

Resumo

# O formigueiro

**A mídia nativa  
digital** na América  
Latina 2022



Fundação Gabo / Oficina / Prêmio /  
Festival / Centro» Publicações.

Apoio:

Google  
News Initiative

Um estudo de::

**Fundação Gabo /**  
Oficina / Prêmio /  
Festival / Centro»  
**Publicações.**

Com o apoio de:

**Google**  
**News Initiative**

NAS ÚLTIMAS DUAS DÉCADAS OCORRERAM GRANDES TRANSFORMAÇÕES NO CENÁRIO DA MÍDIA LATINO-AMERICANA.

Os meios de comunicação convencionais passaram por uma crise que afetou seu modelo de negócios, fraturou seus níveis de credibilidade e confiança, reconsiderou o papel da informação na vida das sociedades e modificou suas relações com o sistema político, particularmente o sentido de sua presença nas democracias. Tudo isso em um contexto global de mudanças radicais nas tecnologias de informação e comunicação que afetaram diretamente a natureza e o funcionamento dos meios de comunicação e as particularidades da profissão jornalística.

Um dos sinais da transformação é o crescimento, desenvolvimento e diversidade das mídias nativas digitais, que em poucos anos vêm povoando o universo da mídia latino-americana. Nestas duas décadas, desenvolveu-se um conjunto de meios nativos digitais de referência, ou seja, aqueles que conseguiram consolidar equipes de trabalho estáveis, caminhos de sustentabilidade relativamente eficientes, diferentes modelos de funcionamento, formas sugestivas de elaboração e circulação de informação, propostas de experimentação de gêneros jornalísticos tradicionais e emergentes, agendas diversificadas que voltam o olhar para temas inéditos, formas de abordagem e atores da sociedade e formas muito mais ativas e diretas de participação das audiências.

Também se começa a perceber o alcance de sua intervenção social e, em alguns países, a irritação que geram e os es-

tratagemas de controle e até perseguição provocados por governos autoritários.

## » **A vitalidade do formigueiro**

Junto com essas mídias digitais de referência, que foram consultadas neste estudo, estão os diferentes modelos digitais que as mídias convencionais criaram e que praticamente concluíram seus processos de migração. A estes se somam, no caso latino-americano, os meios de comunicação públicos, os meios de comunicação regionais e locais e um grande número de meios de comunicação cidadãos, alternativos ou comunitários que têm sua própria história e que têm sido característicos da América Latina.

Junto com todos eles estão os meios de comunicação que no continente compõem o que chamamos de “formigueiro”, tomando as definições que Michel de Certeau e Clifford Geertz fizeram na época e que é composto por milhares de projetos de jornalismo pequenos e médios, muitos deles ora com atuação local, mas quase sempre com explícita vocação nacional e até internacional.





O interesse do estudo realizado pela Fundação Gabo com o apoio da Iniciativa Google Notícias está especialmente concentrado neles. Na pesquisa realizada, os meios nativos digitais foram entendidos como todos aqueles meios de comunicação nativos dos países latino-americanos e do ecossistema digital, que produzem ou distribuem 50% ou mais de sua própria informação, por meio de diferentes tipos de mídia digital.

**Existem os meios de comunicação que no continente compõem o que chamamos de “formigueiro”, tomando as definições**

**que Michel de Certeau e Clifford Geertz fizeram na época e que são formados por milhares de projetos jornalísticos pequenos e médios.**

Não é a primeira vez que a Fundação Gabo se preocupa com um tema que também vem sendo analisado por outros pesquisadores e instituições, como a SembraMedia. Em 2009, a Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) -ex-nome da Fundação Gabo- realizou um estudo sobre as necessidades de formação em mídia digital na América Latina,

dirigido por Guillermo Franco, com financiamento da Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento (AECID). A ênfase nas narrativas, as características da sustentabilidade, as estruturas de funcionamento das redações, a capacidade de atualização ou a participação das audiências, foram questões que podem ser observadas no desenvolvimento deste estudo pioneiro, além de um panorama muito interessante sobre as necessidades de formação desses novos atores no cenário da mídia.

Este estudo se propôs a fazer um mapa das mídias nativas digitais latino-americanas, dividido em quatro partes: na primeira, um banco de dados

com mídias de 12 países do continente (Argentina, Chile, México, Peru, Equador, Bolívia, Colômbia, Venezuela, Guatemala, El Salvador, Nicarágua e Cuba); na segunda, foi realizada uma caracterização destes meios através de um questionário que nