda-setting*). Baseados na combinação de dois recursos metodológicos - a análise de conteúdo (realizada por meio da análise das reportagens e temas tratados pelos veículos de comunicação de massa) e pesquisas de opinião pública (elaboradas por meio da aplicação de entrevistas numa amostragem de cem eleitores indecisos), os autores comprovaram empiricamente a existência de grande correlação entre os temas noticiados pela mídia e os temas que os entrevistados entendiam como sendo mais importantes (CAPELLA; BRASIL, 2018, p. 128).

Assim, os meios de comunicação de massa ajudam a definir os temas que pautam a conversa pública cotidiana, o que foi sintetizado na conhecida formulação de que os *media* não são capazes de determinar *o quê* as pessoas pensam, mas dizem *sobre o quê* elas devem pensar (McCOMBS, 2004 *apud* LARA, 2014, p. 29). Em revisões posteriores da teoria, entendeu-se que o que a cobertura midiática faz é indicar saliência e enquadramento para certas questões. As teorias do agendamento estão entre as criações mais profícuas do campo da Comunicação Social e, ao propor coincidências entre a agenda dos *media* e da opinião pública, sofisticaram a tradição de pesquisa norte-americana sobre a influência dos meios de comunicação massivos (LYCARIÃO; SAMPAIO, 2016).

Os contornos da *agenda-setting* são facilmente observáveis no Parlamento nacional: uma manchete estrondosa, circulando na internet em tempo real, é capaz de provocar manifestações quase instantâneas de parlamentares em suas redes sociais. Também podem subsidiar

requerimentos de informação⁶⁴, convocações de audiência pública e declarações ao microfone das comissões e do plenário, entre outros atos. Em conjunto, acabam por retroalimentar o *loop* do jornalismo político⁶⁵ e abastecer o debate público, em uma dinâmica recursiva. Assim, a experiência no Congresso Nacional evidenciava para mim a relação íntima entre a agenda dos meios de comunicação, a agenda legislativa e a agenda da discussão pública, resultantes de um processo complexo e multicausal.

Rodrigues (2003), em pesquisa sobre os agendamentos da imprensa no Congresso Nacional, relaciona a importância da visibilidade para a própria realização da política como uma atividade pública. Na impossibilidade de uma democracia direta, a imprensa e o jornalismo - que a autora inclui no rol das chamadas “novas elites” - firmaram-se como dispositivos de mediação entre o público e o poder constituído. Políticos precisam, assim, adequar-se a essa nova gramática, em uma relação simbiótica na qual o agendamento torna-se um fenômeno inevitável: “as agendas pública, midiática e política interagem com valores e pesos diferentes, mas a relação mídia-política supera a relação mídia-público” (RODRIGUES, 2003, p. 33). No Congresso, pela própria natureza dos trabalhos, essa relação torna-se ainda mais visível.

Na referida pesquisa, foi analisada a cobertura dos jornais impressos Folha de S. Paulo, Jornal do Brasil, Correio Braziliense e O Globo nos meses de maio e junho de 1996 em 14 casos com possibilidades de agendamento, entre eles a Reforma da Previdência, a privatização da Vale do Rio Doce e a querela entre PFL (atual DEM) e PSDB. Para compreender as influências dessa cobertura no plenário da Casa, Rodrigues (2003) aplicou uma análise estatística aos pronunciamentos feitos entre janeiro e junho de 1996, buscando referências explícitas e implícitas. Considerando-se menções indiretas, 38,94% dessas falas ancoravam-se na imprensa. Ainda, ela entrevistou parlamentares e assessores e analisou requerimentos de informação, entre os quais quase um quarto citava matérias jornalísticas. Por fim, como eixo central da análise, a autora descreve com detalhes o desenrolar de 14 episódios com poder de agenda, com foco no enquadramento do tema pela imprensa e nos consequentes desdobramentos legislativos.

⁶⁴ Os requerimentos de informação (RICs) são documentos que solicitam a ministros de Estado informações sobre atos na área de competência do respectivo ministério, inclusive em órgãos da administração pública indireta. São solicitados por parlamentares via comissão ou plenário e devem ser respondidos em até 30 dias, sob pena de enquadramento em crime de responsabilidade. Disponível em: <<https://radargovernamental.com.br/requerimento-de-informacao-ric/>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁶⁵ Um exemplo disso é a chamada *suíte*, que, no jornalismo, refere-se à produção que explora os desdobramentos de um fato que foi notícia anteriormente.

Em um período anterior à consolidação do jornalismo digital e à onipresença das redes sociais, a pesquisa evidencia a forte influência dos meios jornalísticos impressos na atividade parlamentar do Congresso. À guisa de conclusão, a autora resume as instâncias em que o agendamento ocorre: na tematização, no desvendamento de denúncias, na representação da opinião pública, nas oportunidades de visibilidade, nas negociações de recado e na ampliação do campo polêmico no Congresso. Aponta, também, fluxos de agendamento em múltiplas direções: “imprensa agenda Congresso / porque agenda povo / que agenda imprensa / que agenda Congresso / que agenda imprensa / que agenda povo” (RODRIGUES, 2003, p. 112). Como se vê, é forte o poder de agenda dos meios de comunicação, inclusive no Congresso, que o torna um *locus* privilegiado para observar os limites e as potencialidades do fenômeno do agendamento.

Em que pese a grande importância da pesquisa de Rodrigues (2003), quase três décadas mais tarde o cenário é consideravelmente distinto. No final dos anos 1990, a política institucional experimentava uma relativa estabilidade, ainda na esteira da redemocratização do país. O ecossistema midiático era principalmente analógico, com a onipresença dos meios de comunicação massivos. As próprias teorias do *agenda-setting*, aliás, por muito tempo se debruçaram precisamente sobre o trabalho dos meios de comunicação de massa. Agora, como discutido no capítulo 2, tem-se a chamada quarta era da comunicação política: um contexto midiático marcado por fragmentação, disrupção, hibridização e dispersão. A proliferação de mídias digitais levou ao aumento da dispersão e da cacofonia de vozes públicas (BENNET; PFETSCH, 2018). A democracia, inclusive no Brasil, está em crise, ameaçada não apenas por movimentos e governos autoritários e populistas (MOUNK, 2019; EATWELL; GOODWIN, 2020), como também pela política-algoritmo alimentada pelo *big data* e pela desinformação (EMPOLI, 2019).

Esse panorama impôs ao trabalho desafios de ordem teórico-metodológica, como discutido na introdução desta monografia. Ao mesmo tempo que permanece a relação simbiótica entre imprensa, jornalismo e política, as formas como isso se manifesta na chamada quarta era da comunicação política demandam novas miradas analíticas. Ademais, como já dito, as molduras teóricas do *agenda-setting* versam sobre os meios de comunicação massivos, enquanto meu objeto de pesquisa envolve veículos jornalísticos segmentados e independentes, com alcance mais limitado em relação aos pares da imprensa convencional. Ainda, no decorrer do processo, fui entendendo que a minha pergunta de pesquisa não seria necessariamente mensurável. Em vez disso, poderia ser mais interessante - e viável - um *approach* descritivo, que desvelasse atores, relações e

processos envolvidos na feitura do jornalismo independente no Congresso, que, enquanto descreve, também reflete e interpreta sentidos. Uma etnografia, portanto.

No âmbito do meu projeto, eu concebia o *agenda-setting* na Câmara dos Deputados em duas dimensões principais. Uma é aquela que veículos de comunicação, inclusive os independentes, ajudam a construir por meio de sua produção jornalística. A outra se refere à profusão de temas relevantes no Congresso Nacional em dado momento, ou seja, a agenda política de debates no Parlamento. Não raro, as duas agendas experimentam sobreposições ou podem, inclusive, ser coincidentes. De toda forma, a noção de enquadramento, tal como em Goffman (2006), é preponderante aqui, à medida que a agenda envolve a construção e a partilha de *frames* em contextos de estratégia política (MENDONÇA; SIMÕES, 2012). Pesquisas que envolvem o *agenda-setting*, portanto, são provocadas por uma questão: “por que determinados problemas, e não outros, são alçados em determinado momento e não outro, à condição de problema público a merecer tratamento político?” (SANTOS; BORGES, 2018, p. 12).

Nos estudos sobre a formação da agenda, são três as principais tradições de pesquisa (CAPELLA; BRASIL, 2018). Aquela que estuda a seleção dos assuntos que serão noticiados (*media agenda-setting*); a que observa a opinião pública a respeito de determinados temas (*public agenda-setting*); e, por fim, aquela focada em compreender a percepção dos agentes políticos a respeito de certos problemas (*policy agenda-setting*). Enquanto esta última está mais associada a campos como ciência política e políticas públicas, as duas primeiras se filiam, sobretudo, aos estudos em comunicação, com grande influência da mencionada pesquisa de McCombs e Shaw (1972).

Não obstante o crescente interesse nos estudos sobre agenda, pesquisas sobre a chamada *policy agenda* ainda não são numerosas no Brasil (CALMON; COSTA, 2007). Já as tradições da *media agenda-setting* e da *public agenda-setting* desfrutam de maior presença nos anais da pesquisa brasileira, mas permanecem apartadas do campo da *policy agenda* (CAPELLA; BRASIL, 2018; LYCARIÃO; SAMPAIO, 2016; SILVA, 2017). Embora essas três tradições tenham se desenvolvido de forma relativamente independente, há acordo sobre conexões possíveis e oportunidades de pesquisa que as articule (CAPELLA; BRASIL, 2018). Esta etnografia se propõe a avançar nesse sentido, a partir de contribuições dos três campos ligados à pesquisa em agenda.

Mesmo com essas distinções analíticas, argumenta-se que, no geral, os estudos sobre agenda apresentam íntima conexão com as práticas de *advocacy* e com o campo das políticas

públicas (CAPELARI *et al.*, 2015; SILVA, 2017). Inclusive, como argumentarei com mais detalhes no capítulo 5, iniciativas de jornalismo independente como Alma Preta e AzMina geram efeitos de *advocacy* enquanto buscam agendar o Parlamento. Assim, não é que esses veículos desenhem necessariamente uma estratégia de incidência política para atuar junto a determinados mandatos e, com isso, pautar a agenda decisória da casa. Fui readequando essa premissa inicial ao longo da pesquisa, já que as evidências me mostravam que os fluxos podem acontecer também em outros sentidos: ao fazerem jornalismo - independente, segmentado, com perspectiva declarada de raça e gênero -, Alma Preta e AzMina potencialmente pautam a agenda decisória da casa, com efeitos de *advocacy*.

Em princípio, esse é um fluxo que pode ser observado também na dinâmica dos meios de comunicação de massa, como mostrou a pesquisa de Rodrigues (2003). Mas é possível notar algumas distinções, como um compromisso explícito e explicitado com as pautas de raça e gênero e o desejo de mudanças no *status quo* que, cada vez mais, garantam e promovam os direitos de mulheres e pessoas negras. Cabe citar, também, os próprios modos de fazer jornalismo, que demandam uma maior proximidade com movimentos que fazem *advocacy* de fato. Neste capítulo, o foco está em compreender as influências da produção jornalística desses veículos sobre a agenda parlamentar. No próximo, falarei sobre o que convencionei chamar de efeitos de *advocacy*.

A título de retomada: comecei esta etnografia situando Alma Preta e AzMina na chamada quarta era da comunicação política, em meio à profusão de atores que produzem e circulam informação desse tipo. Aponta-se que é um momento de hibridização e proliferação de mídias, não raro ligadas a causas específicas e atuando em conexão. De fato, os dois veículos atuam em parceria com outros, inclusive com pares da imprensa comercial: essa coexistência é um dado, e tanto AzMina quanto Alma Preta nasceram para, de acordo com seus jornalistas, suprir lacunas que identificam no jornalismo convencional. Entendemos também a noção de independência para ambos e as formas como isso ocorre no cotidiano, especialmente em termos editoriais e de sustentabilidade financeira. Além disso, examinamos suas rotinas de trabalho, particularmente a *newsmaking* junto do Congresso Nacional. Aqui, me detive na relação dos dois com o processo legislativo e nas escolhas editoriais associadas a isso. Ainda, busquei compreender os impactos da tecnologia e do jornalismo de dados na produção cotidiana desses veículos.

Na sequência, discuti de que formas a produção jornalística de ambos parece “atualizar” maneiras de fazer progressas: a imprensa negra, no caso do Alma Preta; e a imprensa feminista, no

caso da AzMina. São inspirações que sugerem um ponto de partida para a reescrita de novas histórias e modos de fazer. Essa relação intensa, inclusive histórica, com as pautas feminista e antirracista me levou a discutir também o caráter de representação que o trabalho desses veículos assume. Meu argumento é o de que, ao fazerem jornalismo segmentado e declaradamente feminista e antirracista, estão representando grupos em situação de desvantagem.

No bojo da teoria democrática e da representação política, seriam os representantes autoautorizados, de caráter não eleitoral. Sustento também que isso, naturalmente, incentiva o relacionamento com mandatos de orientação progressista e, sobretudo, que sejam também *advocates* de tais pautas. É a representação como *advocacy* (URBINATI, 2010), quando “o elemento central da advocacia de temas não é a autorização, e sim uma relação variável no seu conteúdo entre os atores e os seus representantes” (AVRITZER, 2007, p. 457). Nesse processo, a experiência, a trajetória, as crenças e as relações interpessoais de cada jornalista e assessor envolvidos são igualmente relevantes.

Agora nos interessa observar como acontece de fato a “entrada” de Alma Preta e AzMina no Parlamento. Ou seja, como a sua produção efetivamente adentra o sistema político. É relevante fazer algumas perguntas, ainda que nem todas ganhem respostas completas dadas as limitações deste estudo: quais produções? Por quais vias? Por meio de quem? Como reverberam? Como podem impactar os rumos de determinada atuação parlamentar? Em suma, nos debruçaremos sobre o processo de *agenda-setting* protagonizado por aqueles veículos, considerando a *media*, a *public* e a *policy* agenda. Uma vez que optamos pela etnografia, são dois os pontos de partida: o meu, ou seja, o da etnógrafa que começou a gestar esta pesquisa mesmo antes de sua formalização em uma proposta; e o de pessoas diretamente envolvidas nessa trama. O ponto de chegada, por sua vez, foi sendo alicerçado ao longo do trabalho e, sobretudo, de sua escrita.

Em 2019, com o início de uma nova legislatura e de um mandato presidencial ocupado por um político de extrema direita, Alma Preta e AzMina começaram a se aproximar do Parlamento e, especialmente, de mandatos com os quais sentiam afinidade, como discutido no capítulo anterior. Nosso mandato começou, então, a ser acionado com certa frequência, especialmente para pedidos de entrevista com a parlamentar que eu assessorava. Ao mesmo tempo que éramos procuradas, também fazíamos uso das produções desses veículos, principalmente daquelas que se ligavam a nossos temas de interesse e/ou que contavam com a participação da deputada.

Em nosso perfil do Facebook, por exemplo, já divulgamos vários *links* com matérias do Alma Preta (“Mudanças na Previdência: deputadas analisam possíveis impactos para população negra”⁶⁶, de 19 de abril de 2019; “Base de Alcântara e a violação de direitos dos povos quilombolas”⁶⁷, de 18 de junho de 2019; “Deputada federal apresenta ação judicial contra censura de Bolsonaro à cultura”⁶⁸, de 15 de agosto de 2019; “Aprovação de exploração de Alcântara viola direitos dos quilombolas”⁶⁹, de 24 de outubro de 2019). O mesmo se passa com a Revista AzMina (“Mulheres negras hackeiam a política”⁷⁰, de 22 de julho de 2020; “Revolucionária em vários sentidos: a história da lei Maria da Penha”⁷¹, de 7 de agosto de 2020; “Maternidade, idade e sexualidade tornam candidatas alvos de ataques nas redes sociais em MG”⁷², de 24 de novembro de 2020).

Já se nota aqui algum nível de agendamento, sobretudo do veículo em direção ao mandato. Como assessora e uma das responsáveis diretas pela definição do que seria veiculado nas redes, trago os critérios que ajudavam a definir esses filtros. Um dos mais óbvios - e importantes - era a afinidade de assuntos: como se vê pelas manchetes, os textos orbitam o universo temático de nossa atuação parlamentar. Para além dos temas, fontes, exemplos, abordagens também influenciavam a decisão, ou seja, a produção de Alma Preta e AzMina nos sugeria temas (*o quê*) e enquadramentos (*como, por que*). Tudo isso conformava, portanto, um dos crivos de nossa escolha editorial.

Ainda sobre esse critério, a saber a afinidade temática, é importante dizer como os conteúdos dos veículos chegavam até nós, que atuávamos como *gatekeepers*⁷³ das redes sociais da

⁶⁶ Disponível em: <<https://www.almapreta.com.br/sessao/politica/mudancas-na-previdencia-deputadas-analisam-possiveis-impactos-para-populacao-negra>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁶⁷ Essa reportagem, em especial, foi publicada diretamente no Yahoo!, por meio de uma parceria entre o Alma Preta e o referido portal para a produção e publicação de conteúdo. No entanto, o link não está mais acessível devido à inoperância da plataforma: “a partir de 31 de março de 2023, o Yahoo Brasil não publicará mais conteúdo. Todos os outros serviços não serão afetados por essas alterações. Agradecemos a todos os leitores pelo apoio”. <https://br.noticias.yahoo.com/base-alcantara-direitos-quilombolas-122232108.html>

⁶⁸ O link não está mais acessível devido ao mesmo motivo exposto na nota anterior: <https://br.noticias.yahoo.com/bolsonaro-censura-deputada-federal-120811756.html>

⁶⁹ Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/cotidiano/aprovacao-de-exploracao-de-alcantara-viola-direitos-dos-quilombolas>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁷⁰ Disponível em: <<https://azmina.com.br/reportagens/mulheres-negras-hackeiam-a-politica/>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁷¹ Disponível em: <<https://azmina.com.br/reportagens/revolucionaria-em-varios-sentidos-a-historia-da-lei-maria-da-penha/>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁷² Disponível em: <<https://azmina.com.br/reportagens/maternidade-idade-e-sexualidade-tornam-candidatas-alvos-de-ataques-nas-redes-sociais-em-mg/>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁷³ Nas teorias do jornalismo, o *gatekeeping* refere-se a uma etapa do processo de construção e seleção de notícias. O *gatekeeper* - seja o jornalista, seja o assessor, como no caso em tela - atua como uma espécie de porteiro, responsável

deputada. Isso acontecia de várias maneiras. Nós, as assessoras de comunicação, estávamos sempre atentas à produção do Alma Preta, da AzMina e de afins. Seguíamos os perfis nas redes sociais, recebíamos as *newsletters*, visitávamos os respectivos sites. E, claro, também víamos o que outras pessoas estavam compartilhando, seja no *feed* de nossos próprios perfis, seja em mensagens de aplicativos. Quando eu me deparava com algo relevante, levava à discussão da equipe de comunicação sobre a pertinência de compartilhar. Para isso era necessário um gancho⁷⁴, como se diz no jargão jornalístico. Por exemplo, no caso da já citada manchete “Revolucionária em vários sentidos: a história da lei Maria da Penha”, a data de publicação (7 de agosto de 2020) coincidia com o aniversário de promulgação da lei.

Neste caso em específico, lembro-me que houve uma busca ativa de minha parte. Como um mandato feminista, era praticamente um dever de ofício comentar o aniversário de promulgação da Lei Maria da Penha, algo que muitas de nossas seguidoras e seguidores esperavam de nós. Ciente dessa necessidade, recordo-me de visitar precisamente o site da AzMina, supondo que um veículo nichado falaria a respeito. Além disso, buscava um conteúdo consistente, que tivesse também uma dimensão educativa. Levei, então, a sugestão à nossa equipe de comunicação, que concordou em publicá-la. Como se vê, nosso mandato endossava o jornalismo da AzMina. Em nossa rotina de trabalho, discutíamos diariamente a pauta do dia, à semelhança do que acontece nas redações jornalísticas. A chefia de gabinete também tinha acesso a esse planejamento diário de conteúdo, por meio de uma ferramenta de trabalho específica para o diálogo entre equipes.

Aliás, as publicações de Alma Preta e AzMina também chegavam até nós via chefes de gabinete e outros assessores parlamentares do mandato. Embora não fossem, a rigor, profissionais de comunicação, também estavam expostos a esses conteúdos e, portanto, ao agendamento. No geral, esse tipo de pedido era acatado por nós, embora sempre houvesse espaço para uma contra-argumentação técnica e política caso ponderássemos alguma sensibilidade. Mas no caso das produções do Alma Preta e da AzMina, não tenho lembranças de ter acontecido isso.

Ainda, o pedido para veiculação nas redes sociais podia vir da própria parlamentar, embora fosse menos frequente. A deputada que eu assessorava é uma pessoa atenta ao que circula

por filtrar os conteúdos que serão veiculados com base em valores-notícia, na linha editorial do veículo e em outros critérios.

⁷⁴ Conteúdos no geral devem ter alguma razão que lhes dê atualidade e interesse geral para justificar sua publicação. Ou seja, um gancho. Os profissionais de comunicação devem procurar o gancho de suas histórias e, se possível, explicitá-los para o leitor.

na imprensa, inclusive em veículos independentes. Embora fosse leitora da AzMina, eram mais comuns solicitações suas envolvendo o Alma Preta. Talvez devido à aproximação dela com a Coalizão Negra por Direitos e, portanto, com as organizações que integram essa articulação. Cabe lembrar, inclusive, que o mandato era assinante do Alma Preta, a exemplo de outros veículos da imprensa tradicional assinados com recursos da cota parlamentar⁷⁵.

Além da afinidade temática, outro critério que servia como filtro para veiculação de conteúdos de Alma Preta e da AzMina era que a parlamentar tivesse sido citada e/ou diretamente envolvida com o tema. É o que vemos na matéria “Censura de Bolsonaro à cultura afeta os negros, as mulheres e os LGBTs”⁷⁶, de 14 de outubro de 2019. A própria manchete traz aspas da deputada, e outras falas suas são citadas ao longo do texto. Aqui é importante mencionar que o enfrentamento ao desmonte das políticas culturais sob a gestão presidencial anterior, aliado à defesa da cultura viva, foi um dos principais eixos de trabalho do mandato. Em uma publicação de balanço do mandato de Áurea na Câmara dos Deputados, lê-se:

Como titular na Comissão de Cultura da Câmara⁷⁷, nosso mandato atuou para levar ao centro do debate uma perspectiva de cultura viva⁷⁸, em sinergia com a defesa de todos os direitos. Ao lado de agentes, movimentos culturais e de outros parlamentares comprometidos com essa agenda, lutamos contra a censura e o dirigismo cultural, pela proteção do patrimônio cultural e contra o desmonte das políticas de fomento e as constantes tentativas de criminalização de trabalhadores da cultura e das artes. Não esmorecemos frente aos ataques da “guerra cultural” bolsonarista. Com a cultura e pela cultura, não sucumbimos às sombras do autoritarismo! (ÁUREA CAROLINA, 2022, p. 32)

Outros conteúdos do Alma Preta que veiculamos devido a um envolvimento direto com a pauta foram aqueles relativos à base militar de Alcântara, no Maranhão, e seus impactos sobre as

⁷⁵ A Cota para o Exercício da Atividade Parlamentar (CEAP) é um benefício mensal disponível aos parlamentares para custeio de despesas típicas do exercício do mandato. Entre elas, estão o aluguel de escritório de apoio ao mandato no estado; passagens aéreas; alimentação; aluguel de carro; combustível; entre outras. Esses gastos estão disponíveis no portal de transparência da Casa. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/comunicacao/assessoria-de-imprensa/guia-para-jornalistas/cota-parlamentar>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁷⁶ Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/politica/censura-de-bolsonaro-a-cultura-afeta-os-negros-as-mulheres-e-os-lgbts>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁷⁷ Áurea Carolina foi titular da Comissão de Cultura entre 2019 e 2022, tendo sido, de 2019 a 2020, a segunda vice-presidenta.

⁷⁸ De acordo com a publicação: “O conceito cultura vive surge com a experiência brasileira dos Pontos de Cultura, com base na política pública implementada a partir da gestão do ex-ministro da Cultura Gilberto Gil. Entende como prioritária a cultura dos povos e das comunidades e seus saberes tradicionais e tem como meta reduzir o acesso precário desses grupos aos mecanismos de criação, produção, registro, fruição e difusão cultural. A Política Cultura Viva já é bem-sucedida em diversos municípios e estados brasileiros, com experiências similares em 17 países da América Latina

comunidades quilombolas do entorno. Nosso compromisso com a causa foi tamanho que chegamos a assumir a liderança de uma campanha on-line, a #ConsultaQuilombolaJá⁷⁹! Entre os *links* compartilhados em nossas redes sociais a esse respeito, estão os já citados “Base de Alcântara e a violação de direitos dos povos quilombolas” e “Comunidades quilombolas precisam ser ouvidas sobre a exploração da base de Alcântara, diz deputada federal”. O Alma Preta, particularmente, acompanhou bem de perto o assunto por sua relação explícita com a violação de direitos da população negra.

À época, passamos a oferecer alguns bastidores sobre o tema diretamente ao Alma Preta, tamanho o interesse deles em acompanhar de perto o caso. A entrevistada A, minha colega no mandato, falou sobre isso durante nossa conversa.

O Alma Preta trabalhou junto com a gente e com o mandato de Talíria sobre a questão de Alcântara. E fez matéria que saiu em outros lugares, porque veículos não sei lá de onde aproveitam os textos do Uol - que é esse processo de agenciamento de notícias, os menores compram dos veículos maiores, e tinha lá, no Jornal de Alcântara, uma matéria do Alma Preta sobre esse processo dos quilombolas. É outra visão, outra perspectiva, o tipo de entrevistado é outro, o tipo de conversa é outra (depoimento à pesquisadora, 2022).

O entrevistado B, jornalista no Alma Preta, destacou que o tema não gozava de cobertura em outros veículos e que isso servia como critério de noticiabilidade para sua equipe: “tem coisas que a gente tem que cobrir, senão também não saem em lugar nenhum, que são, por exemplo, as coisas de Alcântara. A gente acompanhou passo a passo, e foi muita coisa, tudo a gente acompanhava” (depoimento à pesquisadora, 2022). De fato, uma busca no site do Alma Preta mostra ao menos 18 matérias sobre o caso publicadas no ano de 2019, período em que a campanha esteve ativa e quando mais houve esforços legislativos para evitar que o acordo fosse assinado sem a escuta das comunidades atingidas.

A entrevistada E, responsável pela assessoria de comunicação e imprensa em outro mandato, também refletiu sobre a linha editorial das publicações nas redes sociais da deputada.

⁷⁹ O objetivo da campanha era pressionar o Congresso e o poder Executivo sobre o acordo para a exploração comercial da base militar de Alcântara, no Maranhão, firmado entre o Brasil e os Estados Unidos. A principal demanda era que o Estado brasileiro fizesse uma consulta prévia junto às comunidades quilombolas de Alcântara, no Maranhão, que estavam sob o risco de perder seus territórios ancestrais para a ampliação daquela base militar. A consulta prévia junto a comunidades potencialmente afetadas por qualquer empreendimento é um instrumento previsto na Convenção 169 da Organização Internacional do Trabalho (OIT), ratificada pelo Brasil. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/politica/deputadas-lancam-campanha-pelos-direitos-dos-quilombolas-no-maranhao>>. Acesso em: 21 mai. 2023

Segundo ela, para aquilo estritamente ligado à ação parlamentar, a exemplo de projetos de lei, audiências públicas e falas em plenário, a tendência era replicar conteúdos produzidos pela imprensa convencional. Além disso, sua equipe utilizava a cobertura dos veículos tradicionais em posts com comentários sobre o Poder Executivo. Isso porque, no geral, é a grande imprensa que está produzindo *hard news* sobre o cotidiano político em Brasília, dado que a grande maioria desses veículos conta com sucursais na cidade, correspondentes e setoristas *in loco* e acesso facilitado a fontes do mundo político, que os abastece em tempo real com bastidores, furos e declarações.

Por outro lado, continuou a entrevistada E, os conteúdos da imprensa independente - que ela chamou de alternativa - também agendavam o mandato, porém em relação às pautas abraçadas pela parlamentar:

Tem coisas que são pautadas a partir de reportagens que saem na grande imprensa, mas os materiais mais de fôlego que a gente produz, que a gente divulga, são reportagens e matérias que foram publicadas na imprensa dita alternativa, até mesmo porque elas vêm com um posicionamento muito mais crítico em relação às pautas que a gente já aborda no mandato. Então, por exemplo, o Alma Preta, que é um veículo que a gente fala muito, que a gente usa muito, a gente aproveita muita coisa deles sobre a pauta em relação à população negra que a grande imprensa não vai dar (depoimento à pesquisadora, 2023).

Ela disse também que a rede social mais utilizada para esse tipo de conteúdo era o Twitter, devido a um formato típico entre usuários da plataforma: comentário curto + inserção de link convidando para a leitura na íntegra. Na visão da entrevistada E, essa era uma forma de aprofundar os temas prioritários do mandato. Em sua opinião, veículos como Alma Preta e AzMina oferecem dados “muito mais elaborados, com as pautas positivas, com as pautas que trazem críticas, um olhar que a imprensa burguesa, digamos assim, comercial não vai trazer” (depoimento à pesquisadora, 2023). Ela complementou dizendo que “os dois tipos de imprensa, digamos assim, têm uma interferência, têm uma relação direta [com o agendamento], mas de formas diferentes” (depoimento à pesquisadora, 2023).

Em certas ocasiões, o compartilhamento de conteúdos desses veículos serve também ao *marketing* político dos próprios parlamentares. Falando pela Revista AzMina, a entrevistada D comentou sobre o uso do *ranking* do Elas no Congresso por parte de congressistas, especialmente se estão bem colocados. Ela citou o caso de Natália Bonavides (PT-RN): na colocação geral, a deputada está em 21º lugar, mas é a primeira colocada entre parlamentares de seu estado. O fato foi divulgado por meio de posts nas redes sociais de Natália e agendou também a imprensa local

do Rio Grande do Norte, como na manchete do portal Agora RN: “Natália Bonavides é a deputada do RN campeã em propostas favoráveis aos direitos das mulheres segundo ranking ‘Elas no Congresso’”⁸⁰.

Além da veiculação de conteúdos nas redes sociais dos mandatos, outro nível de agendamento reside nos desdobramentos legislativos. Neste caso, o mandato não apenas reverberou as produções jornalísticas, endossando-as, como também realizou ações a partir disso. Essas são situações em que se observa o que venho chamando de efeitos de *advocacy*, que serão mais bem discutidos no próximo capítulo. Um exemplo emblemático é o da Fundação Palmares, ao qual a entrevistada A deu grande ênfase durante a nossa conversa. Em sua avaliação, o Alma Preta tornou-se referência na cobertura de questões ligadas àquela instituição, que foi alvo de várias polêmicas devido a posturas de seu ex-presidente. O veículo, ela lembra, foi o primeiro a pautar questões ligadas a isso, com relevantes desdobramentos legislativos e políticos.

A entrevistada A destacou que veículos da imprensa tradicional foram agendados pela cobertura do Alma Preta, especialmente a Folha de S. Paulo, que, em sua avaliação, já reconhecia o Alma como um veículo de referência na cobertura de casos ligados à Fundação Palmares. Na época das primeiras denúncias envolvendo assédio moral na Fundação, contou, a Folha teve seu interesse despertado para o tema a partir de uma reportagem do Alma Preta (“Em meio à pandemia do covid-19, Fundação Palmares demite funcionários”⁸¹, de 13 de maio de 2020). Um jornalista da Folha, sabendo que o nosso mandato estava atento ao caso, pediu a ela o contato de fontes na Fundação. Em respeito à relação de confiança que estava sendo construída com o Alma Preta, a assessora optou por indicar o contato dos jornalistas do veículo, em vez de fontes diretas na Palmares.

Já as consequências políticas foram sentidas na própria ação legislativa, e aqui se notam contornos mais nítidos da influência desses veículos sobre a agenda parlamentar. A entrevistada A foi enfática: “o mandato da Áurea começou a falar da Palmares a partir do Alma Preta”. De fato, lembrou ela, uma das primeiras ações judiciais contestando a posse do presidente da Fundação foi baseada também em matéria do Alma Preta, e o mandato esteve envolvido tanto na construção da

⁸⁰ Disponível em: <<https://agoram.com.br/ultimas/natalia-bonavides-e-a-deputada-do-rn-campea-em-propostas-favoraveis-aos-direitos-das-mulheres-segundo-ranking-elas-no-congresso/>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁸¹ O link não está mais acessível pela razão explicada na nota de rodapé 67. <https://br.noticias.yahoo.com/pandemia-covid-19-fundacao-cultural-palmares-demite-funcionarios-120734058.html>

referida reportagem, quanto na produção da própria peça legal, por atores do movimento negro que são parceiros do mandato.

De alguma forma, isso também provocou a movimentação da Coalizão Negra por Direitos, e outras ações judiciais tomaram corpo em diferentes estados. A entrevistada A citou, ainda, a influência de uma reportagem extensa da Folha, por sua vez pautada igualmente pela cobertura do Alma Preta, retroalimentando a visibilidade do tema. Começamos, então, a repassar informações sobre o assunto a outros veículos que nos procuravam, sempre na esteira do caso Fundação Palmares: “é quando [outros veículos da imprensa tradicional] começam a enxergar que existe um grupo de parlamentares negros atentos a essas questões” (depoimento à pesquisadora, 2022).

A assessora frisou que tal pauta “pertence” ao Alma Preta porque o veículo foi o primeiro a falar sobre isso. O entrevistado B, jornalista do veículo, reconheceu o apoio da assessora e do próprio mandato na construção das matérias, ressaltando também a grande repercussão: “Então ela [a assessora A] me ajudou a fazer o levantamento da reportagem (...). Então ela foi fundamental, o gabinete [também], pra que eu conseguisse desenvolver essa reportagem. Que é uma das reportagens que eu falei pra você que mais influenciou no debate público” (depoimento à pesquisadora, 2022).

Outro caso de desdobramento legislativo relevante foi um episódio de racismo religioso em Tiradentes (MG), um furo dado pelo Alma Preta, publicado pelo Yahoo! Notícias e repercutido pelo nosso mandato (“Tradicional manifestação da cultura negra sofre discriminação em igrejas de Minas Gerais”⁸², de 16 de dezembro de 2020). Integrantes do reinado em questão também haviam procurado o nosso mandato à época dessa publicação. A partir das denúncias, enviamos um ofício a Dom José Eudes, bispo da diocese de São João Del Rei (MG), solicitando mais informações e pedindo sua intercessão junto à paróquia em questão para que a Irmandade pudesse voltar a realizar seus ritos nas dependências da Igreja de Nossa Senhora do Rosário, com respeito às medidas de prevenção contra a Covid-19. Semanas depois, Dom José se pronunciou por meio de nota, sinalizando o retorno das atividades e apresentando soluções para o impasse.

4.2 SENDO AGENDADOS

⁸² O link não está mais acessível pela razão explicada na nota de rodapé 67. <https://br.noticias.yahoo.com/tradicional-manifestacao-da-cultura-negra-sofre-discriminacao-em-igrejas-de-minas-gerais-145117011.html>

As reflexões sobre o *agenda-setting* também permitem jogar luz sobre outra dimensão do relacionamento: muitas vezes, são os próprios veículos que se agendam pelos mandatos. Em certas ocasiões, isso acontece por meio de atividades tradicionais de assessoria de imprensa, com a oferta de pautas, furos, bastidores, afinal, o jornalismo e seus profissionais precisam ser abastecidos pelo sistema político. Mas é possível observar que, em muitas outras vezes, o agendamento dos mandatos em direção aos veículos se ampara também em relações de confiança, reciprocidade e admiração.

E mais: esses veículos são pautados não somente por mandatos como os nossos, mas também por grupos sociais que lhes dão sentido e sustentação. Exemplos disso são os movimentos negros organizados na Coalizão Negra por Direitos, no caso do Alma Preta; e coletivos, movimentos e organizações feministas, no caso da AzMina. Dessa forma, os jornalistas referenciam-se também em outros *advocates*. Veículos de jornalismo independente, mais que fazer *advocacy*, são destinatários desse tipo de influência. São diretamente “agendáveis”, e não apenas no âmbito do Congresso Nacional. Isso parece ser ainda mais forte no caso do Alma Preta, que compõe a Coalizão Negra por Direitos.

Na reunião com integrantes do Alma Preta, vários exemplos nos ajudam a sustentar os argumentos anteriores. Um deles foi o debate sobre a revisão da Lei de Cotas. Esse excerto já foi mencionado no capítulo 2, quando falamos de nossa contribuição para o entendimento do processo legislativo. Examinando a situação sob outro ângulo, vemos também que tal interação parece ter influenciado diretamente a decisão do veículo em pautar ou não o tema. Presente na reunião, nossa assessora legislativa explicou em detalhes a tramitação da matéria e falou sobre as chances de que fosse aprovada em Plenário, além de compartilhar bastidores sobre a relatoria. Ela também refletiu sobre a conjuntura mais ampla da Casa, que experimentava um atraso na instalação das comissões temáticas, e comentou sobre os possíveis impactos disso na revisão da Lei de Cotas. A certa altura, o entrevistado B disse:

Minha pergunta pra vocês então é: quando e como vocês acham que é legal a gente pautar as cotas? Desde já, e em que direção? Porque eu acho que, de alguma maneira, a nossa cobertura tem que vir numa arena política que fortaleça o nosso campo, então eu acho que tem *timing* (depoimento à pesquisadora, 2022).

Vemos aqui que o entrevistado B pediu uma espécie de conselho político para a equipe do mandato, que se converteria depois em uma orientação de comunicação. Sugeriu que o objetivo, com isso, era fortalecer o campo, e eu suponho aqui que ele estivesse se referindo ao campo progressista e, especificamente, aos movimentos negros. Para além do trâmite legislativo em si, tratava-se, pois, de compreender o próprio *timing* político. Nesse sentido, o entendimento de nossa assessora de plenário parece ter influenciado diretamente a decisão do veículo em pautar ou não o tema em sua cobertura jornalística.

Mais adiante, na reunião, lembrei-me de uma matéria da Folha de S. Paulo que eu havia lido naquela manhã. Pedi licença, abri o celular e li a manchete em voz alta: “Pesquisa indica que imprensa brasileira reconhece ganhos da Lei de Cotas”⁸³. Li também o bigode⁸⁴ dizendo que, apesar de ser contra as cotas raciais, a Folha foi a que mais publicou trechos favoráveis, com ou sem posicionamento, entre os veículos analisados. Na sequência, eu disse: “Tô trazendo isso só porque me parece interessante que essa pesquisa tenha sido feita, primeiro, e que a Folha tenha dado uma manchete, apesar de ser contra as cotas. Só porque isso talvez ajude na decisão de vocês também”. Vemos aqui, ainda que de forma breve, uma análise de mídia se somando a uma discussão mais ampla sobre conjuntura. Novamente, nosso mandato parece ter potencialmente influenciado as decisões editoriais do Alma Preta. E, mais uma vez, via assessoria, e não pela ação parlamentar propriamente dita.

Em determinado momento, começamos a falar sobre emendas parlamentares. Reproduzi, no capítulo 2, trecho de uma fala minha na qual expliquei detalhes desse mecanismo, de forma a contribuir para o entendimento do processo legislativo. Como feito no exemplo anterior, sobre a Lei de Cotas, vamos agora examinar a situação sob outro ângulo. Ao sugerir que observassem a taxa de execução das emendas parlamentares, para além da destinação em si, sugeri aos jornalistas um enquadramento para o tema. Isso também abriu espaço para uma discussão sobre as polêmicas emendas de relator⁸⁵, bem como para uma avaliação a respeito da então presidência da Câmara dos Deputados.

⁸³ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/03/pesquisa-indica-que-imprensa-brasileira-reconhece-ganhos-das-leis-de-cotas.shtml>>. Acesso em: 21 mai. 2023

⁸⁴ Termo do jargão jornalístico para designar, nesse caso, um subtítulo que vem abaixo de uma manchete.

⁸⁵ Apelidadas pela imprensa de Orçamento Secreto, as emendas de relator (RP9) são um dos quatro tipos de emendas feitas ao orçamento, ao lado das individuais, das de bancada e das de comissão. Pelas regras atuais, a decisão sobre o seu repasse fica com o próprio relator do Orçamento, a partir da negociação com outros parlamentares e sem critérios públicos e objetivos. Devido à falta de transparência no processo, o instrumento tem sido acusado de favorecer compras

Aqui, uma das assessoras do nosso mandato disse que havíamos entrado em tópicos muito relevantes, que poderiam não só render pautas jornalísticas para o Alma Preta, como também facilitar a compreensão do próprio Parlamento. Presente na reunião, o entrevistado B respondeu: “Você colocar isso pra gente é ótimo. Dizendo ‘essas são as pautas’ a gente consegue se organizar, é só fazer às vezes esse levantamento” (depoimento à pesquisadora, 2022). Ele destacou que nossa ajuda era muito relevante, o que, no meu entender, colocava-nos novamente como pauteiros do veículo. Isso parece sugerir que, ao mesmo tempo que nos agendam, nós igualmente agendamos esses veículos.

Em outro momento, a entrevistada C, também jornalista do Alma Preta, pediu-nos mais informações sobre um *post* que tinha visto em nossas redes sociais. Denunciávamos uma possível alteração no relatório final da Comissão Nacional da Verdade e pedíamos a convocação do então ministro da Justiça, Anderson Torres, para vir à Câmara dar explicações sobre o caso⁸⁶. Essa foi uma evidência de que nosso trabalho parlamentar, traduzido em conteúdos nas redes sociais, também tinha poder de agenda. Aliás, costumávamos dizer que transparência era um princípio e um método de trabalho no mandato; uma preocupação não apenas da parlamentar, mas também de toda a equipe, sobretudo a de comunicação. Buscávamos uma comunicação pedagógica e dialógica, que pudesse aproximar a cidadania do cotidiano parlamentar. Pautar os veículos de comunicação - e não apenas os independentes - era consequência disso, portanto.

Próximo ao fim da reunião, oferecemos uma pauta exclusiva para o Alma Preta. Estávamos prestes a protocolar um requerimento de informação sobre a instrução normativa 111, do Inbra, que regulamentava o procedimento do órgão para o licenciamento ambiental de obras em terras quilombolas. Direcionado à então ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), Tereza Cristina, o RIC era assinado por um conjunto de parlamentares negras e negros, sob a liderança do nosso mandato. À época, avaliamos que o ato normativo representava um retrocesso jurídico e colocava em risco o direito à terra daquelas comunidades. Dissemos aos jornalistas que,

de votos. As emendas de relator existem desde a Constituição de 1988, mas seu alcance foi ampliado durante o governo Bolsonaro por iniciativa do Executivo e dos parlamentares. Mais informações disponíveis em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/emendas-ao-orcamento> e <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/12/entenda-o-que-e-emenda-de-relator-como-funciona-e-o-que-esta-em-jogo-no-stf.shtml>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁸⁶ Disponível em: <https://psol50.org.br/psol-pede-convocacao-de-anderson-torres-apos-alteracoes-no-relatorio-final-da-comissao-nacional-da-verdade/>. Acesso em: 21 mai. 2023.

caso houvesse interesse, poderíamos “embargar”⁸⁷ a publicação do assunto em nosso site e redes sociais até que a matéria fosse publicada. Eles aceitaram a sugestão e, menos de uma semana depois, a reportagem estava no ar: “Com mudança do Incra, 95% dos quilombos estão sujeitos a receber obras sem consulta prévia”⁸⁸. Nossa assessoria contribuiu para a produção com documentos e outras fontes, em um processo que será discutido no próximo capítulo.

Nesse relacionamento, portanto, veículos independentes como Alma Preta e AzMina não apenas influenciam a agenda do Parlamento, como também são influenciados por ela. Uma agenda, nesse caso, que passa pelo crivo e pela análise de assessores de confiança, atuantes em um mandato parceiro. O acompanhamento sistemático do Parlamento é uma tarefa esperada de vários jornalistas de política, mas a tomada de decisões editoriais se liga à agenda de interesses do veículo, como frisou a entrevistada A, minha colega no mandato. E certamente há muitas afinidades entre tal agenda e a agenda do mandato, como discutido no capítulo 3. O bom relacionamento entre assessores e jornalistas, no que nomeei como “gira dos encontros”, também é fundamental nesse aspecto.

A confiança em nosso crivo ficou evidente também em uma pergunta que a entrevistada C me fez durante a nossa conversa. Ela quis saber nossas impressões sobre a repercussão do trabalho do Alma Preta na Câmara, tendo em vista o crescimento do veículo e o acompanhamento mais sistemático que a equipe tem feito da Casa. Segundo ela, algumas reportagens levaram a discussão “a um nível que a gente não estava esperando”, a exemplo da já mencionada série sobre a autodeclaração racial dos parlamentares. Ainda sobre os “ecos” do veículo, o entrevistado B mencionou a cobertura ostensiva do caso da Fundação Palmares, já discutido neste capítulo. Apesar dos ataques gerados pela série, ele avalia que houve impacto no debate público.

Isso gerou motivos de ataques dele contra a gente, e contra mim pessoalmente. Mas isso foi uma coisa que movimentou muito o debate. Eu lembro, por exemplo, que o MPF entrou em contato com a gente e comigo para levantar informações sobre a apuração contra ele. (...) A gente fez matérias que acabaram influenciando o MPF. Isso pra gente foi muito bacana, vendo como uma mídia negra está pautando tanto a esfera pública quanto as instituições públicas brasileiras (depoimento à pesquisadora, 2022).

⁸⁷ Refere-se a um período curto em que as informações oferecidas a um jornalista pela fonte (neste caso, a assessoria de imprensa) não serão publicadas. Nessa espécie de “acordo” entre as partes, garante-se a exclusividade da matéria jornalística em questão

⁸⁸ Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/politica/com-mudanca-do-incra-95-dos-quilombos-estao-sujeitos-a-receber-obras-sem-consulta-previa>>. Acesso em: 21 mai. 2023

O impacto do veículo junto às instituições também foi abordado na conversa com a entrevistada D, jornalista na AzMina. Ela disse que a necessidade de “mensurar” essa influência foi se mostrando com o tempo, com o próprio crescimento da organização. Para além de uma exigência formal de financiadores, e de uma preocupação da equipe de captação de recursos, queriam compreender as implicações do trabalho na própria agenda feminista.

A gente foi entendendo que o impacto d’AzMina não era só jornalístico, acho que isso foi um processo. A gente entendeu que não era só o número de cliques ou quantas pessoas estavam no site, ou mesmo que outros sites tinham republicado a gente. Mas a gente começou a entender que podia ter impacto político e que isso era um impacto que precisava ser monitorado e que de fato era importante (depoimento à pesquisadora, 2022).

A entrevistada relatou, também, que o projeto *Elas no Congresso* contribuiu bastante para tal percepção, à medida que o *ranking*, as reportagens relacionadas e o próprio veículo foram sendo cada vez mais mencionados pelas deputadas. Segundo a jornalista, hoje a equipe já tem por hábito buscar citações do trabalho da AzMina em discursos parlamentares e projetos de lei, por exemplo. Os achados são sistematizados e subsidiam a produção de outros documentos, entre eles, projetos para captação de recursos e relatórios de trabalho, como o que foi consultado para a realização desta pesquisa.

4.3 TEMAS E PROBLEMAS

Como visto, uma das tradições de pesquisa associadas ao *agenda-setting* se vincula prioritariamente ao campo das políticas públicas. Em linhas gerais, a chamada *policy agenda* é focada em compreender a percepção dos *policy-makers* a respeito de certo problema (CAPELA; BRASIL, 2018), sejam eles integrantes do Executivo ou do Parlamento, nas diferentes esferas de governo. Em outras palavras, trata-se do processo pelo qual determinados problemas tornam-se alvo de atenção e ação por parte do Estado (BRASIL; JONES, 2020; CALMON; COSTA, 2007). Não obstante o crescente interesse nesses estudos, pesquisas sobre a agenda das políticas públicas são menos numerosas, no Brasil, do que aquelas voltadas à compreensão das agendas da mídia e do público. Além disso, são campos de estudo comumente apartados entre si (CALMON; COSTA, 2007; CAPPELLA; BRASIL, 2018; LYCARIÃO; SAMPAIO, 2016; SILVA, 2017). Para Capella e

Brasil (2018), isso pode dar lugar a uma nova agenda de pesquisas para a comunicação política, inclusive.

Os estudos da *policy agenda* no Brasil costumam se valer de modelos teóricos importados da pesquisa norte-americana em políticas públicas, sendo o de John Kingdon (1984) um dos mais conhecidos (CALMON; COSTA, 2007). Em seu Modelo de Múltiplos Fluxos, ele postula que o estudo de determinada política pública deve levar em conta: a) atores decisórios governamentais e não governamentais, que podem influir tanto sobre a formação da agenda em si, quanto sobre a especificação de alternativas para o problema em questão; b) fluxos políticos, de problemas e de soluções, observando as condições que permitem a determinado item se tornar proeminente na agenda governamental e, eventualmente, ser objeto de uma política. A tudo isso se somam os empreendedores da política e as janelas de oportunidade, que costumam se abrir no encontro entre dois ou mais fluxos. Para esse autor, a agenda é mais que uma cacofonia amontoada, uma vez que envolve filtro de temas associados à percepção de importância dos atores envolvidos em sua formação (BRASIL; JONES, 2020).

Assim, na formação da agenda (*agenda building*), interessa discutir o processo pelo qual os problemas (*issues*) que habitam o debate público se movem para a agenda institucional e, sobretudo, para a agenda decisória, levando em conta que a atenção é um recurso escasso para legisladores e tomadores de decisão (BRASIL, 2020). Além disso, sabe-se que a formação dessa agenda envolve uma multiplicidade de atores, atuando muitas vezes em um processo competitivo, no qual está em jogo a influência entre interesses múltiplos (SANTOS, 2011). O ciclo de atenção a problemas, nos termos de Downs (1972), é complexo, e a tendência é a de que os temas deixem a agenda pública após um curto período de visibilidade. Dizem Brasil e Jones (2020, p. 1487): “O estudo sobre como os problemas são construídos e entendidos nas comunidades políticas apontam para uma importante relação entre a definição de problemas e a teoria democrática”. Assim, o estudo da *agenda-setting* parece ser fundamental para o entendimento da ação e, eventualmente, da transformação política. Compreender a formação da agenda é, assim, compreender a própria política em movimento.

Como vemos, definições em torno da *policy agenda* costumam realçar termos como atenção, percepção, temas e problemas. Destacam também a conexão disso com a deliberação e a tomada de decisão por parte de agentes do sistema político. Embora fuja ao escopo desta pesquisa um aprofundamento teórico em torno desses tópicos, o processo da etnografia trouxe à baila temas

e problemas recorrentes que Alma Preta e AzMina buscam agendar no Congresso Nacional, sobretudo por meio dos mandatos com os quais se relacionam. Atraem nosso olhar, também, as interfaces com o universo de interesses dos próprios mandatos. Em conjunto, essas agendas potencializam a atenção pública e parlamentar sobre determinado problema, de modo a adentrar instâncias superiores de discussão e, eventualmente, decisão política.

Podemos dizer que Alma Preta e AzMina estão entre a multiplicidade de atores que concorrem para a formação da agenda política no Parlamento. A entrevistada A, por exemplo, foi enfática ao afirmar que quem primeiro pautou o debate público no Brasil sobre o que estava acontecendo na Fundação Palmares foi o Alma Preta. O veículo parece ter elevado, assim, o tema ao nível da discussão pública e política, apontando também a existência de um problema. Depois disso, houve um efeito dominó não só junto à imprensa, mas também à sociedade civil e ao Parlamento, como já relatado nesta dissertação. A situação chamou a atenção de veículos da imprensa tradicional, a exemplo da Folha de S. Paulo.

Conforme já citei, a entrevistada A relatou que, no auge das polêmicas envolvendo a Fundação, um dos repórteres do jornal lhe pediu o contato de integrantes do Alma Preta. E, em 15 de junho de 2020, a Folha publicou uma matéria com o título “Fundação Palmares censura biografias de lideranças negras históricas em seu site”⁸⁹, em cujo rodapé lê-se “Esta reportagem é uma parceria entre a Folha e a Alma Preta, agência de notícias especializada em questões raciais”. Embora outras matérias já tivessem sido publicadas pelo veículo a respeito da Palmares, nota-se que a grande maioria tem caráter factual, resumindo-se a noticiar declarações polêmicas do presidente da Fundação e reações de agentes políticos e culturais a elas. Ao longo dos anos, outras matérias sobre a Fundação Palmares foram veiculadas pela Folha, incluindo um editorial⁹⁰. Uma delas credita o Alma Preta em sua apuração: “Muito antes de assumir o cargo no governo Bolsonaro, Camargo já tinha sido acusado de assédio moral por ex-colegas. Alguns dos relatos

⁸⁹ A reportagem foi publicada no caderno Ilustrada da Folha de S. Paulo, que cobre arte e política. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/10/sergio-camargo-foi-acusado-de-assedio-moral-anos-antes-de-comandar-a-palmares.shtml>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

⁹⁰ Disponíveis em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/10/sergio-camargo-foi-acusado-de-assedio-moral-anos-antes-de-comandar-a-palmares.shtml>>; <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2021/06/psol-pede-que-camara-suste-decisao-de-sergio-camargo-que-revogou-protexao-a-quilombos.shtml>>; <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2021/06/coalizao-negra-por-direitos-vai-a-justica-contra-exclusao-de-obras-da-palmares.shtml>>; e <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2022/01/a-destruicao-de-palmares.shtml>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

sobre o seu histórico profissional foram revelados pelo site Alma Preta em março deste ano”. Muito atenta ao noticiário político desde sempre, a entrevistada A resumiu:

Por esse trabalho de conseguir pautar, conseguir discutir jornalisticamente as questões raciais na conjuntura brasileira, e mostrar que tem fontes e boa relação no campo político dentro do Congresso Nacional, o Alma Preta despertou o interesse da Folha de S. Paulo para fazer as primeiras denúncias sobre o que estava acontecendo na Fundação Palmares. Foi um momento que a gente acompanhou (depoimento à pesquisadora, 2022).

O caso da Fundação Palmares ganhou eco em nosso mandato por várias razões, entre elas, a afinidade com dois grandes pilares que também estruturam a Palmares enquanto instituição e o próprio Alma Preta: a defesa e a promoção dos direitos culturais da população negra. De fato, como realçou a entrevistada A, nosso mandato começou a tematizar os problemas na Fundação a partir da cobertura daquele veículo. Uma busca rápida no site do Alma Preta resulta em pelo menos 50 matérias citando a Palmares entre 2019 e 2022, período que coincide com o nosso mandato e com o governo de Jair Bolsonaro. A esse respeito, o entrevistado B diz:

Isso é algo que acompanhei muito, o Sérgio Camargo. Principalmente para além das baixarias dele, das falas, porque a mídia corporativa ficava no declaratório dele, que gera clique, e nós fomos pra além disso. E isso gerou motivos de ataques dele contra a gente, contra mim pessoalmente. Mas foi uma coisa que movimentou muito o debate. Eu lembro, por exemplo, que o MPF entrou em contato com a gente e comigo pra levantar informações sobre a apuração contra ele (depoimento à pesquisadora, 2022).

A título de exemplo, uma busca no perfil da nossa parlamentar no Facebook, atualizado com frequência, revela mais de 40 posts críticos sobre o caso da Fundação Palmares durante seu mandato. Ela também assinou 15 propostas legislativas sobre o tema, incluindo decretos legislativos, requerimentos de informação e requerimentos para convocação de autoridades. Como se vê, esse tema orbitava nosso exercício parlamentar e fazia parte de um engajamento maior com a agenda antirracista. Nossa publicação-síntese do mandato diz que a interseccionalidade de gênero, raça e classe estava presente, de forma transversal, em nossas pautas e ações ao longo dos quatro anos na Câmara dos Deputados.

[Assumimos] as perspectivas das lutas populares, feministas e antirracistas não apenas por meio da contribuição na elaboração de políticas públicas ou no enfrentamento às retiradas de direitos, mas também como guias para a construção e a manutenção de nossa prática política cotidiana (ÁUREA CAROLINA, 2022, p. 12).

No livreto, são elencadas também ações legislativas ligadas à pauta. É citado, por exemplo, o projeto de lei para enfrentamento ao racismo institucional (PL 5885/2019), resultado de uma articulação inédita entre deputadas e deputados negros, junto de entidades dos movimentos negros organizados na Coalizão Negra por Direitos. Também é destacada a participação de Áurea Carolina na comissão externa da Casa sobre o assassinato de João Alberto Freitas por seguranças do Carrefour, bem como o acompanhamento da comissão de juristas que analisou a legislação sobre racismo no Brasil. Ainda, diz-se que: “Nossa atuação na luta antirracista também se conectou com a pauta cultural - como o enfrentamento ao desmonte da Fundação Palmares - e com a defesa dos povos e comunidades tradicionais” (ÁUREA CAROLINA, 2022, p. 12).

O mandato de Talíria Petrone também afirma publicamente seu compromisso com as lutas antirracistas, como destacou a entrevistada E: “Nós falamos muito do movimento negro e nós temos uma atuação na Coalizão [Negra por Direitos], então o mandato, de alguma forma, constrói a Coalizão (...)” (depoimento à pesquisadora, 2023). Como já mostrado nesta pesquisa, a equipe daquele mandato optava por veicular conteúdos do Alma Preta nas redes sociais da parlamentar com frequência, incluindo as pautas positivas: “A coisa mais difícil que tem é a gente ver pauta positiva em relação à população negra nos veículos da grande imprensa, então essas pautas a gente, por exemplo, consegue na mídia alternativa” (depoimento à pesquisadora, 2023). Na avaliação da assessora, a oposição na Câmara agiu de forma mais reativa na última legislatura, a reboque do Executivo e de sua “agenda negativa e de retrocessos”. Segundo ela, enquanto essas reações eram municadas sobretudo pela cobertura da imprensa tradicional, os veículos independentes traziam assuntos que dialogavam com as “pautas mais centrais do mandato”. Além do Alma Preta, um exemplo recorrente em sua fala foi A Ponte, que faz um trabalho “fenomenal” na área da segurança pública, tema também prioritário no trabalho de Talíria e equipe. Outras mídias citadas por ela foram Agência Pública, Gênero e Número, Fórum e Brasil de Fato.

Em relação ao jornalismo da AzMina, um olhar mais detido sobre a nuvem de palavras do capítulo anterior evidencia temas em destaque na produção do veículo. O gráfico é formado a partir dos títulos de 240 *newsletters* enviadas entre 2020 e 2022. A palavra *Mulheres* é a que mais aparece, o que é esperado para um jornalismo que adota a perspectiva de gênero. A segunda mais mencionada é *Congresso*, evidenciando o peso dos informativos específicos do Elas no Congresso no universo temático do veículo. Cabe observar, também, outros termos que se repetem: *eu*, destacando experiências pessoais e a subjetividade das enunciantoras; *você* e *tu*, que interpelam

diretamente as destinatárias; *nossos / gente*, que contribuem para um senso de coletividade e pertencimento entre as leitoras. Vê-se também a recorrência de *Bolsonaro*, cujo governo o veículo considerava inimigo das mulheres; *negras e mãe*, sugerindo feminismos plurais; *aborto*, realçando a discussão sobre direitos sexuais e reprodutivos. Ainda, os termos *feminista, feminismo, gênero e luta* indicam o compromisso com essa agenda, enquanto *país, vida, ela, futuro* sinalizam a esperança de dias melhores.

Esses são temas e perspectivas igualmente encampados pelo nosso mandato, como se vê sumariado em nosso relatório final:

Na defesa dos direitos das mulheres, integramos ações do parlamento e da sociedade civil contra o feminicídio e a violência política contra mulheres. Com nossas emendas [parlamentares], priorizamos investimentos em saúde materna e somamos esforços perante órgãos públicos para que grávidas e lactantes tivessem prioridade na vacinação contra a covid-19 (ÁUREA CAROLINA, 2022, p. 24).

Ainda com relação à pandemia, a publicação menciona a apresentação de um projeto de lei, com a bancada do PSOL, para impedir que o trabalho doméstico fosse considerado serviço essencial durante o estado de calamidade pública. Também é citada a participação ativa na articulação Levante Feminista contra o Feminicídio, ao lado de ativistas, movimentos e entidades de defesa dos direitos das mulheres em todo o país. Outro ponto de destaque é o enfrentamento às tentativas do Congresso de, segundo o relatório, desvirtuar e enfraquecer a Lei Maria da Penha. Aqui, e posso afirmá-lo com segurança a partir de minha vivência, o documento se refere à tendência punitivista que dá o tom de boa parte da ação parlamentar quando o assunto é violência de gênero. Essa é também uma preocupação explícita da AzMina, como se depreende da fala da entrevistada D:

Mas acho que tudo começa ali na *newsletter*; foi com a *newsletter* que a gente foi entendendo os temas, então, por exemplo, como a violência contra a mulher era tratada de uma maneira punitivista. (...) Tinha momentos em que eu falava, gente, eu não aguento mais falar de punitivismo na *newsletter*, vamos fazer realmente uma matéria, explicar por que que não pode ser assim (depoimento à pesquisadora, 2022).

Duas *newsletters*, inclusive, trazem o tema no próprio título, com edição dedicada ao assunto. Uma delas é “Punitivismo a toda no Congresso”, de 22 de março de 2021, que inicia com uma pergunta à leitora: faz sentido ter o encarceramento em massa como uma solução para o combate à violência contra a mulher? Na sequência, o próprio editorial responde: não faz, visto

que isso vai na contramão do feminismo antirracista que orienta o trabalho do veículo, além de não ser eficiente no combate à violência. Ainda segundo o texto, a inquietação foi uma constante durante todo o período em que a equipe analisou projetos sobre o tema tramitando na Casa. A outra *newsletter* (“5 razões para não comemorar o punitivismo no Congresso”), enviada em 24 de maio de 2021, defende o ponto de vista do veículo de forma bastante didática. Os motivos realçam a incapacidade do punitivismo em salvar de fato as vítimas de feminicídio, já que desestimulam a denúncia por parte de mulheres em perigo e retiram o foco da necessidade de fortalecer os serviços de acolhimento. Esse informativo, em especial, eu compartilhei com a nossa equipe de comunicação à época, sugerindo que veiculássemos, em nossas redes sociais, matérias da AzMina sobre o tema⁹¹.

4.4 NOVOS CONTORNOS DA AGENDA-SETTING

Não se deve perder de vista que a agenda é um construto social, que, como apontado por Lycarião e Sampaio (2016), é engendrado pelo relacionamento entre diversos atores e setores sociais. Nesta pesquisa, são eles Alma Preta, AzMina e integrantes do Parlamento. Também é preciso levar em conta que a formação da agenda acontece em meio a uma série de negociações, enredando conflitos, cooperação, enfrentamento, troca, barganha e retroalimentação (LARA, 2014). Tendo em vista esse dinamismo, é razoável assumir que transformações tecnológicas e no próprio tecido social impõem novos desafios à *agenda-setting*, tanto ao fenômeno em si como às análises teórico-metodológicas. E, sem dúvidas, um dos mais relevantes são os impactos trazidos pelas redes sociais, pelo *big data* e pelas tecnologias da informação e da comunicação.

Nessa seara, ganham força as teorias do contra-agendamento, que, grosso modo, sugerem que são os públicos (ou seja, a *public agenda*) que impactam a *media agenda*, subvertendo a lógica até então dominante nas formulações teóricas. Nesse caso, a utilização do *big data* tem se revelado oportuna para aprimorar a própria metodologia de pesquisa do *agenda-setting*, em substituição ao *survey* tradicionalmente aplicado para aferir a opinião pública. Dados massivos do uso de

⁹¹ Duas matérias emblemáticas do veículo estão disponíveis em : <<https://azmina.com.br/reportagens/punir-ou-educar-pls-tentam-modificar-lei-maria-da-penha/>>; e <<https://azmina.com.br/reportagens/elas-no-congresso-violencia-de-genero-armas-punitivismo/>>. Acesso em: 21 mai. 2023.

determinada rede social, por exemplo, podem ser utilizados para observar e confirmar o rastreamento de certos assuntos agendados por um pequeno número de difusores da mídia convencional. Esse salto metodológico, porém, não elimina o tradicional impasse em torno de quem agenda quem e em que medida isso acontece. De toda forma,

(...) ao se concatenar o conjunto de pesquisas realizadas nos últimos 40 anos, é possível identificar diversas evidências de que o agendamento é constituído por fluxos multidirecionais e cíclicos em que as audiências não são meras receptoras e reproduzoras da agenda mediática, mas coprodutoras da mesma” (LYCARIÃO; SAMPAIO, 2016, p. 34).

Assim, os autores propõem um modelo unificado de construção da agenda pública capaz de acomodar aquelas aparentes contradições, resumido no seguinte postulado: “Os diferentes tipos de agendamento (factual e temático) apresentam distintas dinâmicas em função das diversas escalas de dispersão temporal (curto, médio e longo prazos)” (LYCARIÃO; SAMPAIO, 2016, p. 34). Aqui, os agendamentos factuais costumam ocorrer dos *media* para o público, podendo retornar do público para os *media* sob a forma temática. Já os agendamentos temáticos, no geral, obedecem a uma dinâmica recíproca entre público e mídia, com destaque para os temáticos de longo prazo, nos quais é bastante comum o fluxo: públicos críticos > mídia > público. Lycarião e Sampaio (2016) lembram, ainda, que critérios de relevância são compartilhados por jornalistas e audiências, e que a agenda nacional é determinada em boa medida pelo sistema político.

Assim, o objeto desta pesquisa parece se tratar de um agendamento temático, em que os ditos públicos críticos são os responsáveis por selecionar, tratar e inserir temas de interesse no debate público. Sob essa lente, entendemos que Alma Preta e AzMina exercem duplo papel: são públicos críticos, inclusive em seus papéis de representantes autoautorizados, como discutido no capítulo anterior. Ao mesmo tempo, são mídias que fazem jornalismo especializado e independente. Em alguma medida, condensam a *public agenda* (nesse caso, a dos públicos críticos) e a *media agenda*. Em conjunto, incidem sobre o sistema político, ou seja, sobre a *policy agenda*, gerando efeitos de *advocacy*. Isso porque aqueles veículos não priorizam as *hard news*, como seus pares da imprensa tradicional, mas, sim, uma abordagem temática e de contexto. Como já vimos, é muito evidente o foco racial de Alma Preta, bem como a perspectiva de gênero que orienta o jornalismo da AzMina.

As duas assessoras compartilham dessa visão. A entrevistada A disse que o Alma Preta faz “uma cobertura negra a partir do Parlamento”. Ela pontuou também que o veículo não costuma cobrir o factual, ou, se o faz, dedica mais tempo à apuração: “(...) e com o jornalismo independente [o atendimento à imprensa] acontece de uma forma mais profunda porque eles têm mais tempo de apuração, têm uma disponibilidade de apuração, de ouvir”. Como exemplo, ela citou uma solicitação de entrevista com a deputada por parte da correspondente do Alma Preta em Brasília. Como a parlamentar não tinha disponibilidade, remarcaram para dali a três dias.

A entrevistada E comentou que esse tipo de situação é recorrente: “aí eles mesmos [veículos independentes] já entenderam a dinâmica que é do Parlamento, daí às vezes eles mandam as perguntas, e [dizem que] se a deputada não puder falar, a gente manda as perguntas pelo WhatsApp, você passa para ela e ela pode responder por áudio”. A assessora também costuma oferecer respostas por escrito, o que é tradicional na assessoria de imprensa.

Então, por exemplo, a Ponte, a Pública, o Alma Preta, eles nunca me procuram pra pedir uma entrevista da Talíria para hoje; no geral são pautas elaboradas, que eles têm ali um tempo, dois ou três dias (...), mas nunca assim ‘preciso falar com a deputada agora’. Nunca é assim. Porque são pautas que eles estão trabalhando, são reportagens (depoimento à pesquisadora, 2023).

Como a entrevistada A, ela atribuiu essa postura ao fato de que esses veículos, no geral, estão apurando matérias menos quentes - ou menos factuais, nas palavras de Lycarião e Sampaio (2016). A voz da parlamentar parece ser prioridade, mesmo que às custas do *timing*. No caso da imprensa convencional, abre-se mão das fontes com mais facilidade: caso a parlamentar acionada não possa falar, passa-se para a outra. O *timing* é o imperativo principal.

A entrevistada E refletiu também sobre as diferenças na relação com a assessoria de imprensa. Veículos tradicionais costumam abordar a parlamentar diretamente na saída do Plenário, muitas vezes sem o conhecimento da assessora. Já as mídias independentes têm por hábito acioná-la antes. “Acho que tem uma visão dos próprios repórteres da imprensa alternativa de saber que o parlamentar às vezes é muito acionado pela imprensa comercial no `quente` ali do Congresso, e que às vezes sobra pouco tempo pra falar com ele” (depoimento à pesquisadora, 2023). Assim, assessores permanecem como *gatekeepers* importantes nesse agendamento de tipo temático, mediando o contato da fonte com jornalistas e fomentando relacionamentos de confiança e reciprocidade com esse tipo de veículo.

5 FRONTEIRAS ENTRE JORNALISMO E ATIVISMO

No cabeçalho das reportagens publicadas no site da AzMina, entre o bigode e a autoria/data de publicação, vê-se um ícone no formato de T, envolto por uma moldura preta. Ao lado dele, uma frase em azul diz: “Nós fazemos parte do *Trust Project*”. E em *link* que leva a outra seção do portal, lê-se que, a partir de 2023, o veículo implementou os indicadores de credibilidade do *The Trust Project*⁹². Com isso, passou a integrar um consórcio global com mais de 200 veículos comprometidos com a transparência e a credibilidade jornalísticas. São oito os critérios de integridade “contra a enxurrada de desinformação que causa desconfiança e dúvida”, entre eles, normas e políticas editoriais; métodos de reportagens; *expertise* local e uso de fontes; e diversidade de vozes e perspectivas.

Quando conversei com a entrevistada D, jornalista no veículo, ela comentou que AzMina estava em processo de receber o selo do *The Trust Project*. Segundo o site, esse processo durou 18 meses e incluiu o fortalecimento de políticas, o treinamento de funcionários e a reestruturação do site⁹³. Ela me contou isso em meio a reflexões sobre os “lugares” do veículo nos campos do jornalismo, do *advocacy* e do ativismo.

É um jornalismo que segue toda a cartilha, nisso se parece muito, eu acho, com o jornalismo tradicional (...). Então a gente realmente foi buscar os processos necessários, os selos necessários, para que as pessoas entendam que não é porque a gente tem um posicionamento (...) que é um jornalismo que seja menos credível, que seja panfletário, sabe? (depoimento à pesquisadora, 2022).

Falando pelo Alma Preta, a entrevistada C, então correspondente do veículo em Brasília, foi igualmente categórica em afirmar o processo jornalístico do veículo e a identidade profissional de quem o faz. Entre suas atividades, citou o trabalho extenso de apuração, a busca pelo contraditório e a atenção aos fatos: “Nós fazemos jornalismo (...). Nós não estamos fazendo uma atividade de militância, porque nós todos somos profissionais de comunicação, nós nos formamos

⁹² “O Trust Project é uma organização sem fins lucrativos que trabalha com uma rede global de organizações de notícias para afirmar e ampliar o compromisso do jornalismo com a transparência, precisão e inclusão. Os indicadores de credibilidade (Trust Indicators™, em inglês) são um padrão para notícias de natureza colaborativa e gerado pelos próprios jornalistas que ajuda as pessoas e os algoritmos a avaliar facilmente a autoridade e a integridade das notícias. Para saber mais, visite <https://thetrustproject.org/faq>”. Disponível em < <https://azmina.com.br/colunas/azmina-junta-se-ao-the-trust-project-para-promover-noticias-confiaveis/>>. Acesso em 21 mai. 2023

⁹³ Disponível em: <<https://azmina.com.br/colunas/azmina-junta-se-ao-the-trust-project-para-promover-noticias-confiaveis/>>. Acesso em 21. mai. 2023.

nas faculdades. Nós somos profissionais de comunicação” (depoimento à pesquisadora, 2022). No início de nossa conversa, aliás, ela destacou a relevância da educação em sua trajetória de vida. Formada em Jornalismo pela UnB, e tendo cursado também três anos de Biologia na mesma universidade, ela me contou sobre sua infância e adolescência em Ceilândia (DF) e sobre o quanto o esforço dos pais em “dar a melhor educação para os filhos” impediu que estes fossem prejudicados por um ambiente urbano que era, em suas palavras, muito violento.

Embora esses veículos se dediquem a outras atividades, como visto no capítulo 2, o jornalismo assume a centralidade dos trabalhos de Alma Preta e da Revista AzMina. Esses nativos digitais foram fundados por jornalistas e comunicadores, para oferecer perspectivas a seu ver ausentes na cobertura jornalística *mainstream*, e têm o jornalismo em sua missão institucional⁹⁴. Friso isso pela importância em reiterar que essas organizações não são “braços do movimento social” nem fazem sua assessoria, como me realçou a entrevistada A. Inclusive, seus integrantes afirmam que não se furtam a abordar contradições no âmbito de seus públicos prioritários. Aliás, o cofundador do Alma Preta me disse que, às vezes, é necessário “enfrentar o público”, exemplificando da seguinte forma: “Se eu apresentar uma contradição do movimento negro ou da comunidade negra ele não vai gostar”. Contou que certas matérias suas já desagradaram tanta gente, que seu celular virou uma espécie de SAC. No seu entendimento, esse tipo de situação garante a independência do veículo e a oportunidade “de seguir firme” no propósito jornalístico.

À época da entrevista, essa passagem me fez lembrar um episódio acontecido em nosso mandato. O Alma Preta havia publicado em seu perfil no Instagram um *post* com a chamada “Crimes com motivação política devem ter pena de até 30 anos, propõe PL”, convidando para a leitura do texto com manchete homônima em seu site⁹⁵. Duas fotos estampavam a publicação: uma do guarda municipal e tesoureiro do PT em Foz do Iguaçu, Marcelo Arruda, e outra do mestre de

⁹⁴ No site da AzMina, lemos “A Revista AzMina é um veículo jornalístico focado na cobertura de temas diversos com recorte de gênero [...]. Em 2017, diante da expansão de nossas atividades, a Revista AzMina passou a ser parte do Instituto AzMina, uma organização sem fins lucrativos que tem como missão promover a igualdade de gênero”. Além da revista digital e outros projetos de jornalismo (Elas no Congresso, MonitorA e Mapa das Delegacias da Mulher), o Instituto gerencia um aplicativo de enfrentamento à violência doméstica, o PenhaS, campanhas para combater a desigualdade e a violência de gênero, palestras e consultorias. No site do Alma Preta, lemos “A Alma Preta é uma agência de jornalismo especializada na temática racial. Nosso objetivo é construir um novo formato de gestão de processos, pessoas e recursos através do jornalismo qualificado e independente [...]. Nossa missão é informar a sociedade a partir da perspectiva racial negra e periférica, e responder aos anseios desse público com notícias multimídia. Nós assumimos o caráter político de valorização do conhecimento e da cultura negra, assim como a tarefa de exigir direitos e questionar o Estado em todas as dimensões da vida cotidiana”.

⁹⁵ Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/cotidiano/crimes-com-motivacao-politica-devem-ter-pena-de-ate-30-anos-propoe-pl>>. Acesso em 21 mai. 2021

capoeira em Salvador, Moa do Katendê, ambos assassinados por apoiadores do ex-presidente da República Jair Bolsonaro nos anos de 2022 e 2018, respectivamente. Uma das pessoas em nosso mandato me mostrou a publicação e disse estar incomodada com o tom punitivista da publicação; para ela, o veículo estava claramente defendendo esse aumento das penas.

Comentei que a manchete se referia a uma notícia, como indicado na postagem, e que valeria ler o texto completo para certificar se de fato havia uma defesa do aumento de penas. Depois de ler, ela manteve seu ponto de vista. Pensei comigo que, de fato, nem sempre é óbvia a distinção entre uma notícia e um posicionamento político, especialmente no *timing* acelerado da navegação em redes sociais. Ainda assim, sabemos que as escolhas editoriais e os valores-notícia de um veículo jornalístico dialogam diretamente com sua agenda de interesses. O clamor por justiça e responsabilização para os crimes mencionados mobilizou pessoas em todo o país, e é comum no Parlamento que, após comoções nacionais desse tipo, sejam propostas leis que ofereçam respostas à indignação. Como se vê, é típico do jornalismo incomodar e suscitar debates em torno de suas produções, mesmo em ambientes nos quais o veículo em questão seja admirado.

No percurso da pesquisa, tive acesso a variados discursos de autojustificação do jornalismo por parte dos veículos, e que foram utilizados, algumas vezes, em contraste com práticas de ativismo e/ou militância. É como se uma postura ativista, por definição, já colocasse em xeque a credibilidade do veículo. Nesta pesquisa, proponho um entendimento diferente: as nuances ativistas do jornalismo independente de Alma Preta e AzMina não os desabonam, da mesma forma que os efeitos de *advocacy* do trabalho realizado por ambos não os desmerecem. Pelo contrário: são características desse novo tipo de jornalismo político em sua relação com o Congresso Nacional. Além de serem fundamentais à sua própria existência, conferem a ele autonomia, diferencial e robustez. São também uma forma de potencializar a democracia representativa, à medida que incrementam o debate público e permitem que novos atores adentrem a cena política do Parlamento. A seguir, discutiremos alguns pontos que contribuem para amparar essas afirmações.

Começemos com a objetividade, a neutralidade, a isenção e outros valores que sustentam a identidade do novo paradigma do jornalismo a partir dos anos 1830 (TRAQUINA, 2005 *apud* BRITO, 2021, p. 176). Se, no século XV, o nascimento da imprensa de Gutemberg possibilitaria uma crescente circulação de ideias sob o chamado jornalismo de opinião, a produção jornalística anglo-americana do século XIX, em escala industrial, viria a consagrar a dicotomia opinião e fato.

Não por coincidência, “o contexto político e social no qual se desenvolve a imprensa oitocentista, na Europa e na América do Norte, para sermos exatos, alinhava-se ideologicamente a teorias positivistas” (BRITO, 2021, p. 177). Concebe-se, assim, a noção de uma relação isenta entre a notícia e seu portador: uma vez submetido à verdade dos fatos, o jornalista torna-se o profissional da ausência e, ao mesmo tempo, da transparência. E, sob uma lógica de produção otimizada, o jornal converte-se em espelho da realidade⁹⁶.

O próprio advento da pesquisa científica em comunicação no início do século XX, a chamada *Mass Communication Research*, ocorre na esteira dessas transformações: o surgimento do cinema, do rádio e, logo, da televisão, aliado à circulação dos jornais em larga escala, impôs a pesquisadores a preocupação em compreender melhor o fenômeno dos meios de comunicação massivos (TRAQUINA, 2001). Ao mesmo tempo que informavam tais estudos, os valores do jornalismo canônico seguiam impactando os próprios modos de fazer nas redações, em uma retroalimentação que serve, até hoje, ao código deontológico da profissão.

Não nos cabe aqui traçar uma linha do tempo da pesquisa em comunicação, mas fato é que, aliadas às transformações sócio-históricas, as compreensões da atividade jornalística foram se alterando e se complexificando. Novos paradigmas permitiram, a partir de outras evidências e reflexões, refutar arcaísmos teóricos antigos. Em contraposição às teorias do espelho, entende-se que, na esteira de produção do jornal, o jornalista trabalha com um real domesticado (MOUILLAUD, 1997). As noções de *framing*, ou enquadramento, ajudam a compreender o produto jornalístico como resultado de um corte e de uma focalização, já que toda *mise en scène*⁹⁷ implica um fora de cena, e toda luz produz também o lado da sombra (MOUILLAUD, 1997).

Além disso, a sociologia do jornalismo nos ensinou que a aplicação desses *frames* e molduras é influenciada pelo *gatekeeper* e pelas condições do trabalho jornalístico no *newsmaking*, manifestas no peso das rotinas e das hierarquias, no constrangimento dos financiadores e na pressão do tempo, entre outros fatores (TUCHMAN, 1978). Assim, foi-se construindo o entendimento de que isenção não é, nem de longe, um traço distintivo dos jornais, “não só porque é evidente a orientação política de vários veículos informativos, mas também porque a isenção é do ponto de vista da lógica uma condição impossível” (FONSECA, 2014, p. 20). E, para além de

⁹⁶ No campo de estudos do jornalismo, uma das primeiras teorias da notícia é a do espelho, que a concebe como um produto da “transmissão não expurgada da realidade” (TRAQUINA, 2001, p. 65 *apud* BRITO, 2021, p. 178)

⁹⁷ Expressão em francês que se relaciona à encenação, à posta em cena.

condicionantes ligadas ao profissional da notícia e à própria empresa de mídia, propõe-se que as subjetividades e o contexto do leitor devam ser levados em conta:

O jornal é apenas um operador entre um conjunto de operadores sócio-simbólicos, sendo, aparentemente, apenas o último: porque o sentido que leva aos leitores, estes, por sua vez, remanejam-no a partir de seu próprio campo mental e recolocam-no em circulação no ambiente cultural. Se, na origem, o acontecimento não existe como um dado “de fato”, também não tem solução final. A informação não é o transporte de um fato, é um ciclo ininterrupto de informações (MOUILLAUD, 1997, p. 51).

Dessa forma, ainda que valores como isenção, imparcialidade e neutralidade sigam orbitando o *ethos* da profissão, sobretudo nas redações tradicionais, há espaço para questionamentos, bem como para novas construções baseadas naquela herança. A objetividade, por exemplo, pode ser vista como um ritual estratégico, que serve mais como uma noção orientadora do que uma possibilidade concreta a se alcançar (TUCHMAN, 1993). Como vimos no início deste capítulo, Alma Preta e AzMina assumem como horizonte de trabalho a pluralidade de perspectivas, o rigor na apuração e o cuidado ético com as fontes, entre outros compromissos. Nas palavras da entrevistada D, performam o jornalismo em vários aspectos de sua “cartilha”, da reunião de pauta à pesquisa de fontes, do contato com as assessorias às produções e experimentações multimídia. Integram uma comunidade interpretativa de jornalistas, com narrativas compartilhadas que conferem sentido à prática profissional (ZELIZER, 2000), e também um campo jornalístico, em todo seu aspecto relacional (BOURDIEU, 1987 *apud* BERNARDES, 2013).

Ao mesmo tempo, profissionais ouvidos neste estudo se recusam a reproduzir de forma acrítica as noções de imparcialidade e neutralidade. Disse a entrevistada C: “Não há nenhuma intenção do Alma Preta em ser isento, nem de mentirinha, porque a gente sabe que, em alguns tipos de jornalismo, a lógica da isenção é uma fachada, mas a gente não usa essa fachada”. A entrevistada A, que foi assessora de comunicação em nosso mandato, destacou que a produção daquele veículo é, sim, orientada: “É uma leitura racializada, uma leitura preta sobre a conjuntura brasileira, contra a leitura tradicional”. Nessa mesma linha, o entrevistado B, um dos cofundadores, disse:

Existe uma dimensão do jornalismo que eu acho péssima, que é a majoritária e hegemônica, de que o jornalismo existe como um espelho da sociedade (...). O jornalismo é muito mais que isso. O jornalismo tem a possibilidade de transformação da sociedade, inclusive porque não existe essa ideia de jornalismo como espelho da sociedade. Essa é uma ideia de jornalismo como neutro, imparcial. E a gente parte do princípio de que isso não existe na nossa cobertura (depoimento à pesquisadora, 2022).

Falando pela Revista AzMina, a entrevistada D lembrou que demarcar e explicitar posições é uma característica que talvez diferencie o veículo onde trabalha de seus pares da imprensa convencional. Durante a nossa conversa, ela havia dito que a produção jornalística da Revista permite que as pessoas possam, a partir disso, organizar sua própria ação política. Eu então pontuei que, a meu ver, o jornalismo político tradicional feito em Brasília também pode municiar as pessoas em suas práticas cotidianas. Meu ponto era, continuei, que parecia haver algo a mais no jornalismo da Revista AzMina. Ela respondeu:

(...) Por a gente ser um veículo de jornalismo independente, por a gente ser um veículo de nicho, no sentido de cobrir gênero, as pessoas entendem que a gente tem uma posição. E acho que a gente realmente tem. Então AzMina faz jornalismo que defende o interesse das mulheres, AzMina faz jornalismo que é a favor da descriminalização do aborto, AzMina faz um jornalismo que tem posições marcadas quando a gente fala de gênero, e aí acho que quando a informação vem de um veículo que tem uma posição marcada, já tem essa diferença (depoimento à pesquisadora, 2022).

Não é que veículos da imprensa convencional não tenham posição. É que muitas vezes ela não está explicitada, salvo em editoriais sobre questões sensíveis e polêmicas que habitam o noticiário. A entrevistada C destacou que, em várias situações, sequer se cogita “uma ideia de militância ou de ativismo vindo de um veículo de mídia dito tradicional”, embora isso seja evidente no caso de emissoras vinculadas a uma religião ou a um público específico, por exemplo. E acrescentou: “Não é questionado dos veículos tradicionais o posicionamento político deles, porque é como se eles fossem a norma”. Em outras palavras, é como se eles dessem o tom. “E quem destoa faz outra coisa”, resumiu.

Para a entrevistada A, que foi assessora em nosso mandato, Alma Preta e AzMina têm agendas de interesse que influenciam suas decisões editoriais, como qualquer outro veículo da imprensa comercial. Disse: “Essa ligação das pessoas que produzem jornalismo com agendas de movimentos sociais ou de grupos e forças políticas e econômicas é normal, e ela não desabona a produção jornalística tradicional”. A diferença, nesse caso, está nos tipos de agenda. No entendimento da entrevistada, é natural, por exemplo, que AzMina esteja conectada ao movimento de mulheres, assim como o Estadão está ligado ao “movimento social do mercado”.

Fonseca (2014) lembra que, de fato, são recorrentes as explicações que buscam tomar o jornalismo apenas pelo jornal e definir esse dispositivo de forma um tanto quanto restritiva. Entre as definições clássicas, diz-se que precisa ser isento e objetivo e que não pode estar ligado a

movimentos sociais e a outros que o impeçam de ser imparcial. A autora defende, no entanto, que o jornalismo é uma prática apropriada, ressignificada e experimentada de maneiras diversas pelos sujeitos sociais: “Estamos tratando sim de um mesmo jornalismo, o que não significa dizer que estamos falando de coisas iguais” (FONSECA, 2014, p. 21). Para ilustrar seu ponto, ela concebe a metáfora da prática jornalística como uma grande colcha de retalhos, feita de pequenas partes e do diálogo possível entre elas. Sugere, assim, o alargamento das bordas jornalísticas, favorecendo sua diversidade.

Sustento que o jornalismo feito por AzMina e Alma Preta são parte desse grupo específico nomeado como jornalismo independente, performando tal independência de formas variadas, como vimos no capítulo 2. Especificamente, esses veículos têm apostado no acompanhamento e na aproximação com o Parlamento, de maneira mais sistemática do que outras iniciativas daquele grupo. Nesse sentido, atuam como intermediários entre o mundo político e os públicos com os quais falam, portando-se como representantes autoautorizados (URBINATI; WARREN, 2008) e ocupando lugares outrora reservados a veículos convencionais. Nessa dinâmica, enquanto reforçam seu pertencimento ao campo jornalístico, nos termos de Bourdieu, por vezes estão posicionados em suas bordas - seja porque estão distantes do metiê clássico do jornalismo político de Brasília, seja porque buscam se diferenciar do que é feito por veículos convencionais, especialmente em relação a foco, enquadramento e perspectivas.

Isso talvez ajude a explicar as reiteradas afirmações sobre serem jornalistas e fazerem jornalismo, buscando conferir ainda mais legitimidade às próprias práticas. Nesse sentido, demarcam seu lugar no campo, que se define como um espaço de forças no qual os agentes ocupam lugares que, estatisticamente, “determinam as posições que eles tomam com relação ao campo, sendo estas tomadas de posição destinadas à conservação ou à transformação da estrutura de forças constitutivas do campo” (BOURDIEU, 2005, p. 30 *apud* BERNARDES, 2013, p. 667). Em um campo, que tem lógicas e relações específicas, um nível importante de mediação é o *habitus* de seus ocupantes, ou seja, um sistema de esquemas geradores que permitem a livre produção de pensamentos, percepções e ações inseridas em condições particulares de produção (BERNARDES, 2013). A formação desse *habitus*, por sua vez, depende da posição social dos sujeitos.

Ao mesmo tempo que reforçam o pertencimento ao campo jornalístico, Alma Preta e AzMina buscam suprir lacunas que identificam no jornalismo dito *mainstream*. Como visto, o campo também abriga tensões para a transformação da estrutura de suas forças constitutivas. Forças

que raramente atuam para implodi-lo; antes, dedicam-se à sua renovação e ao alargamento de suas bordas. No caso de Alma Preta, da AzMina e de outras iniciativas de jornalismo independente, é possível afirmar que isso ocorre sobretudo pelo *habitus* de seus integrantes, ou seja, por suas subjetividades socializadas. No caso da AzMina, a escolha por uma produção jornalística que defende o direito das mulheres veio, nas palavras da própria entrevistada D, de uma “insatisfação com o jornalismo que não tinha recorte de gênero”. Especificamente em relação ao projeto Elas no Congresso, é possível dizer que ele lida com a ausência de perspectiva de gênero no próprio Parlamento:

Olhar para o Congresso nesse momento (...) também é importante e por vários motivos. Lá a gente vê a diferença na forma como homens e mulheres atuam. O Elas no Congresso, nossa plataforma de monitoramento do legislativo nacional, já mostrou que as congressistas propõem 3,5 vezes mais projetos favoráveis pelos direitos das mulheres do que seus colegas do gênero masculino (newsletter 13 de novembro de 2020).

Já a entrevistada C, quando se tornou correspondente do Alma Preta em Brasília, chegou ao Parlamento para fazer uma cobertura racializada “a partir das instituições”:

Mostrar o racismo estrutural, que é gerido e também gestado dentro do Parlamento, muitas vezes. Vamos ver quais são as políticas públicas que comportam pessoas negras aqui dentro, vamos acompanhar os projetos legislativos que vão impactar a população de alguma forma. Se a gente sabe que a população negra é a que mais morre por arma de fogo, quais são os projetos que falam sobre armas de fogo e o que eles falam? Eles falam bem, falam mal, eles produzem mais violência, produzem menos violência, como é isso? Então começamos a avaliar isso. (...) Checar essas atividades legislativas, acompanhar as comissões, ver o que mais impacta a população negra ou não, contatar os especialistas negros pra isso (depoimento à pesquisadora, 2022).

Assim como analisamos a posição de Alma Preta e AzMina no campo jornalístico, cabe fazer um exercício similar para o mandato que assessorei. A movimentação que lhe deu origem, MUITAS,⁹⁸ tinha por objetivo promover a ocupação da política institucional com corpos, ideias e projetos que por tempos haviam estado às margens da institucionalidade. Atuavam, dessa forma, na perspectiva de aumentar, tal qual em Young (2006), a representatividade de minorias, que

⁹⁸ Surgida em 2015 com o nome As MUITAS pela Cidade que Queremos, o grupo organizava-se a partir da confluência de movimentos e lutas que buscavam uma Belo Horizonte mais justa. Com a proposta de ocupar as eleições com ousadia e cidadania, integrantes de organizações, coletivos e ativistas independentes reuniram-se em torno de uma construção coletiva, horizontal e colaborativa, em sintonia com as lutas da cidade. As MUITAS diziam ser orientadas por uma política de amor feminista e antirracista, pela confluência máxima e pela radicalização da democracia, transbordando os limites político-partidários.

chamavam de maiorias sociais. Áurea Carolina foi uma das parlamentares eleitas no bojo dessa movimentação, primeiro como vereadora da Câmara Municipal de Belo Horizonte em 2016 e, depois, como deputada federal por Minas Gerais em 2018. Pretendia-se ocupar a institucionalidade para tentar transformá-la por dentro.

Em 2018, fui eleita deputada federal - a quinta mais votada de Minas Gerais - na esteira das lutas populares que organizaram o Brasil desde muito antes de nós e que foram potencializadas pelo levante das maiorias sociais contra o golpe e a ascensão da extrema direita. Nosso mandato foi fruto também da prática de uma outra política, que se propõe a vocalizar demandas populares, enfrentar os donos do poder, criar instrumentos de abertura e transparência e despersonalizar o fazer político por meio de uma aposta radical nas construções coletivas (ÁUREA CAROLINA, 2022, p. 12).

Sabemos que, em todos os campos, existem hierarquias e relações de poder. Mas no político, em especial, a produção do discurso é restrita a alguns atores e instituições (BERNARDES, 2013). Além disso, citando Bourdieu (2007), a autora diz que os agentes precisam ter legitimidade para tratar e formular questões políticas reconhecidas pela sociedade e pelos demais atores sociais. Essa espécie de divisão do trabalho político pode, portanto, criar divisões entre habilitados e não habilitados. Vivenciamos isso na prática: por nossa relativa inexperiência na política institucional, fomos muitas vezes vistas como inábeis e colocadas à margem do sistema político. Isso aconteceu tanto em situações corriqueiras, como sermos barradas no elevador da Câmara dos Deputados⁹⁹, quanto em episódios mais estruturantes, como sermos preteridas de relatorias importantes e termos nossa autoridade questionada em função da juventude da parlamentar, que foi eleita para o cargo aos 34 anos.

Nesse sentido, adentramos o sistema político-eleitoral para reafirmar sua legitimidade e, ao mesmo tempo, ter mais condições de atuar por sua transformação¹⁰⁰. Estávamos no Parlamento buscando uma diferenciação na *performance* parlamentar e nas formas de se construir um mandato. Nesse ponto, vemos uma trajetória afim àquela do jornalismo independente praticado por Alma Preta e AzMina no Congresso Nacional. Esses jornalistas também “chegaram” ao Parlamento há relativamente pouco tempo (lembramos que ambos os veículos foram fundados em 2015) e têm

⁹⁹ Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/04/10/deputadas-negras-barradas-segurancas-planejam-projeto-sobre-racismo.htm>>. Acesso em 21 mai. 2023

¹⁰⁰ De fato, a onda de ocupação da política institucional por grupos subrepresentados tem ganhado força na década de 2010, com movimentos como o Podemos, na Espanha, e o Syriza, na Grécia. No Brasil, isso ganhou fôlego a partir das jornadas de junho de 2013.

praticado o jornalismo enquanto o aprimoram, buscando refundar práticas viciadas e exercitar perspectivas de gênero e étnico-raciais. Representando, como nós, grupos minoritários e suas demandas.

Assim, alguns parlamentares e mandatos, bem como jornalistas e veículos independentes como AzMina e Alma Preta, integram campos com os quais mantêm relações eventualmente conflitivas, ao mesmo tempo que buscam transformá-los ou, pelo menos, expandi-los a partir das bordas. Para Bernardes (2013), o campo político e o campo jornalístico tendem a experimentar momentos de competição, disputa e conflito entre si, mas também de cooperação e interação. Além disso, “o campo midiático, portanto, divide com o campo político a responsabilidade pela produção do capital político, uma força de mobilização que pode se manifestar no campo pessoal ou institucional” (BERNARDES, 2013, p. 668). No caso em tela, a relação que nosso mandato construiu com aquelas organizações jornalísticas parece ser muito mais de cooperação, colaboração e confiança do que de conflito ou de competição. Alma Preta e AzMina, para nós, eram mais que veículos de comunicação *stricto sensu*. E, para eles, aparentemente fomos mais que uma fonte, ou mais que uma parlamentar, ou um todo que ia além da soma dessas partes. É o que iremos explorar a seguir.

5.1 MAIS QUE VEÍCULOS, MAIS QUE FONTES

“Nessa falta de uma mídia, de um meio de comunicação (...) focado no cenário político brasileiro e no que interessa mais à população negra, é que a gente se aproxima do Alma Preta, [que estava] fazendo a cobertura do cenário político a partir do Parlamento”. A reflexão da entrevistada A sinaliza, como já discutimos, a importância da afinidade temática para nossa aproximação com o veículo e para o fortalecimento de nossa relação. Com efeito, miradas mais dialógicas sobre comunicação organizacional advogam que o contato com a imprensa seja tratado em uma dimensão relacional (LIMA; OLIVEIRA, 2012), mas acreditamos que o objeto da nossa pesquisa extrapola essas dimensões. O termo *aproxima*, utilizado por nossa assessora, parece sugerir um relacionamento que vai além de uma assessoria de imprensa convencional.

Como dito no início deste capítulo, as nuances ativistas do jornalismo independente não o desabonam. Primeiro porque, como vimos, valores como isenção, imparcialidade ou neutralidade

têm sido largamente refutados, o que, naturalmente, não significa descompromisso com um trabalho íntegro, ético e rigoroso. Segundo porque entendemos que há grande diversidade na produção jornalística (FONSECA, 2014), cujos modos de fazer ampliam e atualizam o que se entende por jornalismo. Da mesma forma, existem diferentes perfis de parlamentar, com tratos diversos e posicionados de um canto a outro do espectro ideológico. Enquanto com alguns, senão com a grande maioria, o relacionamento parece se dar em um formato mais tradicional, com outros é possível construir laços de confiança e admiração recíprocos, que ultrapassam a relação jornalista-fonte.

Nessa mesma linha, noto que Alma Preta e AzMina, em seu “encontro” com o Parlamento, no relacionamento com assessores e parlamentares, podem significar mais que um veículo jornalístico. Isso devido às próprias condições de produção: notamos que fazer jornalismo com perspectiva de gênero e raça demanda uma aproximação mais estreita com movimentos sociais e mandatos ligados àqueles temas. A experiência de Alma Preta e AzMina sugere, assim, a impossibilidade de produzir jornalismo segmentado sem tal envolvimento. Sem dúvidas, a escolha de mandatos e movimentos, as maneiras de aproximação e outros aspectos afins dependem de muitos fatores, inclusive das pessoas que protagonizam essas redes de relacionamento, como vimos no capítulo 3. De toda forma, esses modos de fazer, tanto ou mais que os temas e as produções em si, agendam o sistema político e podem gerar efeitos de *advocacy*, como temos argumentado.

Durante a reunião que tivemos com jornalistas do Alma Preta, contei sobre a minha pesquisa e pedi licença para gravar a conversa. Minhas colegas, assessoras do mandato, já sabiam do tema, e foi quando os jornalistas do veículo se inteiraram também. Eles demonstraram lisonja e apreço pela escolha do objeto, especialmente o entrevistado B. Disse que Áurea Carolina (PSOL/MG) e Talíria Petrone (PSOL/RJ), mulheres negras, haviam sido as parlamentares mais ouvidas pelo veículo naquela legislatura, reafirmando a aproximação com os nossos mandatos. Uma evidência, portanto, do recorte racial que o veículo utiliza para delimitar pautas e fontes. A orientação política de ambas, que são deputadas progressistas de esquerda, parece ser outro fator que favorece o vínculo.

Outra razão da presença expressiva das deputadas na produção do veículo parece ser a própria facilidade em acionar tais mandatos, devido à abertura e à proximidade com pessoas que os integram, afinal, política e jornalismo são feitos também de relacionamentos. O entrevistado B, por exemplo, disse que a nossa assessora de imprensa era uma pessoa que lhe “abria os caminhos”,

colocando-se à disposição sempre que ele enviava um “salve”. Contou ainda sobre uma observação feita pelo Yahoo!, com o qual tinham uma parceria para a produção de conteúdos. Certa vez, a equipe do portal sinalizou a ele que a proximidade e a preferência por alguns mandatos e algumas parlamentares estavam se tornando muito explícitas:

(...) Teve uma época em que a gente fazia as coisas com o Yahoo!, e que o pessoal até falou: então, vocês estão cobrindo Brasília, e é legal, mas tentem dar uma “alternada” de não colocar só a Áurea Carolina. Porque a gente estava colocando muita coisa da Áurea (...), acontecia alguma coisa a gente “corria” em vocês para pedir uma posição da Áurea. E aí até o pessoal do Yahoo! pediu pra gente dar uma alternada, procurar outras deputadas. E aí a gente fez esse movimento de conseguir chegar na [entrevistada C], que é uma repórter agora que está aqui [em Brasília], então vai estar sempre transitando com vocês (depoimento à pesquisadora, 2022).

É possível que esse apego ao nosso mandato tenha sido uma consequência da distância - física e simbólica - de Brasília. Éramos, por algumas razões já vistas, um dos (talvez o) mandatos mais próximos do veículo, e esse relacionamento contribuiu para diminuir as distâncias e encurtar os caminhos de acesso ao Parlamento. Não se trata apenas de, como disse a entrevistada A, “ajudar o jornalista a fazer sua apuração”, o que já é bastante tratando-se de assessoria de imprensa, mas também de “mostrar” os caminhos. Por exemplo, o fato de contribuímos para o entendimento do processo legislativo, como discutido no capítulo 2, reflete-se no produto jornalístico final, tendo em vista que esse contato mais estreito com o mandato parceiro, que é também uma fonte, acaba por render bastidores, enquadramentos e declarações da parlamentar.

Meses depois, durante a conversa individual com o entrevistado B, eu trouxe sua fala sobre o Yahoo! à tona. À época da reunião com o mandato, ele havia também caracterizado a relação conosco como “muito orgânica”, e eu então pedi que refletisse mais sobre esses pontos. Perguntei se Áurea, e o mandato como um todo, representava mais que uma fonte de informação para o veículo. “É também uma relação de fonte, mas vai além”, ele respondeu, acrescentando que “nós estamos disputando o fim das desigualdades raciais no Brasil. E a Áurea é a pessoa, uma das pessoas, talvez seja a pessoa que, na nossa representação, mais estava fazendo isso na Câmara [dos Deputados]”. Exemplificou, citando uma matéria recente do veículo¹⁰¹, em que a parlamentar era

¹⁰¹ Disponível em <<https://almapreta.com/sessao/politica/aurea-e-taliria-enviaram-mais-de-r-11-milhoes-para-projetos-de-igualdade-racial>>. Acesso em: 21 Mai. 2023. Durante a reunião, como detalhamos nos capítulos anteriores, emendas parlamentares foram um tópico presente. Essa matéria foi veiculada semanas depois do encontro, motivo pelo qual acreditamos que nossas conversas possam ter, de alguma forma, influenciado a escolha da pauta e da narrativa. Para essa matéria, em específico, o veículo entrou em contato conosco. A assessora de imprensa nos informou que o

uma das que mais havia destinado emendas voltadas à igualdade racial. De forma assertiva, disse que essa era a razão pela qual deveriam fortalecer a deputada e dialogar com ela: “Então eu entendo a gente como parte da estratégia de vocês. Mas eu também via, e vejo, vocês como parte da nossa estratégia”.

Sob essa lógica, posso dizer que, de fato, éramos parte da estratégia de Alma Preta e AzMina quando, por exemplo, divulgávamos conteúdos de ambos em nossas redes sociais e utilizávamos suas produções para embasar matérias legislativas e judiciais. Ainda que aqueles veículos possuam perfis digitais fortes e relevantes, como mostramos no capítulo 2, temos audiências parcialmente distintas, o que potencialmente levou mais pessoas a conhecerem e consumirem seus conteúdos. Além disso, o próprio gesto de publicar material de ambos em nossas redes poderia ser lido como um endosso de nossa parte, ou seja, “emprestávamos” a esses veículos a legitimidade e a autoridade de um mandato parlamentar. Durante a reunião, inclusive, o entrevistado B solicitou nossa parceria para a circulação de conteúdos do Alma Preta, e esse pedido de apoio também acontecia em seu relacionamento cotidiano com a assessora A.

Da mesma forma, Alma Preta e AzMina eram parte de nossa estratégia por várias razões. Para um mandato feminista antirracista, era importante saber que esses veículos estariam atentos a potenciais ameaças aos direitos de mulheres e pessoas negras, bem como a outras questões envolvendo esses grupos. Isso não apenas no âmbito do Parlamento e do Poder Executivo, mas também na sociedade como um todo. Podíamos contar com uma cobertura jornalística segmentada e, ao mesmo tempo, diversa, aberta a pautas que não costumam entrar no radar da imprensa convencional. Uma afinidade temática e de representação, portanto, como já discutimos no capítulo 3. Assim, sentíamos que ambos eram mais receptivos a sugestões de pauta por parte de nosso mandato, o que naturalmente era importante para o reconhecimento público da parlamentar e, sobretudo, para o da pauta propriamente dita.

Como me disse a assessora A, que atuava diretamente nessa frente, essa forma de se relacionar com a imprensa tinha muito a ver com o perfil da parlamentar: “Às vezes o nome dela nem vai ser citado, mas a pauta está ‘na rua’. O mandato trabalha pelo sucesso da pauta; nem

veículo estava fazendo uma reportagem sobre a destinação de emendas do mandato para o enfrentamento ao racismo. Ela já havia enviado os dados sobre a destinação (quem recebeu e quais valores), e eles pediam, agora, uma declaração da parlamentar respondendo às seguintes questões: 1) por que houve uma quantidade significativa de emendas destinadas para projetos de combate ao racismo?; 2) por que o mandato decidiu enviar um número destacado de emendas para comunidades quilombolas?

sempre pelo sucesso da parlamentar”. De fato, isso foi uma constante ao longo de todo o mandato, tendo se acentuado nos períodos em que a deputada esteve ausente devido a uma licença-maternidade e a outra licença por razões de saúde. Durante esse tempo, ainda que ela não estivesse disponível para entrevistas, o mandato seguiu trabalhando normalmente, inclusive sua assessoria de imprensa. Para nós, a lida com jornalistas envolvia não apenas providenciar uma entrevista com a parlamentar ou enviar uma sugestão de pauta à imprensa, mas permanecer à disposição para oferecer outras informações e fontes e acompanhar a produção, veiculação e repercussão da matéria.

No entendimento da entrevistada A, esse tratamento cuidadoso era ainda mais evidente quando se tratava de veículos independentes, sendo dispensado tanto ao Alma Preta quanto à Revista AzMina, inclusive. Ela comentou sobre um “esforço” e um “tempo” maior para atender a esses grupos e mencionou um episódio em que passou duas horas diretas em contato com uma repórter do Alma Preta para oferecer informações em *off*. Também se lembrou de um caso em que indicou a uma jornalista da Revista AzMina uma pesquisa sobre direitos políticos das mulheres, conduzida pelo projeto Atenea e implementada por PNUD e ONU Mulheres. Esses episódios sugerem, assim, uma interdependência entre esses veículos e mandatos como os nossos: ao mesmo tempo que buscávamos oferecer um suporte qualificado a suas demandas, também éramos pautados por eles, o que, por diversas vezes, desdobrou-se em ações legislativas. Na reunião que tivemos com o Alma Preta, a própria entrevistada A falou em uma “relação especial” com esse veículo.

Um episódio que evidencia o hibridismo dessa relação foi aquele envolvendo a instrução normativa do Incra sobre terras quilombolas, já mencionado no capítulo anterior. Ali, contamos sobre a sugestão de pauta exclusiva feita por nosso mandato e a publicação, dias depois, de uma matéria relativa ao tema por parte do Alma Preta. Agora, comentarei o que se passou entre um fato e outro. Na reunião, havíamos oferecido a pauta e mencionado alguns assessores do mandato com quem os jornalistas poderiam conversar melhor a respeito. Poucos dias após, nossa assessora de imprensa entrou de férias, e eu fiquei responsável pela interlocução com os jornalistas. Passei a eles o contato direto de assessores do mandato, sem a devida mediação como assessoria de imprensa. As assessoras acionadas, então, não souberam ao certo como proceder: se deveriam ajudá-los tecnicamente na apuração ou oferecer uma declaração mais política, eventualmente em nome da deputada. A dúvida foi trazida para um fórum de discussões envolvendo assessoria técnica e coordenação de gabinete.

Essa pequena confusão foi causada em boa parte por mim, e atribuo isso à proximidade que o mandato tinha com o Alma Preta. A relação de confiança era tamanha que passei o contato de assessores técnicos envolvidos com a pauta, não como fonte para eventuais declarações em nome da deputada - mesmo porque isso deveria ser construído pela assessoria de imprensa -, mas para auxiliar na própria pesquisa necessária à reportagem. Na volta de suas férias, a assessora de imprensa reforçou que todo contato de jornalistas com integrantes do nosso mandato deveria passar antes pelo crivo da equipe de comunicação. E frisou que isso deveria valer tanto para demandas que solicitassem a parlamentar, como para aquelas envolvendo nossos técnicos¹⁰². Nesse ponto, ela se manteve, de fato, bem fiel ao *script* de uma assessoria. Avalio que, na situação relatada, acabei dispensando ao Alma Preta um atendimento típico de movimentos sociais parceiros, para os quais era um costume indicar o contato direto de pessoas do mandato. E durante a entrevista para este trabalho, a então assessora fez questão de frisar, em vários momentos, que o contato com Alma Preta e AzMina era feito de forma institucional, em nome do mandato e por meio dele.

5.2 ESPERANÇA ATIVA

Os episódios relatados parecem ser emblemáticos de um relacionamento que transborda a relação jornalista - fonte, ou, sob outro ângulo, a relação veículo jornalístico - assessoria de imprensa, ao menos em um sentido mais estrito. Somado ao poder de agenda discutido no capítulo 4, isso conforma o que venho chamando de *efeitos de advocacy*, no sentido de que, ao fazerem seu trabalho, esses veículos acabam sensibilizando agentes políticos que atuam na esfera decisória. Antes de discutir melhor esse argumento, trarei o ponto de vista apresentado pelas duas assessoras parlamentares ouvidas para esta pesquisa, de maneira a dialogar com ambos os entendimentos.

Durante toda a nossa conversa, a entrevistada A mostrou-se hesitante em interpretar as relações descritas como *advocacy*, com base em sua compreensão sobre o termo: para ela, faltaria o elemento da intencionalidade, ou seja, fazer algo para impactar diretamente decisões políticas.

¹⁰² Essa era uma característica muito interessante e peculiar em nosso mandato. Para além da parlamentar, obviamente, buscávamos dar muito protagonismo às pessoas que compunham aquele espaço. Era um mandato que se propunha coletivo, ou ao menos coletivizado, sendo que a maioria dos assessores e assessoras eram referência nas pautas de que cuidavam. Com a licença de Áurea devido a uma gestação e, depois, por razões de saúde, passamos a restringir agendas e compromissos que a envolvessem. Muitas demandas foram descentralizadas, sendo delegadas a assessores que a atendiam com igual zelo.

Como ela realçou em diversos momentos, tratar-se-ia mais de jornalismo político, que se alimenta da leitura de cenários e atua revelando e fomentando conflitos. Isso seria válido, em sua visão, tanto para veículos independentes como o Alma Preta quanto para a Folha de S. Paulo, O Globo ou qualquer outro da chamada imprensa comercial.

Além disso, continuou ela, por mais que a agenda de interesses de veículos como Alma Preta e AzMina possa ser tomada como progressista, os dois não se furtarão a fazer críticas quando necessário, mesmo no caso de uma gestão presidencial mais alinhada às suas posições editoriais, por exemplo. É isso que se espera do jornalismo, ressaltou ela, e se isso de alguma forma exerce influência sobre o Parlamento, exerce mais por características do ofício do que por um esforço deliberado de *advocacy*: “Você dizer que A ou B produz jornalismo para influenciar a decisão é mais complicado. A gente utilizou informações do Alma Preta em nossas atividades legislativas, sim, mas como fontes de informação”. A essa altura, ela citou uma peça jurídica do mandato da deputada Carla Zambelli (PSL-SP) - à qual teve acesso -, que se baseou em um conteúdo do portal bolsonarista Conexão Notícia. Ou seja, argumentou, de uma ponta a outra do espectro político, que haverá influência da produção jornalística sobre os trabalhos do Parlamento.

A entrevistada E, assessora de comunicação no mandato de Talíria Petrone (PSOL-RJ), lembrou alguns episódios em que contribuiu para a articulação entre veículos independentes e movimentos sociais. Deu o exemplo de uma relação com a Frente Parlamentar Mista em Defesa da Democracia e dos Direitos Humanos, vigente na legislatura passada e presidida por Talíria durante algum tempo. Junto de entidades que integram o colegiado, a assessora preparou sugestões de pauta à imprensa sobre denúncias da Frente, indicando também esses parceiros para possíveis entrevistas. Disse ela: “A gente acaba ajudando eles [os jornalistas] a chegarem a outras fontes que não necessariamente seja a gente; às vezes a gente faz contato porque não necessariamente temos que ser a fonte”, o que se aproxima bastante do entendimento do nosso mandato, como relatado.

Para ela, veículos independentes eram, no geral, mais receptivos a sugestões como aquelas. De toda forma, ela sentia que um trabalho como esse era, sobretudo, jornalístico, “porque visa à pauta, visa à matéria, mas em articulação com movimentos também”. Com o Alma Preta, em especial, ela enxergava algum tipo de relação de incidência política devido à participação do veículo na Coalizão Negra por Direitos, que o mandato de Talíria também integra. Mas, no geral, “com a imprensa, eu acho que não teve esse sobreamento [de *advocacy*] no meu caso, a não ser

essas coisas articuladas com os movimentos também (...) a gente já indicou gente pra participar de debate (...), mas foi pontual, vejo como algo mais pontual mesmo”.

Embora eu tenda a concordar com o ponto de vista das entrevistadas, proponho uma compreensão mais ampla do conceito e do fenômeno do *advocacy*, à semelhança do que defende Silveira (2014) para o jornalismo, diverso em seus modos de fazer. Defendo, assim, que iniciativas de jornalismo independente como Alma Preta e AzMina geram efeitos de *advocacy* sobre o Parlamento por meio de seu trabalho, ainda que não o concebam necessariamente dessa forma. Como vimos, a formação da agenda (a *agenda-setting*, portanto) pode ser influenciada por práticas que buscam vocalizar uma causa específica junto a tomadores de decisão e à opinião pública. No nosso caso, entendemos que ambos os veículos endereçam um jornalismo feminista e antirracista ao Parlamento, e que, durante essa feitura jornalística, cultivam relações de reciprocidade, admiração e confiança que extrapolam o fluxo convencional de uma assessoria de imprensa.

Diz Silva (2017) que as atividades de *advocacy* compreendem a sensibilização de formadores de opinião e da própria população visando à mudança de paradigmas, por meio do incentivo à atuação do poder público (SILVA, 2017, p. 398). Sob essa perspectiva, membros dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário e do Ministério Público, profissionais da imprensa, formadores de opinião e mesmo a sociedade em geral podem ser alvos daquelas iniciativas. Assim, muitos movimentos sociais e organizações da sociedade civil têm lançado mão de estratégias de *advocacy*, em áreas temáticas que por vezes se relacionam diretamente à representação política. Autoras como Scherer-Warren (2011) fazem, inclusive, uma distinção entre *advocacy* e incidência política, termos correlatos que muitas vezes são utilizados como sinônimos. Para ela, enquanto a primeira se refere à defesa de direitos e da condição humana de grupos sociais em situação de vulnerabilidade, a última tem a ver com processos de mobilização pública de atores sociais para influenciar os tomadores de decisão.

Com efeito, argumenta-se que o *advocacy* está intimamente relacionado à ampliação das formas de participação social nas decisões públicas e que potencialmente enriquece a representação democrática, como vimos no capítulo 3. A título de ilustração, enquanto nos Estados Unidos, apontado como berço da literatura acadêmica sobre o tema, as práticas de *advocacy* se vinculam à tradição liberal e associativista do país e à efervescência das lutas por direitos civis a partir da década de 1960, no Brasil elas se desenvolvem com mais vigor a partir do final dos anos 1970, na esteira da redemocratização do país. A promulgação da Constituição Federal de 1988, apelidada

de Constituição Cidadã, é um ponto alto desse processo. De fato, Santos (2014) reconhece que o Legislativo voltou a ser uma arena decisória relevante após a promulgação da Constituição de 1988, transformando-se, assim, em um espaço político cada vez mais ocupado por interesses múltiplos.

Nesse período, verifica-se um aumento do estímulo à participação social na discussão e elaboração de políticas, inclusive por meio de aparatos institucionais previstos na Constituição Federal, como conselhos e conferências de políticas públicas. Também o Parlamento se torna cada vez mais poroso, amparado pelo desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação e do fortalecimento dos estudos e das práticas em democracia digital. Esse novo ecossistema político parece, assim, incentivar a presença de grupos de interesse no Parlamento, entendidos como organizações que buscam promover um interesse ou uma causa específica, sem, no entanto, buscar formar um governo ou fazer parte do mesmo (GRANT, 2009)¹⁰³. Também chamados de grupos de pressão ou interesses organizados, oferecem uma grande quantidade de *inputs* ao sistema político (SANTOS, 2014) e, no entanto, “sabe-se quase nada sobre que grupos atuam, que estratégias utilizam, qual seu nível de influência no processo decisório, quais as clivagens mais relevantes no contexto da disputa, entre outras questões não menos relevantes” (SANTOS, 2014, p. 5).

Essa é uma das razões pelas quais, inclusive, o autor advoga por mais pesquisas sobre a atuação dos grupos de interesse na área de estudos legislativos, na qual o assunto tem sido, em suas palavras, sistematicamente ignorado, a despeito de explicações robustas que o campo oferece sobre o papel do Legislativo no sistema político brasileiro. Como ressaltam Santos *et al.* (2017), os grupos de interesse e de pressão e o próprio *lobby* podem oferecer variados *inputs* ao sistema político, o que os faz merecer a atenção de pesquisadores e dos próprios profissionais da área.

Oliveira (2004) considera que o *lobby* ganhou força durante o período de redemocratização, e que os grupos de pressão acabaram por fortalecer o Congresso como um ator político. A partir de dados do cadastramento de grupos de interesse e assessores parlamentares na Câmara dos Deputados, Santos *et al.* (2017) constataram que os interesses organizados têm atuado cada vez mais no Legislativo, em uma trajetória que se mostra ascendente desde 1983. É um indicador de que eles “têm deslocado para o Parlamento parte de seus recursos e de sua energia na

¹⁰³ As fronteiras entre os conceitos de grupos de interesse e grupos de pressão são tênues (NÓBREGA NETTO, 2015). Aqui, optamos por desconsiderá-las e focar nos autores que fazem um uso intercambiável de ambos, como Santos (2014).

expectativa de ver suas demandas consideradas pelo sistema político” (SANTOS *et al.*, 2017, p. 13). Para o autor, isso significa a revalorização do Legislativo como arena política relevante a partir da Constituição de 1988. Cardoso (2019) argumenta em direção semelhante quando diz que o Poder Legislativo, especialmente em âmbito federal, ainda é o alvo principal dos lobistas, haja vista sua importância na discussão e aprovação de normas, ainda que propostas pelo Executivo.

O Poder Legislativo parece ser, assim, um contexto mais propício à incidência política em nome de uma causa, ou, em outras palavras, a práticas de *advocacy*. De fato, Santos (2014) afirma que o *lobby* é uma das expressões máximas da defesa de interesse desses grupos junto ao Estado, em meio à competição por influência sobre o sistema político. Ressalte-se que, na literatura, muitas vezes os termos *lobby*, *advocacy* e incidência política são usados de forma intercambiável, ainda que diferenças possam ser apontadas. Diz-se que o *lobby* é um tipo possível de *advocacy* (SILVA, 2017); uma expressão assumida pela representação de interesses junto ao Estado (SANTOS, 2014); um momento do processo de *advocacy* que nomeia contatos pessoais diretos com lideranças do legislativo ou executivo governamental, com fins de pressão ou reivindicação em torno de uma causa (SCHERER-WARREN, 2011). Nesta pesquisa, optamos por tomar essas expressões como sinônimas, dadas as diferenças pouco expressivas entre elas.

No caso do Legislativo Federal, onde existe uma atuação expressiva por parte desses profissionais, fazer *lobby* envolve estudar detalhadamente os perfis de congressistas (deputados e senadores); explorar a influência de líderes partidários sobre suas bancadas; analisar o posicionamento dos relatores sobre as matérias em pauta nas comissões e plenário; e selecionar os melhores argumentos afeitos às orientações políticas de cada representação partidária (NÓBREGA NETTO, 2015). Para Oliveira (2004), fazer *lobby* exige, entre outras ações, monitorar de maneira ativa o Poder Legislativo e o sistema político de forma geral; elaborar estudos técnicos e pareceres para municiar tomadores de decisão; e fazer corpo-a-corpo, que consiste em argumentar para convencer. “O lobista é, antes de tudo, um comunicador” (OLIVEIRA, 2004, p. 242), e os maiores bens de quem trabalha com *lobbying* seriam a informação e a comunicação, na visão da autora.

Vê-se que muitas das atividades mencionadas são, de alguma forma, desempenhadas pelos veículos independentes estudados nesta monografia. Poder-se-ia argumentar que empresas de mídia convencional também o fazem, o que procede, em termos. Mas a experiência de Alma Preta e AzMina mostra que o corpo-a-corpo, a construção de relacionamentos mais aprofundados e o acionamento direto de parlamentares e assessores para conversas que tratem de projetos e

atividades específicas do veículo parecem acontecer com mais frequência para aqueles veículos. A questão é que o jornalismo independente atua de forma mais explícita, e explicitada, na defesa e representação de interesses: das mulheres, no caso da AzMina; e das pessoas negras, no caso do Alma Preta. Isso também faz deles, em alguma medida, grupos de interesse ou de pressão. Como defendido no capítulo 3, trata-se de uma representação autoautorizada (URBINATI; WARREN, 2008), em favor de grupos e temas que são afins a vários mandatos da Casa.

Grupos de pressão costumam fazer uso do *advocacy* para adentrar o sistema político, especialmente os espaços onde se constrói a agenda decisória. Nesse sentido, é uma representação especializada, distinta daquela tradicionalmente levada a cabo por partidos, de cunho não especializado (CARDOSO, 2019). Recorrendo a Mancuso e Gozetto, o autor salienta que fazer *lobby* é defender interesses junto aos membros do poder público com competência para tomar decisões, e isso pode ser feito por um agente ou seu representante. Em uma revisão de literatura sobre os conceitos discutidos aqui, Nóbrega Netto (2015) encontrou três expressões que se repetem com frequência: “defesa de interesses” e, especialmente, “influência” e “representação”. Isso explicita, portanto, o papel intrincado entre o jornalismo independente com foco em questões de gênero e raciais, nas práticas de *lobbying* e na tentativa de incidir sobre a formação da agenda legislativa parlamentar, especialmente da Câmara dos Deputados.

A entrevistada D, pela Revista AzMina, disse que essas questões ainda têm sido discutidas pelo grupo: “A gente não faz incidência, mas a gente entende que faz *advocacy* quando está fazendo jornalismo. Não existe uma incidência direta, então a gente ainda está aprendendo a lidar com isso”. Segundo ela, a intenção é municiar os *advocates* com informações que subsidiem sua prática política. Ela acrescentou que, quando o veículo iniciou suas atividades, já existiam organizações especializadas em fazer *advocacy*, e fazendo muito bem, a exemplo do já mencionado CFEMEA. No final de nossa entrevista, ela elaborou suas reflexões da seguinte forma:

É inegável que AzMina tem posicionamentos muito claros em relação à questão de gênero, e que a gente faz sim, da nossa maneira, *advocacy* pelas nossas questões, mas eu acho que AzMina se posiciona muito bem, nesse sentido assim de que, se fazemos esse *advocacy*, se fazemos esse ativismo, a gente faz isso de fato usando jornalismo. (...) Então, acho que essa é uma busca incessante e difícil mesmo, que é, a gente advoga por essa causa, a gente quer dar espaço para isso, mas a gente vai fazer isso fazendo jornalismo. Acho que esse é o grande diferencial d’AzMina, mas também o grande desafio do dia a dia. (...) Acho que é novo pra todo mundo, e as pessoas de alguma maneira querem te colocar nessas duas caixinhas. Ou você faz jornalismo ou você é ativista, então pra gente foi essa descoberta, a gente faz *advocacy* com jornalismo. Então é isso, e acho que se posicionar nesse campo, para todo mundo, ainda é uma coisa nova (depoimento à pesquisadora, 2022).

A entrevistada C, do Alma Preta, trouxe reflexão semelhante:

A dúvida que fica, que você colocou, no início da conversa que a gente teve, se a gente está entre o ativismo e o jornalismo, acho que a gente só está com o foco diferente. Não é “entre nada”, é um foco diferente, é um outro foco para a mesma coisa, porque a gente já está tão acostumada com esse foco, em fazer desta forma, e com a fala dessas pessoas, que quando a gente enxerga uma fala diferente, uma visão diferente, sobre a mesma coisa, aí já acha que é militância (depoimento à pesquisadora, 2022).

Outra característica do *advocacy* é que, muitas vezes, os grupos de interesse atuam em coalizões. Revisões sistemáticas de literatura apontam que pesquisas ligadas a temas como esse têm sido mais comuns justamente a partir dos anos 1990 (SILVA, 2017; CALMON; COSTA, 2007), pós-Constituição de 1998. Esses estudos, sabidamente multidisciplinares, inserem-se em campos como administração pública, políticas públicas, ciência política, sociologia, direitos humanos, serviço social e educação. Enquanto na literatura internacional, especialmente norte-americana, são muitos os trabalhos sobre o tema, pesquisas brasileiras sobre *advocacy* costumam “importar” o chamado Advocacy Coalition Framework (ACF), sendo esse modelo, em muitos casos, utilizado de forma incompleta (CAPELARI *et al.*, 2015). O ACF, elaborado por Paul Sabatier e pesquisadores associados, atribui papel relevante às chamadas coalizões de advocacia na definição da agenda política e, conseqüentemente, na mudança em políticas públicas.

Essas coalizões compartilham crenças em relação à política em questão e manejam recursos como finanças, habilidades de liderança e opinião pública (CAPELARI *et al.*, 2015). Uma vez estabelecidas as coalizões, continuam os autores, mudanças nas políticas públicas virão de fatores internos e externos àquele subsistema. São esses múltiplos atores, em importantes disputas técnicas e em variados níveis de governo, que concorrem para a elaboração das políticas nas sociedades contemporâneas. Como toda elaboração teórica, também o ACF é passível de críticas, e uma delas é a de que ele “afirmar-se-ia predominantemente mais como um instrumento descritivo e analítico, do que um modelo explicativo com capacidade de interpretar as mudanças nas políticas e nas crenças” (CAPELARI *et al.*, 2015, p. 93). Buscando contribuir para o modelo, esses autores pontuam que atores como jornalistas, cientistas e comunidades acadêmicas também podem compor tais coalizões, o que me pareceu relevante a este estudo.

Não se pretende, no entanto, reproduzir ou aplicar fielmente o ACF ao objeto desta pesquisa, mas fazer uso de seus *insights* sobre coalizões e sobre o impacto delas na formação da

agenda política. Parece ser possível afirmar, por exemplo, que organizações sociais especializadas na feitura do jornalismo independente também podem, eventualmente, integrar coalizões, a meu ver, uma grande força motriz das práticas de *advocacy*. Indo além, visualizamos a formação de coalizões quando Alma Preta e AzMina atuam em conexão mais direta com movimentos sociais de suas respectivas áreas, inclusive em colaborações mais amplas. A entrevistada D me disse, por exemplo, que o veículo “tem bastante relação [com outras organizações do movimento de mulheres], a gente sempre acreditou bastante nisso, nessa articulação das organizações do movimento”. Citou a participação direta em campanhas sobre sensibilização dos direitos sexuais e reprodutivos, a exemplo da Nem Presa nem Morta, que atua pela descriminalização do aborto no Brasil. A jornalista mencionou, ainda, a própria articulação de movimentos que compõe o projeto Elas no Congresso, como já explicitado no capítulo 2.

O veículo também se envolveu bastante nas eleições de 2022, como é explícito nas *newsletters* enviadas próximo ao período eleitoral. Embora não haja a defesa de candidatas específicas, incentiva-se fortemente o voto em mulheres e, sobretudo, naquelas declaradamente feministas, que possam travar esses embates no Congresso Nacional. “Queremos construir em 2022 um Congresso mais diverso, mais feminino e mais feminista para os próximos quatro anos. E vamos aproveitar as próximas semanas, já que os parlamentares ainda estão de recesso, para bater um papo sobre isso. Vem com a gente?” (*newsletter* 10 de janeiro de 2022).

Trinta e seis. Esse foi o número de proposições que as bancadas femininas da Câmara e do Senado aprovaram durante março, o mês da mulher. É bastante. Mas nem todas são isentas de críticas. (...) Para aqueles que ainda questionam a necessidade de uma bancada feminina no legislativo, a gente afirma que ela não é só importante: uma bancada feminina e feminista é essencial. E esse último ponto faz toda a diferença (*newsletter* 4 de abril de 2022).

Mesmo quem não esperava a eleição de um Congresso mais progressista que o de 2018 se surpreendeu com a expressiva votação de deputados e senadores expoentes da extrema-direita. Mas nos apegamos, sim, às boas notícias, porque uma coisa é certa: a luta, como diz Sérgio Vaz, é pra vida inteira, e por isso ela continua (*newsletter* 4 de outubro de 2022).

Em diálogo com outras organizações, AzMina acompanha também processos eleitorais no âmbito do próprio Congresso. O trecho a seguir veio de uma *newsletter* enviada às vésperas das eleições da Mesa Diretora da Câmara, em 2021:

A Revista AzMina e mais de 40 organizações lançaram a campanha “Democracia nas Mesas”, em que apresentam uma agenda mínima para o Congresso. O que pedimos é que sejam priorizados a autonomia do Congresso Nacional, o combate sério e responsável da pandemia da Covid-19 em todo o país, a proteção do meio ambiente e o respeito às liberdades, diversidades e aos direitos expressos na Constituição Federal, o que inclui o combate intransigente ao racismo, à homofobia, à misoginia, à lógica armamentista, entre tantas outras pautas ditas “de costume”. E você pode ajudar nessa articulação. Ainda dá tempo de mandar um e-mail pressionando as lideranças do Congresso para que votem em candidaturas comprometidas com esses princípios. Dá pra fazer isso bem rapidinho, é só clicar aqui (*newsletter* 1º de fevereiro de 2021).

No mesmo ano, em diferentes edições, comentaram também sobre as eleições para a mesa diretora das comissões da Casa:

O que vale destacar é que é importante, sim, e inédito também, o fato de as lideranças do partido - em sua maioria compostas por homens - indicarem mulheres para as presidências de espaços tão importantes. Mostramos no *Elas no Congresso* que isso não é comum, e que é bastante problemático. Mas não dá para dizer que, ao menos dessa vez, isso signifique uma vitória para os nossos direitos. Seguiremos mais vigilantes do que nunca (*newsletter* 15 de março de 2021).

A conexão com movimentos sociais manifesta-se, também, no próprio conteúdo dos informativos. Mesmo naqueles que não se vinculam diretamente ao projeto *Elas no Congresso*, são trazidos temas que dialogam com as mais importantes agendas feministas no país. Curiosamente, o título de vários vem sob a forma de um questionamento, suscitando a reflexão. Por ter acompanhado, a partir do mandato, os principais debates no âmbito dos movimentos feministas, conheço os pontos que podem eventualmente ser sensíveis ou mesmo objeto de dissenso. Em vez de assumir uma posição explícita em relação a eles, os textos costumam suscitar o debate e apresentar com propriedade as perspectivas em jogo.

Alguns títulos emblemáticos nesse sentido são: *Pai preto e mãe branca. Qual meu lugar no Brasil?* (de 31 de julho de 2020); *Falar em abolicionismo e Lei Maria da Penha é proteger o agressor?* (de 7 de agosto de 2020); *Ei cara, você é um criminoso?* (de 22 de janeiro de 2021); *É assédio ou não é?* (5 de fevereiro de 2021); *Vamos tirar o aborto do armário?* (12 de fevereiro de 2021); *Como funciona a entrega legal de recém-nascidos?* (16 de abril de 2021); *Premiações iguais para homens e mulheres no esporte?* (21 de junho de 2021); *Expôr o agressor resolve?* (27 de setembro de 2021); *Mamografia a partir de qual idade?* (18 de outubro de 2021); *O Congresso está discutindo alienação parental como deveria?* (7 de dezembro de 2021); *Trintou, congelou!*

Será mesmo? (3 de junho de 2022); *Dá para ser feminista e evangélica?* (26 de agosto de 2022); *Lula, cadê as mulheres nos ministérios?* (12 de dezembro de 2022).

No caso do Alma Preta, há uma conexão muito evidente com a Coalizão Negra por Direitos e os movimentos negros organizados aí, como discutido no capítulo 3. Várias das idas do entrevistado B a Brasília, incluindo a vez em que o conheci pessoalmente, aconteceram no âmbito de ações da Coalizão, que se articulou formalmente no ano de 2019. Como já mencionado, a presença do veículo se dava não apenas para cobrir uma pauta jornalística, mas também para interagir com o movimento e fortalecê-lo, ao nível de uma parceria. Em sua conversa comigo, o jornalista mencionou, inclusive, que a cobertura das eleições realizada pelo veículo foi, de certa forma, pautada pela Coalizão Negra. Ele também disse enxergar Áurea Carolina (PSOL-MG) e Talíria Petrone (PSOL-RJ) como suas representantes, estando disposto a contribuir para a (re)eleição das duas.

A entrevistada C, correspondente do veículo em Brasília, relatou também algumas idas à Câmara ao lado da Coalizão; lembrou-se, inclusive, de uma reunião na Liderança do PT no Senado. Ao se apresentar nesse espaço, porém, deixou escurecido o ponto de que estava lá como jornalista. Esse tipo de aproximação é também uma estratégia de segurança, conforme me descreveu, devido ao fato de ser uma repórter negra e trabalhar em um veículo independente. Uma das vezes que a vi pessoalmente, inclusive, foi em uma audiência pública com mães vítimas da violência de Estado, que contou também com a presença expressiva de lideranças da Coalizão Negra por Direitos¹⁰⁴. Ela frisou que seu envolvimento ocorre no âmbito da atividade jornalística: “Eu mesma não me relaciono com o ativismo negro, não sou uma ativista, no meu cotidiano eu trabalho com os ativistas como fontes”. A seguir, outros trechos de sua fala sobre o assunto:

(...) Assim, dentro do Congresso é importante que eu esteja próxima ao Movimento Negro de alguma forma, porque aí eu já tenho também outros parceiros para poder adentrar os espaços, tem o conjunto ali, vai todo mundo junto. (...) É uma estratégia que eu estou criando, muitas vezes independente do pessoal do Alma Preta em si, porque estou sozinha no território, e estou conhecendo um pouquinho de como está funcionando nossa incidência aqui. Mas ainda não tenho formalizadas essas ações. Eu vou no *feeling*, sentindo como está sendo, se vem um movimento negro fazer alguma reivindicação, ou

¹⁰⁴ A cobertura da audiência foi publicada no Portal Terra com a manchete “Mães de jovens negros assassinados pelo Estado fazem audiência pública na Câmara dos Deputados”. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/nos/maes-de-jovens-negros-assassinados-pelo-estado-fazem-audiencia-publica-na-camara-dos-deputados.f3ba8dd0ee4459cbac593351b5bce452m56mxnye.html>>. Acesso em 21 Mai. 2023. Por ser uma agenda de total interesse do mandato, republicamos em nosso perfil do Instagram a arte que o veículo utilizou para divulgar sua manchete, com o devido crédito

protocolar algum PL, alguma ADPF, aí eu acompanho todos eles, mostro, [faço] foto. Mas isso é uma coisa que é boa pra mim e que é boa pra eles (depoimento à pesquisadora, 2022).

Mas é isso, eu vou com pessoas em que eu estou confiando, porque aí eu não fico tão exposta. Porque sou uma pessoa de um veículo independente, sendo a única pessoa do veículo [no Congresso], e de um veículo com essa magnitude de divulgação, porque o Alma tá crescendo exponencialmente, e com o impacto que estão tendo as nossas matérias, com as repercussões que elas estão tendo, seria uma pessoa bastante observada no ambiente. Isso não me deixa tão confortável (depoimento à pesquisadora, 2022).

No capítulo anterior, debruçamo-nos sobre o poder de agenda que têm Alma Preta e AzMina por meio de sua produção jornalística. Vimos também como ambos, ao mesmo tempo, parecem ser agendados por alguns mandatos a partir de um relacionamento que transborda a assessoria de imprensa convencional. No capítulo atual, tenho sustentado que tudo isso se soma em um fenômeno mais amplo, com contornos de *advocacy*¹⁰⁵, mesmo que não haja uma intencionalidade clara por parte do veículo.

Outro elemento presente na atuação dos dois veículos é a opção por atuar diretamente junto ao Parlamento, um espaço por excelência para a discussão de políticas públicas e, portanto, para a defesa de interesses também. Afinal, é onde se forma a *policy agenda*, influenciada pela agenda dos meios de comunicação, e também onde a agenda do público (*public agenda*) reverbera, inclusive por meio de outros *advocates*. Assim como falamos de um mesmo jornalismo, em suas diferentes manifestações, é possível afirmar que estamos falando de um mesmo *advocacy*, porém feito de diferentes formas. No caso desta pesquisa, trata-se de um *advocacy* que se dá, sobretudo, por meio da prática jornalística, ela mesma singular em sua feitura. Como dito em uma das *newsletters*¹⁰⁶, é também “esperança ativa de quem faz a sua parte para construir o futuro que quer”.

¹⁰⁵ Minha opção por nomear como efeitos de *advocacy*, e não *advocacy* diretamente, é para suavizar certo peso que, porventura, definições mais clássicas imponham em relação à atividade. Como se, para se conformar *advocacy*, fosse imprescindível uma estratégia detalhada, minuciosamente planejada, na linha do que ponderou a entrevistada A.

¹⁰⁶ Enviada em 30 de novembro de 2022.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todo processo envolve, necessariamente, um (ou mais) pontos de partida, e algum (ou alguns) pontos de chegada, a depender do recorte que se aplica a determinada realidade. Quando se trata de uma pesquisa científica e acadêmica, olhar para tais lugares é fundamental: eles indicam não apenas como evoluiu a pesquisadora em seu percurso, como também sinalizam para a gestação e a transformação do próprio conhecimento. Os dois, pesquisadora e objeto, são modificados. Nestas breves considerações finais, lanço um olhar sobre lugares de saída e de chegada dessa investigação, indicando ainda outros caminhos e possibilidades.

No projeto que deu origem a esta pesquisa etnográfica, portanto em caráter preliminar, a questão do *agenda-setting* era central em minhas preocupações. Como dito na introdução e ao longo do trabalho, inicialmente eram três os grandes focos da investigação: o jornalismo independente, manifesto na produção cotidiana de Alma Preta e AzMina; o Parlamento Nacional, em toda sua complexidade e relevância; e as teorias do agendamento, velhas conhecidas de boa parte dos profissionais de comunicação. A ideia era observar as relações entre essa nova vertente do jornalismo político e a agenda de discussão política da Câmara dos Deputados.

O objetivo principal do projeto era *verificar* a influência do jornalismo independente na *agenda-setting* da Câmara dos Deputados, entendendo de que forma ele pauta, influencia e contribui para a formação dessa agenda. Como objetivos específicos, estavam *descrever* os elementos que ajudam a caracterizar aquele jornalismo em suas lógicas, rotinas, sustentação e financiamento; *compreender* a formação da agenda política parlamentar na Câmara dos Deputados, levando em conta fatores, atores e processos; *constatar* a influência de fato desse tipo de jornalismo na agenda; *analisar* o impacto específico de Agência Pública e Alma Preta na formação dos debates.

Especialmente em meu problema de pesquisa, que abrigava todos esses objetivos, eu falava em *aferir* o poder de agenda que iniciativas jornalísticas autodenominadas independentes, em multiplicação nos últimos anos, têm sobre o debate político no Congresso Nacional. Chamo a atenção para o verbo *aferir*, assim definido pelo Dicionário Michaelis: “Verificar ou marcar a exatidão de pesos, medidas, balanças e instrumentos de medição”¹⁰⁷. Já segundo o Dicio

¹⁰⁷ Disponível em <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/aferir/>>. Acesso em: 23 mai. 2023

(Dicionário On-line de Português), o termo significa “comparar as medidas com seus padrões específicos: aferir sua pressão”¹⁰⁸.

Como se vê, o termo remete à mensuração exata segundo dados padrões, sendo mais adequado, portanto, ao objeto de uma pesquisa de caráter quantitativo. Embora minhas escolhas metodológicas fossem qualitativas, a utilização do verbo *aferir* talvez denotasse um desejo de apurar, com exatidão, a influência de veículos jornalísticos independentes sobre o debate parlamentar. Uma vez aprovada no processo seletivo para o Mestrado Profissional em Poder Legislativo do Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor) - não sem as pontuações assertivas da banca precisamente no aspecto metodológico -, fui colocando essa chance de mensuração exata em cheque. Os encontros com a orientadora desta pesquisa também se revelaram fundamentais nesse sentido, bem como as aulas do Seminário de Pesquisa, no primeiro semestre do curso.

Uma possibilidade seria adotar uma metodologia qualitativa mais sistematizada, delimitando de antemão alguns recursos: pesquisa bibliográfica (esperada em qualquer pesquisa); pesquisa documental, a partir de alguns *cases* de cobertura jornalística desses veículos; análise de conteúdo dessas produções, de notas taquigráficas da Câmara e de outros materiais. Outro método seria fazer entrevistas semiestruturadas com atores envolvidos no fenômeno sob investigação, sobretudo jornalistas e assessores.

Em que pese a viabilidade desses desenhos metodológicos, ou mesmo de uma investigação quali-quantitativa sobre os agendamentos no Congresso Nacional, como feito por Rodrigues (2003), uma argumentação de minha orientadora se revelou crucial: em uma pesquisa de cunho etnográfico, seria possível incorporar a reflexividade inerente à minha condição tríplice de etnógrafa-jornalista-servidora (BERNARDES; NUNEZ, 2021). Em outras palavras, o fato de viver o cotidiano da Câmara dos Deputados como assessora parlamentar era um grande ativo metodológico que poderia (e deveria!) ser aproveitado. Como explicado na introdução, isso resultou na adoção de técnicas como observação participante e feitura de um caderno de bordo. Considero essa uma grande virada no processo de pesquisa; um novo ponto de partida, portanto.

Outro ponto de partida renovado, e que também emergiu no bojo do processo de orientação, foi a questão do *advocacy*. Aqui, pactuamos que à pesquisa interessariam menos os

¹⁰⁸ Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/aferir/>>. Acesso em: 21 de mai. 2023

resultados (*outputs*) do agendamento e mais o processo subjacente, que remetia a práticas de *advocacy* levadas a cabo por várias organizações da sociedade civil. Inclusive, na banca de qualificação deste trabalho, situamos o jornalismo independente como uma estratégia de *advocacy* em si mesma, com intencionalidade. Após essa etapa, e durante o processo de pesquisa, também essa premissa foi relativizada.

Ao final da investigação, debrucei-me sobre os registros que tinha levantado durante o percurso etnográfico. Os achados foram sendo depurados e, depois, organizados em capítulos temáticos que conjugam empiria e reflexões teóricas. São eles: Jornalismo independente e Congresso Nacional: algumas aproximações (2); Novos caminhos da imprensa negra e feminista (3); *Agenda-setting* no Parlamento (4); Fronteiras entre jornalismo e ativismo (5). Esses pontos de chegada serão discutidos a seguir.

No capítulo 2, busquei contextualizar o fenômeno maior em que se inserem Alma Preta e AzMina: a quarta era da comunicação política (BLUMLER, 2016), uma esfera informativa híbrida, múltipla, ruidosa e por vezes disruptiva, na qual a proliferação de mídias digitais levou ao aumento da dispersão e da cacofonia de vozes públicas (BENNET; PFETSCH, 2018). Aqui, a difusão e o consumo das facilidades da internet possibilitam também a emergência dos chamados nativos digitais, que têm como características principais o uso de tecnologias para a produção editorial, a circulação e a distribuição de conteúdos, além da inovação em seus modelos de negócio (GOSCH, 2021). Alma Preta e AzMina são parte desse grupo.

Diante da dúvida postulada por Blumler (2016), a saber, se em dito cenário de cacofonia e proliferação midiática a comunicação pode estar a serviço da cidadania efetiva, a experiência dos nativos digitais Alma Preta e AzMina sugere que sim. São organizações sociais que se dedicam sobretudo à produção jornalística, com foco na defesa e garantia dos direitos de mulheres e pessoas negras. Além disso, fortalecem o próprio ecossistema ao atuar em parceria com uma gama variada de outros grupos, incluindo pares do jornalismo independente e da imprensa tradicional. Vimos, ainda, que Alma Preta e AzMina são reflexo de um aumento de organizações na cena pública, que produzem informação política e cívica e mantêm uma agenda de interesses própria e direcionada a segmentos específicos (BLUMLER, 2016; THORSEN *et al.*, 2020).

Nesse cenário, Alma Preta e AzMina evidenciam, de forma pujante, a busca por independência editorial e financeira, um traço apontado de maneira recorrente na literatura sobre jornalismo independente no Brasil (GOSCH, 2021). Apesar disso, performam tal característica de

maneiras distintas, o que indica a diversidade desses novos arranjos de mídia: enquanto Alma Preta veicula publicidade a partir de critérios muito bem delimitados, AzMina não o faz, recorrendo a consultorias, por exemplo; ao mesmo tempo, ambos investem bastante no *crowdfunding*, o que é recorrente no modelo de negócios desse tipo de jornalismo (ASSIS *et al.*, 2017; SILVA; CHRISTOFOLETTI, 2018). Também vimos que os dois veículos criaram rotinas específicas para o acompanhamento do Congresso Nacional - no caso da Revista AzMina, isso acontece por meio do projeto Elas no Congresso, sobretudo; no Alma Preta, houve a contratação de uma jornalista de Brasília, que cobre política nacional com ênfase no Poder Legislativo.

Vimos também que Alma Preta e AzMina, nativos digitais da quarta era da comunicação política, desenvolveram uma relação especial com a tecnologia, valorizando as plataformas digitais, o jornalismo de dados e o *big data* (AGUIAR; RODRIGUES, 2019). Alma Preta tem investido em formações e experimentações em dados. Na visão dos entrevistados, uma das reportagens que mais pautou o debate público foi fruto do cruzamento de dados do Infoleg Parlamentar e do TSE sobre a autodeclaração racial de deputadas e deputados. Já AzMina tem na tecnologia uma razão de ser, como visto em sua autodefinição “Jornalismo e tecnologia pela igualdade de gênero”. Seu projeto Elas no Congresso utiliza dados abertos da Casa para monitorar os direitos das mulheres no Parlamento, gerando um *ranking* que subsidia várias de suas produções jornalísticas.

No capítulo 3, a partir das evidências reunidas, afirmamos que AzMina e Alma Preta atualizam conceito e prática das imprensas negra e feminista no Brasil. A primeira, que começou suas atividades bem antes do movimento abolicionista (ROSA, 2014), produz um conteúdo em que o negro é protagonista dos acontecimentos e discussões (ARAÚJO, 2019). Periódicos emblemáticos são A Voz da Raça, O Clarim da Alvorada e O Quilombo, citados pelo Alma Preta como fonte de inspiração direta. A agenda editorial de Alma Preta, assim, não se restringe à gama de assuntos a serem abordados, sendo também um ato político que encarna voz, corpo, raça e desigualdades (SOUSA; FREITAS, 2020).

Já o histórico da imprensa feminista remete a movimentos de mulheres produzindo sua própria comunicação, constituindo-se também um mecanismo de ação política (WOITOWICZ, 2012). Parece, portanto, ir além do jornalismo feminista propriamente dito, ao mesmo tempo que o incorpora. Nesse contexto, AzMina é uma expressão evidente da chamada quarta onda feminista no Brasil, valendo-se das plataformas digitais e da tecnologia, de forma geral, para levar adiante

seu jornalismo feito com perspectiva de gênero. Em nosso país, este é um período marcado pela institucionalização dos movimentos e redes feministas (uma herança da terceira onda), mas também, e sobretudo, pela intensa apropriação das mídias digitais, pela ideia de feminismo interseccional e pela organização mais pulverizada em forma de coletivos (MARTINEZ, 2021; PEREZ; RICOLDI, 2019; RIBEIRO *et al.*, 2021).

Para além da identidade dos veículos, notamos que é um jornalismo feito também a partir da conexão com movimentos sociais que atuam sob a perspectiva de raça e gênero. No caso de Alma Preta, são notórias a referência e a deferência ao movimento negro no Brasil, em dois marcos fundantes: o Movimento Negro Unificado (MNU), criado em 1978; e a Coalizão Negra por Direitos, de 2019. Segundo um dos cofundadores de Alma Preta, a independência editorial do veículo está assentada nos princípios de luta do movimento negro. No caso da AzMina, embora esta pesquisa não tenha revelado uma relação mais intensa com algum grupo específico, é notória a atenção que dispensam aos principais debates sobre gênero. E mais: com enquadramentos e narrativas afins àquelas dos movimentos de mulheres.

Avaliamos que essas características fazem de Alma Preta e AzMina representantes autoautorizados, no entendimento de Urbinati e Warren (2008), que, assim como Avritzer (2007), discutem a representação democrática para além da dimensão eleitoral. Em um contexto de sub-representatividade dentro e fora dos espaços decisórios (YOUNG, 2006), inclusive no Parlamento, o jornalismo independente praticado por esses veículos potencializa vozes e discursos sub-representados. Isso também sugere que o relacionamento de Alma Preta e AzMina com alguns mandatos parlamentares se deve, entre outras coisas, a uma relação de afinidade com temas e formas de trabalhar. Tanto veículos quanto mandatos declaram ser feministas e antirracistas.

Essa representação assume, assim, feições de *advocacy* (URBINATI, 2010), servindo para potencializar, enriquecer e pluralizar o ambiente da democracia representativa. Além disso, a relação diferenciada que o nosso mandato estabeleceu com esses veículos tinha a ver, também, com a própria trajetória pregressa de quem integrava essa teia de relações, especialmente jornalistas e assessores de imprensa, que constroem cotidianamente esse relacionamento. No que chamei de gira dos encontros, uma atualização contemporânea e disruptiva da teoria da circulação das elites de Pareto (1984), vimos que não raro essas pessoas já se conheciam pessoalmente, tinham conhecidos em comum ou, pelo menos, tinham ouvido falar umas das outras. E praticaram jornalismo e comunicação para além das redações tradicionais.

No capítulo 4, dedicamo-nos a observar alguns *cases* de agendamento de Alma Preta e AzMina sobre mandatos parlamentares, contribuindo, assim, para o debate político na Câmara. Como já dito, o foco foi menos nos resultados (a agenda em si) e mais nos processos, com sua trama de atores e relações. O fato de tais veículos produzirem jornalismo segmentado, voltado a audiências mais específicas (THORSEN *et al.*, 2020), contrasta com as teorias clássicas do *agenda-setting* sobre meios massivos (McCOMBS; SHAW, 1972). Isso impôs desafios metodológicos ao trabalho e foi uma das razões que nos levou a optar por um desenho etnográfico.

Buscamos nos debruçar sobre interfaces e sobreposições entre os três tipos de agenda (*media agenda-setting; public agenda-setting; policy agenda-setting*), em linha com autores que indicam a necessidade de integrar essas tradições de pesquisa (CAPELARI *et al.*, 2015; CAPELLA; BRASIL, 2018; LYCARIÃO; SAMPAIO, 2016; SILVA, 2017). Vimos que ao fazer jornalismo - independente, segmentado, com perspectiva declarada de raça e gênero -, Alma Preta e AzMina potencialmente influenciam a agenda de debates da Casa. A *media agenda* desses veículos pautava o nosso mandato quando, por exemplo, divulgávamos muitas de suas produções em nossas redes sociais. Isso acontecia a partir de temas afins (como o aniversário de promulgação da Lei Maria da Penha) ou do envolvimento direto da parlamentar com o assunto, seja com declarações (sua visão sobre os impactos da reforma da previdência para a população negra, por exemplo), seja com um engajamento efetivo na pauta (a campanha pela escuta de comunidades quilombolas afetadas pela expansão da Base Militar de Alcântara, no Maranhão).

A agenda desses veículos independentes (*media agenda*) também incidiu sobre a *policy agenda* da Casa, a nível de desdobramentos legislativos. Neste caso, o mandato não apenas reverberou produções jornalísticas, endossando-as, como também agiu a partir disso. Um caso emblemático foi o da Fundação Palmares: além de ter pautado publicamente esse assunto (agendando inclusive outros veículos, como a Folha de S. Paulo), o Alma Preta agendou também o nosso mandato, que passou a falar disso com frequência e encampar ações legislativas e judiciais a respeito. Vimos, também, as interfaces de temas e problemas (BRASIL; JONES, 2020) discutidos com recorrência pelo mandato e por aqueles veículos, o que sugere uma coincidência de agendas em determinados momentos.

Buscando abrigar, ainda, discussões mais recentes sobre contra-agendamento, recorreremos a Lycarião e Sampaio (2016). Sob essa perspectiva, vimos que Alma Preta e AzMina exercem duplo papel: atuam como públicos críticos, inclusive em seus papéis de representantes

autoautorizados; ao mesmo tempo, são mídias que fazem jornalismo especializado e independente. Em alguma medida, condensam a *public agenda* (nesse caso, a dos públicos críticos) e a *media agenda*. Em conjunto, incidem sobre o sistema político, ou seja, sobre a *policy agenda*, gerando efeitos de *advocacy*. Isso porque aqueles veículos não priorizam as *hard news*, como seus pares da imprensa tradicional, mas, sim, uma abordagem mais temática e de contexto.

Por fim, no último capítulo, e à luz das discussões anteriores, propusemos o entendimento de que as nuances ativistas de Alma Preta e AzMina são características fundantes desse novo tipo de jornalismo político em sua relação com o Congresso Nacional. Além de serem fundamentais à sua própria existência, conferem a ele autonomia, diferencial e robustez. São ainda uma forma de potencializar a democracia representativa, à medida que incrementam o debate público e permitem que novos atores adentrem a seara política do Parlamento.

Isso porque objetividade, isenção e neutralidade, alguns valores do jornalismo industrial oitocentista (TRAQUINA, 2005 *apud* BRITO, 2021) que orientam também a deontologia da profissão, têm sido amplamente revistos (FONSECA, 2014; MOUILLAUD, 1997; TUCHMAN, 1978; ZELIZER, 2000). Por um lado, AzMina e Alma Preta recusam a imparcialidade e reforçam seu posicionamento editorial e político; por outro, performam parte da cartilha jornalística, tanto nas rotinas de trabalho, quanto na própria ética profissional. Evidenciam, portanto, que há uma grande diversidade na produção jornalística, com modos de fazer que atualizam, ampliam e transformam o que se entende por jornalismo. Afinal, falamos de um mesmo jornalismo, o que não quer dizer que estejamos falando da mesma coisa (FONSECA, 2014).

A partir da noção de campo em Bourdieu (*apud* Bernardes, 2013), buscamos também construir um paralelo entre nosso mandato e essas práticas jornalísticas. Ao mesmo tempo que reafirmam seu pertencimento ao campo jornalístico, Alma Preta e AzMina recusam certas noções e práticas do jornalismo canônico. Nessa tensão constituinte do campo, contribuem para transformá-lo e expandi-lo. Nosso mandato, por sua vez, oriundo de uma confluência de movimentos sociais, adentrou o sistema político-eleitoral para reafirmar sua legitimidade e, ao mesmo tempo, atuar por sua transformação. Esses jornalistas também “chegaram” ao Parlamento há relativamente pouco tempo e têm praticado o jornalismo enquanto o aprimoram, buscando refundar práticas viciadas e exercitar perspectivas de gênero e raça. Representando, como nós, grupos minoritários e suas demandas. Nessa perspectiva, como representantes do campo jornalístico e do campo político, cooperamos muito mais do que entramos em conflito.

Nesse encontro com o Parlamento, sustentamos que Alma Preta e AzMina são mais que um veículo jornalístico; já nós éramos mais que uma fonte, em sua definição convencional (GONÇALVES, 2014). Notamos que fazer jornalismo com perspectiva de gênero e raça demanda uma aproximação mais estreita com movimentos sociais e mandatos ligados àqueles temas. Em outras palavras, a experiência de Alma Preta e AzMina sugere a dificuldade de produzir jornalismo segmentado sem tal envolvimento. Sem dúvidas, a escolha de mandatos e movimentos, as formas de aproximação e outros aspectos afins dependem de muitos fatores, inclusive das pessoas que protagonizam essas redes de relacionamento. De toda forma, esses modos de fazer, tanto ou mais que os temas e as produções em si, agendam o sistema político e podem gerar efeitos de *advocacy*, como temos argumentado.

Nesse sentido, proponho uma compreensão mais ampla do conceito e do fenômeno do *advocacy*, à semelhança do que defende Silveira (2014) para o jornalismo, diverso em seus modos de fazer. Defendo que iniciativas de jornalismo independente como Alma Preta e AzMina geram efeitos de *advocacy* sobre o Parlamento por meio de seu trabalho, ainda que não o concebam necessariamente dessa forma. Nas palavras de uma entrevistada do veículo, faz-se *advocacy* via jornalismo. Como vimos, a formação da agenda (a *agenda-setting*, portanto) pode ser influenciada por práticas que buscam vocalizar uma causa específica junto a tomadores de decisão e à opinião pública. No nosso caso, entendemos que ambos os veículos endereçam um jornalismo feminista e antirracista ao Parlamento, e que, durante essa feitura jornalística, cultivam relações de reciprocidade, admiração e confiança que extrapolam o fluxo convencional de uma assessoria de imprensa.

Aqui, entendemos o *advocacy* como a sensibilização de formadores de opinião e da própria população visando à mudança de paradigmas, por meio do incentivo à atuação do poder público (SILVA, 2017). O Parlamento tem sido apontado como um espaço fundamental para o seu exercício (CARDOSO, 2019; GRANT, 2019; SANTOS, 2014; SANTOS *et al.*, 2017, OLIVEIRA, 2004), e entendemos que as atividades cotidianas ligadas ao *lobby* são, de alguma forma, desempenhadas pelos veículos independentes estudados nesta etnografia, em sintonia com a visão de que o lobista é, antes de tudo, um comunicador (OLIVEIRA, 2004). Tomamos *advocacy* como sinônimo de *lobby*, haja vista a pouca utilidade das diferenças terminológicas para os argumentos desta pesquisa.

Nesse sentido, identificamos Alma Preta e AzMina como grupos de interesse e pressão, a partir da definição de Grant (2009). A experiência dos dois veículos sinaliza que o chamado corpo-a-corpo, manifesto na construção de relacionamentos mais aprofundados e no acionamento direto de parlamentares e assessores para conversas sobre questões específicas, é uma realidade para aqueles veículos. É que o jornalismo independente atua de forma mais explícita - e explicitada - na defesa e na representação de interesses: das mulheres, no caso da Revista AzMina; e das pessoas negras, no caso do Alma Preta. Isso também faz deles, como já vimos, representantes autoautorizados (URBINATI; WARREN, 2008), performando a representação como *advocacy* (URBINATI, 2010).

Por fim, sustento que organizações sociais que se especializaram na feitura do jornalismo independente também podem, eventualmente, integrar coalizões - a meu ver, uma grande força motriz das práticas de *advocacy*. Visualizamos a formação de coalizões, por exemplo, quando Alma Preta e AzMina atuam em conexão mais direta com movimentos sociais de suas respectivas áreas: para a produção de reportagens, para uma consultoria permanente em um projeto de dados e jornalismo, para balizar sua orientação editorial. No caso desta pesquisa, trata-se de um *advocacy* que se dá sobretudo por meio da prática jornalística, ela mesma singular em sua feitura.

Assim, mesmo com as limitações inerentes a qualquer processo de pesquisa, acreditamos que esta etnografia trouxe contribuições significativas aos campos da comunicação e dos estudos legislativos. Como visto, a relação sistemática entre veículos de jornalismo independente e o Parlamento configura-se um fenômeno recente e, como tal, conta com atenção acadêmica reduzida. Acreditamos que desse relacionamento derivam, portanto, problemas investigativos variados, com pontos de partida distintos daqueles discutidos no início deste capítulo. Uma possibilidade é a realização de um estudo panorâmico, com técnicas como *survey*, sobre diferentes veículos independentes que acompanham o Parlamento e os relacionamentos que estabelecem com mandatos na Casa. Outro exemplo é uma análise de conteúdo, das produções de Alma Preta, AzMina e/ou seus pares, que indique temas, fontes, angulações e outros aspectos frequentes na cobertura que fazem sobre o Poder Legislativo. Fato é que existe aqui um objeto promissor para pesquisas em ciências humanas.

REFERÊNCIAS

- A DESTRUIÇÃO DE PALMARES. **Folha de S. Paulo**, 11 jan. 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2022/01/a-destruicao-de-palmares.shtml>>. Acesso em: 20 mai. 2023.
- A VOZ DA RAÇA - a voz da população negra excluída após a abolição. **Fundação Palmares**, s.d.. Disponível em: <<https://www.palmares.gov.br/?p=53622>>. Acesso em: 20 mai. 2023.
- ACESSO À INFORMAÇÃO. **Câmara dos Deputados**, s.d.. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/transparencia/aceso-a-informacao/copy_of_perguntas-frequentes/processo-legislativo##1>. Acesso em: 20 mai. 2023.
- AFERIR. **Dicio - Dicionário Online de Português**, s.d.. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/aferrir/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.
- AFERIR. **Dicionário Michaeli Online**, s.d.. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/aferrir/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.
- AGUIAR, Leonel Azevedo de.; RODRIGUES, Claudia. Precisão e credibilidade: agências independentes de jornalismo e o uso do *big data*. **Esferas**, Brasília, n. 14, p. 109-120, 2019.
- APRESENTADO RELATÓRIO PARCIAL SOBRE HOMICÍDIO DE JOVENS NEGROS E POBRES" **Câmara Municipal de Belo Horizonte**, 21 mai. 2018. Disponível em: <<https://www.cmbh.mg.gov.br/comunica%C3%A7%C3%A3o/not%C3%ADcias/2018/05/apresentado-relat%C3%B3rio-parcial-sobre-homic%C3%ADdio-de-jovens-negros-e-pobres>>. Acesso em: 20 mai. 2023.
- ARAÚJO, Suely Mara Vaz Guimarães de; SILVA, Rafael Silveira e. Titulares da agenda e carreiras políticas. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 10, p. 285-311, jan./abr. 2013.
- ARAÚJO, Valmir Teixeira de. O papel da imprensa negra brasileira. **Revista ALTERJOR**, São Paulo, n. 20, p. 212-228, jul./dez. 2019.
- ASSIS, Evandro de *et al.* Autonomia, ativismo e colaboração: contribuições para o debate sobre a mídia independente contemporânea. **Pauta Geral: Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 4, n. 1, p. 3-20, jan./jun. 2017.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724**: informação e documentação: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2011. 11p.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2018. 68p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6024**: informação e documentação: numeração progressiva das seções de um documento: apresentação. Rio de Janeiro, 2012. 4p.

AVRITZER, Leonardo. Sociedade civil, instituições participativas e representação: da autorização à legitimidade da ação. **DADOS – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 50, n. 3, p. 443-464, 2007.

AZMINA. **Relatório de atividades 2022**. São Paulo, editora própria, 2022.

AZMINA JUNTA-SE AO THE TRUST PROJECT PARA PROMOVER NOTÍCIAS CONFIÁVEIS **AzMina**, s.d.. Disponível em: <<https://azmina.com.br/colunas/azmina-junta-se-ao-the-trust-project-para-promover-noticias-confiaveis/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

BECKER, Howard S. **Segredos e Truques da Pesquisa**. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 2007.

BENNETT, W. Lance; PFETSCH, Barbara. **Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres**. Oxford, v. 68, p. 243-253, 2018.

BERGAMO, Mônica. Coalizão Negra por Direitos vai à Justiça contra a exclusão de obras da Palmares. **Folha de S. Paulo**, 17 jun. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2021/06/coalizao-negra-por-direitos-vai-a-justica-contra-exclusao-de-obras-da-palmares.shtml>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

BERGAMO, Mônica. PSOL pede que Câmara suste decisão que revogou proteção a quilombos. **Folha de S. Paulo**, 2 jun. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2021/06/psol-pede-que-camara-suste-decisao-de-sergio-camargo-que-revogou-protecao-a-quilombos.shtml>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

BERNARDES, Cristiane Brum. Parlamentares × jornalistas: a dinâmica política das mídias legislativas da Câmara dos Deputados. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, v. 28, n. 3, set./dez. 2013.

BERNARDES, Cristiane Brum; NUNEZ, Sarah. Tripla identidade em tensão: as possibilidades da etnografia em mídias legislativas. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 17, n. 2, ago/2021.

BERTHA LUTZ ABRIU CAMINHO PARA O VOTO FEMININO E OUTRAS CONQUISTAS. **Câmara dos Deputados**, s.d.. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/internet/agencia/infograficos-html5/a-conquista-do-voto-feminino/bertha-lutz.html>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

BERTHO, Helena. Revolucionária em vários sentidos: a história da Lei Maria da Penha. **AzMina**, 7 ago. 2020. Disponível em: <<https://azmina.com.br/reportagens/revolucionaria-em-varios-sentidos-a-historia-da-lei-maria-da-penha/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

BIROLI, Flávia. Limites da Política e esvaziamento dos conflitos: o jornalismo como gestor de consensos. **Revista Estudos Políticos**, n. 6, p. 126-143, 2013.

BLUMLER, Jay G. The fourth age of political communication. **Politiques de Communication**, Guyancourt, v. 6, p. 19-30, 2016.

BLUMLER, Jay G.; KAVANAGH, Dennis. The third age of political communication: influences and features. **Political communication**, London, v. 16, p. 209-230, 1999.

BORGES, Pedro. "Com mudança do INCRA, 95 dos quilombos estão sujeitos a receber obras sem consulta prévia". **Alma Preta**, 14 mar. 2022. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/politica/com-mudanca-do-incra-95-dos-quilombos-estao-sujeitos-a-receber-obras-sem-consulta-previa>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

BORGES, Pedro; OLIVEIRA, Pedro; RODRIGUES, Thaís. "Carrefour descumpre promessa e segue com contratos milionários com empresas de segurança privada". **Alma Preta**, 9 mar. 2023. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/cotidiano/carrefour-descumpre-promessa-e-segue-com-contratos-milionario-com-empresas-de-seguranca-privada>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

BRASIL, Felipe Gonçalves; JONES, Bryan D. *Agenda setting*: mudanças e a dinâmica das políticas públicas. Uma breve introdução. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 54, n. 6, p. 1486-1496, nov./dez. 2020.

BRITO, Vinícius. 'Novo' paradigma do jornalismo e imprensa oitocentista no Brasil. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 18, n. 2, p. 173-190, jul./dez. 2021.

CALMON, Paulo Carlos do Pin; COSTA, Marcelo Marchesini da. Análise de Políticas Públicas no Brasil: Estudos Sobre a Formação da Agenda Governamental. *In*: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 23., 2007, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APS-B890.pdf>. Acesso em 1º maio 2021.

CÂNDIDO, Marcos. "Deputadas negras barradas por segurança planejam projeto sobre racismo". **Universa UOL**, 10 abr. 2019. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/04/10/deputadas-negras-barradas-seguranças-planejam-projeto-sobre-racismo.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

CAPELARI, Mauro Guilherme Maidana; ARAÚJO, Suely Mara Vaz Guimarães de; CALMON, Paulo Carlos do Pin. *Advocacy Coalition Framework*: um balanço das pesquisas nacionais. **Revista Administração Pública e Gestão Social**, Viçosa, v. 7, n. 2, p. 91-99, abr./jun. 2015.

CAPELLA, Ana Cláudia Niedhardt; BRASIL, Felipe Gonçalves. *Agenda-setting*: mídia e opinião pública na dinâmica das políticas públicas. **Revista Compolítica**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1. p. 123-145, 2018.

CARDOSO, Abraham Lincoln. **A regulamentação do lobby no Parlamento brasileiro**: uma abordagem e análise da construção legislativa da regulamentação da atividade. 2019. 271f.

Dissertação (Mestrado profissional em Poder Legislativo) - Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento, Câmara dos Deputados, Brasília, 2019.

COTA PARLAMENTAR. **Câmara dos Deputados**, sd.. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/comunicacao/assessoria-de-imprensa/guia-para-jornalistas/cota-parlamentar>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

CREWE, Emma. Ethnographies of parliament: culture and uncertainty in shallow democracies. **Journal of Organizational Ethnography**, Bingley, v. 7, n. 1, p. 16-30, 2018.

CRIMES COM MOTIVAÇÃO POLÍTICA DEVEM TER PENA DE ATÉ 30 ANOS. **Alma Preta**, 12 jul. 2022. Disponível em <<https://almapreta.com.br/sessao/cotidiano/crimes-com-motivacao-politica-devem-ter-pena-de-ate-30-anos-propoe-pl>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

DEPUTADA FEDERAL ÁUREA CAROLINA. **Outra política na prática: balanço da atuação das tecnologias sociais do mandato de Áurea Carolina na Câmara dos Deputados (2019 > 2022)**. Belo Horizonte: Editora própria. 2022.

DOWNS, Anthony. Up and Down with Ecology - the "Issue-Attention Cycle". **The Public Interest**, Washington, v. 28, p. 38-50, Summer 1972.

EATWELL, Roger; GOODWIN, Matthew. **Nacional-populismo: a revolta contra a democracia liberal**. Rio de Janeiro: Record, 2020.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese?** 18ª ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2003.

EMENDAS AO ORÇAMENTO. **Senado Federal**, s.d.. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/emendas-ao-orcamento>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

EMPOLI, Giuliano da. **Os Engenheiros do Caos: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições**. São Paulo: Vestígio, 2019.

ENTENDA O QUE É EMENDA DE RELATOR, COMO FUNCIONA E O QUE ESTAVA EM JOGO NO STF. **Folha de S. Paulo**, 06 dez. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/12/entenda-o-que-e-emenda-de-relator-como-funciona-e-o-que-esta-em-jogo-no-stf.shtml>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL. **Fundação Palmares**, s.d.. Disponível em: https://www.palmares.gov.br/?page_id=95>. Acesso em: 20 mai. 2023.

FERREIRA, Letícia. Mulheres negras hackeiam a política. **AzMina**, 22 jul. 2020. Disponível em: <https://azmina.com.br/reportagens/mulheres-negras-hackeiam-a-politica/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

FERREIRA, Luiz Lucas. Você sabe como surgiu o 'plim-plim' da Globo? **Metroworldnews**, 14 jun. 2022. Disponível em: <<https://www.metroworldnews.com.br/estilo-vida/2022/06/15/voce-sabe-de-onde-surgiu-o-plim-plim-da-globo/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; KINOSHITA, Jamir. Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais [...]**. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0420-1.pdf>>. Acesso em: 7 maio 2021.

FLYVBJERG, Bent. Five Misunderstandings About Case-Study Research. **Qualitative Inquiry**, v. 12, n. 2, p. 219-245, Abril 2006.

FONSECA, Ana Carolina Silveira. É tudo um mesmo jornalismo? *In*: LEAL, B. S.; ANTUNES, E.; VAZ, P. B. (org.). **Para entender o jornalismo**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014. Cap. 1, p. 19-28.

FRANÇA, J. L.; VASCONCELLOS, A. C de. **Manual para normalização de publicações**. 10. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2019.

FRANCISCA, Elania. Escurecendo as coisas: exercitar palavras traz perspectiva antirracista. **UOL**, 20 mai. 2022. Disponível em <<https://www.uol.com.br/vivabem/colunas/elania-francisca/2022/05/20/escurecendo-as-coisas.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

FREITAS, Viviane Gonçalves; SOUSA, Cecília Bizerra. Ponte Jornalismo e Alma Preta: Mídia independente, direitos humanos e igualdade racial. **Esferas**, Brasília, n. 18, 2020.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6a ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. 1a ed. São Paulo: Paulus, 2014.

GONÇALVES, Jurandira Fonseca. Quem fala no jornalismo? *In*: LEAL, B. S.; ANTUNES, E.; VAZ, P. B. (org.). **Para entender o jornalismo**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014. Cap. 7, p. 89-101.

GOSCH, Raisa Moreira. **O conceito de jornalismo independente no contexto dos nativos digitais brasileiros**. 2021. 88f. Trabalho de conclusão de curso (Curso de Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, 2021.

GRANT, Wyn. Interest groups. *In*: MCLean, Iain; MCMillan, Alistair (ed). **The concise Oxford Dictionary of Politics**. New York: Oxford University Press, 2009.

GUIMARÃES, Juca. "Comissão de juristas que vai revisar legislação sobre racismo é prorrogada até setembro". **Alma Preta**, 19 jul. 2021. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/politica/comissao-leis>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

HOME. **Geledés**, s.d.. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

INHOTIM MOSTRA COMO ABDIAS NASCIMENTO SE LIGA ÀS VANGUARDAS ARTÍSTICAS NEGRAS. **O Tempo**, 28 nov. 2022. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/entretenimento/inhotim-mostra-como-abdias-nascimento-se-liga-as-vanguardas-artisticas-negras-1.2773678>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

INFOLEG. **Câmara dos Deputados, s.d.**. Disponível em <<https://www2.camara.leg.br/infoleg/aplicativo/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

KARVELIS, Anderson. "O que é a perspectiva de gênero e por que é necessário implementá-la?". **Radar Ibê**, 11 abr. 2023. Disponível em: <<https://radar.ibegesp.org.br/o-que-e-a-perspectiva-de-genero-e-por-que-e-necessario-implementa-la>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

KINGDON, J. W. **Agendas, Alternatives, and Public Policies**. Boston: Little, Brown. 1984.

LARA, Eliziane. Quem faz a agenda? *In*: LEAL, B. S.; ANTUNES, E.; VAZ, P. B. (org.). **Para entender o jornalismo**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014. Cap. 2, p. 29-40.

LAVALLE, Christian.; DIONNE, Jean. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LIMA, Fábila Pereira; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional**. São Paulo: Difusão Editora, 2012.

LYCARIÃO, Diógenes; SAMPAIO, Rafael. A construção da agenda pública na era da comunicação digital. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 12, n. 2, p. 32-57, 2016.

MAFRA, Rennan Lanna Martins. Comunicação, ocupação, representação: três olhares sobre a noção de *advocacy* em contextos de deliberação pública. **Revista Compolítica**, v. 1, n. 4, p. 182-204, 2014.

MARTINEZ, Fabiana Jordão. Militantes e radicais da quarta onda: o feminismo na era digital. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 29, n. 3, 2021.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. The *Agenda-Setting* Function of Mass Media. **Public Opin. Q.**, Oxford, v. 36, n. 2, p. 176-187, Summer 1972.

MENDONÇA; Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula Guimarães. ENQUADRAMENTO: Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 27, n. 79, p. 187-235, jun. 2012.

METODOLOGIA. **Elas no Congresso**, s.d.. Disponível em: <<https://www.elasnocongresso.com.br/metodologia>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

MIGUEL, L. F. Representação democrática: autonomia e interesse ou identidade e *advocacy*. **Lua Nova**, São Paulo, n. 84, p. 353-364, 2011.

MIRANDA, Andreza *et al.* "Maternidade, idade e sexualidade tornam candidatas alvos de ataques nas redes sociais em MG". **AzMina**, 24 nov. 2020. Disponível em: <https://azmina.com.br/reportagens/maternidade-idade-e-sexualidade-tornam-candidatas-alvos-de-ataques-nas-redes-sociais-em-mg/>. Acesso em: 20 mai. 2023.

MÓNICO *et al.*. A Observação Participante enquanto metodologia de investigação qualitativa. *In*: CONGRESSO IBERO-AMERICANO EM INVESTIGAÇÃO QUALITATIVA, 6., 2017, Salamanca. **Anais [...]** Disponível em <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2017/article/view/1447>. Acesso em: 20 maio 2023.

MOOR, Francine. **Mulheres e lobby no Brasil**: como elas jogam o jogo dos homens no Congresso Nacional. 2020. 103f. Dissertação (Mestrado profissional em Poder Legislativo) - Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento, Câmara dos Deputados, Brasília, 2020.

MOREIRA, Matheus. "Pesquisa indica que imprensa brasileira reconhece ganhos das Leis de Cotas". **Folha de S. Paulo**, 9 mar. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/03/pesquisa-indica-que-imprensa-brasileira-reconhece-ganhos-das-leis-de-cotas.shtml>. Acesso em: 20 mai. 2023.

MOTTA, Luiz G.; GUAZINA, Liziane. O conflito como categoria estruturante da narrativa política: o caso do Jornal Nacional. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 6, n. 1, p. 132-149, 2010.

MOUILLAUD, Maurice. A crítica do acontecimento ou o fato em questão. *In*: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O jornal da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.

MOUNK, Yascha. **O Povo Contra a Democracia**: por que nossa Liberdade corre perigo e como salvá-la. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MOURA, Eduardo. Sérgio Camargo foi acusado de assédio moral antes de comandar a Palmares. **Folha de S. Paulo**, 15 out. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/10/sergio-camargo-foi-acusado-de-assedio-moral-anos-antes-de-comandar-a-palmares.shtml>. Acesso em: 20 mai. 2023.

MUDANÇAS NA PREVIDÊNCIA: deputados analisam possíveis impactos para a população negra. **Alma Preta**, 19 abr. 2019. Disponível em: <https://www.almapreta.com.br/sessao/politica/mudancas-na-previdencia-deputadas-analisam-possiveis-impactos-para-populacao-negra>. Acesso em: 20 mai. 2023.

NASCIMENTO, Nadine. Mães de jovens negros assassinados pelo Estado fazem audiência pública na Câmara dos Deputados. **Terra**, 13 mai. 2022. Disponível em <https://www.terra.com.br/nos/maes-de-jovens-negros-assassinados-pelo-estado-fazem->

[audiencia-publica-na-camara-dos-deputados,f3ba8dd0ee4459cbac593351b5bce452m56mxnye.html](#)>. Acesso em: 20 mai. 2023.

NATÁLIA BONAVIDES É A DEPUTADA DO RN CAMPEÃ EM PROPOSTAS FAVORÁVEIS AOS DIREITOS DAS MULHERES SEGUNDO RANKING ELAS NO CONGRESSO. **Agorarn**, 13 set. 2022. Disponível em: <<https://agorarn.com.br/ultimas/natalia-bonavides-e-a-deputada-do-rn-campea-em-propostas-favoraveis-aos-direitos-das-mulheres-segundo-ranking-elas-no-congresso/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

NÓBREGA NETTO, Miguel Gerônimo. **Lobby e a sua regulamentação no Brasil: uma análise sistemática sobre as propostas e possibilidades de normatização**. 2015. 188f. Dissertação (Mestrado profissional em Poder Legislativo). Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento, Câmara dos Deputados, Brasília, 2015.

O CLARIM DA ALVORADA: O JORNAL DA RESISTÊNCIA. **Fundação Palmares**, s.d.. Disponível em: <<https://www.palmares.gov.br/?p=52932>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

O MNU. **Movimento Negro Unificado [MNU]**, s.d.. Disponível em: <<https://mnu.org.br/mnu/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

OLIVEIRA, Andréa Cristina de Jesus. **Lobby e representação de interesses: lobistas e seu impacto sobre a representação de interesses no Brasil**. Dissertação de Doutorado. Universidade Estadual de Campinas. Departamento de Ciência Política, Campinas, 2004.

PARETO, Vilfredo. **Manual de Economia Política**. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

PEDRO, Joana Maria; WOITOWICZ, Karina Janz. Feminismo e ativismo midiático: o jornalismo como estratégia de ação política. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 9., 2010. **Anais [...]**. Disponível em <http://www.fg2010.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1278288079_ARQUIVO_FazendoGenero2010.pdf> Acesso em: 20 mai. 2023.

PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. **Horizontes antropológicos**, Porto Alegre, n. 42, p. 377-391, jul./dez. 2014.

PEREZ, Olívia Cristina; RICOLDI, Arlene Martinez. A quarta onda feminista: interseccional, digital e coletiva. *In*: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE CIÊNCIA POLÍTICA (ALACIP), 10., 2019. **Anais [...]**. Disponível em <<https://alacip.org/cong19/25-perez-19.pdf>> Acesso em: 20 mai. 2023.

PORTAL GELEDÉS. **Geledés**, s.d.. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

PRA QUE SERVEM OS DADOS ABERTOS? **Câmara dos Deputados**, s.d.. Disponível em: <<https://dadosabertos.camara.leg.br/howtouse/sobre-dados-abertos.html>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

PSOL PEDE CONVOCAÇÃO DE ANDERSON TORRES APÓS ALTERAÇÕES NO RELATÓRIO FINAL DA COMISSÃO NACIONAL DA VERDADE. **PSOL**, 9 mar. 2022. Disponível em: <<https://psol50.org.br/psol-pede-convocacao-de-anderson-torres-apos-alteracoes-no-relatorio-final-da-comissao-nacional-da-verdade/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

PERUZZO, C. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. Anais [...]. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

POLIVANOV, Beatriz. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. **Esferas**, n. 3, jul./dez. 2013.

QUEM SOMOS. **Instituto AzMina**, s.d.. Disponível em: <<https://institutoazmina.org.br/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

QUEM SOMOS. **Mídia Ninja**, s.d.. Disponível em: <<https://midianinja.org/quem-somos/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

RADAR FEMINISTA NO CONGRESSO. **Centro Feminista de Estudos e Assessoria**, s.d.. Disponível em <<https://www.cfemea.org.br/index.php/pt/radar-feminista-lista/radar1>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

RAMOS, Daniela Osvald; SPINELLI; Egle Müller. Iniciativas de jornalismo independente no Brasil e na Argentina. **Extraprensa**, São Paulo, n. 17, jul./dez. 2015.

RAPOSO, Eduardo de Vasconcelos. As elites políticas brasileiras: uma proposta de abordagem. **Perspectivas**, São Paulo, v. 53, p. 159-177, jan./jun. 2020.

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO (RIC). **Radar Governamental**, 12 jul. 2022. Disponível em: <<https://radargovernamental.com.br/requerimento-de-informacao-ric/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

RIBEIRO, Diana *et al.*. As ondas feministas: continuidades e descontinuidades no movimento feminista brasileiro. **Sul-Sul Revista de Ciências Humanas e Sociais**, Barreiras, v. 1, n. 3, p. 57-76, 2021.

RODRIGUES, Malena Rehbein. **Imprensa e Congresso ou Como a mídia pauta a política**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2003.

RODRIGUES, Thaís. Alma Preta e data_labe vencem prêmio de jornalismo de dados. **Alma Preta**, 17 nov. 2021. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/cotidiano/alma-pret-a-e-data-labe-vencem-premio-claudio-weber-abramo-de-jornalismo-de-dados-2021>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

RODRIGUES, Thaís. Presidente da Câmara, Arthur Lira se identifica como negro. **Alma Preta**, 07 jul. 2022. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/politica/presidente-da-camara-arthur-lira-se-identifica-como-negro>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

ROSA, Isabel Cristina Clavelin da. Imprensa Negra: descobertas para o Jornalismo Brasileiro. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 11, n. 1, p. 555-568, 2014.

RURALÔMETRO 2022. **Repórter Brasil**, s.d.. Disponível em: <<https://ruralometro2022.reporterbrasil.org.br/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SANTOS, Fabiano; BORGES, Mariana. **Poder de agenda**. Brasília: Enap, 2018. Disponível em <https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3336/1/Livro_Poder%20de%20agenda.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2020.

SANTOS, Manoel Leonardo. **O parlamento sob influência**: o lobby da indústria na Câmara dos Deputados. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Pernambuco. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. Recife, 2011, 196 p.

SANTOS, Manoel Leonardo. Representação de interesses na arena legislativa: Os grupos de pressão na Câmara dos Deputados (1983-2012). **Texto para Discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)**, Brasília, n. 1975, 2014.

SANTOS, Manoel Leonardo *et al.*. Lobbying no Brasil: profissionalização, estratégias e influência. **Texto para Discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)**, Brasília, n. 2334, 2017.

SARMENTO, Rayza. Ativismo Feminista Online: mapeando eixos de atuação. **Revista Sul-Americana de Ciência Política**, Pelotas, v. 7, n. 1, p. 19-37, 2021.

SÁTYRO, Natália Guimarães Duarte; D'ALBUQUERQUE, Raquel Wanderley. O que é um estudo de caso e quais as suas potencialidades. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 23, 2020.

SCHERER-WARREN, Ilse. Redes da sociedade civil: advocacy e incidências possíveis. *In*: MARTINHO, Cássio; FELIX, Cristiane (org.). **Vida em rede**: conexões, relacionamentos e caminhos para uma nova sociedade. Barueri: Instituto C&A, 2011.

SCHLESINGER, Philip. On the vagaries of production research. *In*: PATERSON, Chris, LEE, David, SAHA, Anamik and ZOELNNER, Anna (org.). **Advancing Media Production**: Research Shifting Sites, Methods, and Politics. London: Palgrave MacMillan, 2015. p. 20-37.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil para a análise histórica. **Educação e Realidade**, V.20(2), 1995.

SILVA, Camila; MARIA, Gloria; SANTOS, Sanara. O desafio da educação em isolamento social. **AzMina**, 24 jun. 2020. Disponível em: <<https://azmina.com.br/reportagens/o-desafio-da-educacao-em-isolamento-social/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SILVA, Mariana da Rosa; CHRISTOFOLETTI, Rogério. Novas experiências de jornalismo no Brasil: potências e limites para uma nova governança social. **Líbero**: Revista eletrônica do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, n. 41, p. 155-171, jan./jun. 2018.

SILVA, Vitória Régia. Um retrato das mães solo na pandemia. **AzMina**, 23 jun. 2020. Disponível em: <<https://azmina.com.br/reportagens/um-retrato-das-maes-solo-na-pandemia/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SILVA, Viviane Regina da. *Policy advocacy*: contribuições para a construção de um conceito a partir de uma revisão sistemática da literatura. **Revista da Escola Superior da Magistratura do Estado de Santa Catarina**, Florianópolis, v. 24, n. 30, p. 395-417, 2017.

SIMÕES, Nataly. Censura de Bolsonaro à cultura afeta os negros, as mulheres, e os LGBTs. **Alma Preta**, 14 out. 2019. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/politica/censura-de-bolsonaro-a-cultura-afeta-os-negros-as-mulheres-e-os-lgbts>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SOARES, Alan. VOZES: O que é black money e por que esse movimento vem crescendo?. **Exame**, 12 set. 2021. Disponível em: <<https://exame.com/bussola/vozes-o-que-e-black-money-e-por-que-esse-movimento-vem-crescendo/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SOBRE. **data_labe**, s.d.. Disponível em: <<https://datalabe.org/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SOBRE A GÊNERO E NÚMERO. **Gênero e Número**, s. d.. Disponível em: <<https://www.generonumero.media/sobre/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SOBRE NÓS. **Énois**, s.d.. Disponível: <<https://enoisconteudo.com.br/sobre-nos/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SOBRE O ADVOCACY HUB. **Advocacy Hub**, s.d.. Disponível em: <<https://www.advocacyhub.org/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

THORSON, Kjerstin *et al.*. Platform Civics: Facebook in the Local Information Infrastructure. **Digital Journalism**, v. 8, n.10, p. 1231-1257, 2020.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora da Unisinos, 2001.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. *In*: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

TUCHMAN, Gaye. **Making News: study in the construction of reality**. New York: Free Press, 1978.

URBINATI, Nadia. Representação como *advocacy*: um estudo sobre deliberação democrática. **Política e sociedade**, v. 9, n. 16, abr. 2010.

URBINATI, Nadia.; WARREN, Mark E. The Concept of Representation in Contemporary Democratic Theory. **Annual Review of Political Science**, San Mateo, n. 11, p. 387-412, 2008.

VALLADARES, Licia. Os dez mandamentos da observação participante. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, n. 22, p. 153-155, 2007.

VELOSO, Lucas. Deputadas lançam campanha pelos direitos dos quilombolas no Maranhão" **Alma Preta**, 13 ago. 2019. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/politica/deputadas-lancam-campanha-pelos-direitos-dos-quilombolas-no-maranhao>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

VELOSO, Lucas; SIMÕES, Nataly. "Aprovação de exploração de Alcântara viola direitos dos quilombolas". **Alma Preta**, 24 out. 2019. Disponível em: <<https://almapreta.com.br/sessao/cotidiano/aprovacao-de-exploracao-de-alcantara-viola-direitos-dos-quilombolas>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

WESLEY, Elena; ROZA, Gabriela. Existe uma Wakanda da política brasileira? **Data Labe**, s.d.. Disponível em: <<https://datalabe.org/existe-uma-wakanda-da-politica-brasileira/>>. Acesso em: 20 mai. 2023.

WOITOWICZ, Karina Janz. Imprensa feminista no contexto das lutas das mulheres: Ativismo midiático, cidadania e novas formas de resistência. **Revista Ação Midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**, Curitiba, n. 1, v. 2, 2012.

YOUNG, Iris Marion. Representação política, identidade e minorias. **Lua Nova**, São Paulo, n. 67, 2006.

ZELIZER, Barbie. Os jornalistas como comunidade interpretativa. *In*: Traquina, Nelson (org.). **Jornalismo 2000. Revista de Comunicação e Linguagens**. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, n.27, 2000, p.50-65.

APÊNDICES

APÊNDICE A

ROTEIRO PARA JORNALISTAS

- Conte um pouco sobre sua trajetória (pessoal, profissional, ativista) até aqui.
- Qual a missão do veículo X?
- Como vocês definem a atividade do veículo X?
- Como vocês percebem a influência do veículo X na opinião pública e na agenda decisória?
- Como vocês buscam influenciar a agenda decisória do Parlamento, especialmente da Câmara dos Deputados?
- Qual a relação com o espaço físico do Parlamento, em Brasília?
- Para você, do que se trata o jornalismo independente? E para o veículo X? Tal independência se refere a quê ou/e a quem, precisamente?
- Como são as rotinas de trabalho, especificamente no caso de coberturas ligadas ao Legislativo?
- Como o jornalismo produzido por vocês se diferencia ou se aproxima do jornalismo convencional?
- Como a digitalização do jornalismo e a onipresença das mídias sociais influenciam nesse processo?
- Quais são os públicos de vocês?
- O trabalho de vocês é influenciado pelo de algum outro veículo(s)?
- Como é a relação de vocês com colegas jornalistas de outros veículos, especialmente de Brasília?
- Como é a relação de vocês com parlamentares?
- Como é a relação de vocês com ativistas?
- Vocês atuam em conjunto com outros grupos - seja de jornalismo independente, seja da sociedade civil ou outro?
- Quais as dificuldades de fazer o que vocês fazem?
- Gostaria de acrescentar algo?

APÊNDICE B

ROTEIRO PARA ASSESSORES

- Conte um pouco sobre sua trajetória (pessoal, profissional, ativista) e sobre como você se tornou assessor/a parlamentar.
- Como você descreveria a política de comunicação do mandato e as atividades envolvidas aí, incluindo a assessoria de imprensa?
- No geral, quais são os ‘assuntos’ da comunicação cotidiana da/o parlamentar e de que forma são escolhidos?
- Há diferença no atendimento dos veículos de acordo com suas características?
- Especialmente em relação aos veículos independentes, como são as demandas?
- Para além do acionamento jornalístico, você nota tentativas desses veículos de influenciar os mandatos de forma mais direta?
- Como isso se aproxima ou se distancia do jornalismo tradicional e do ativismo?

- Vocês já conheciam pessoas ligadas a esses veículos?
- Como o mandato tomou conhecimento desses veículos?
- Conte um caso/exemplo que você considera emblemático envolvendo a relação do mandato com o veículo em questão.
- Vocês costumam repercutir o trabalho jornalístico do veículo X nos canais de comunicação do mandato?
- Na sua visão, como o jornalismo influencia a formação das agendas pública, política e decisória da Câmara dos Deputados?
- Como a digitalização do jornalismo e a onipresença das mídias sociais influenciam nesse processo?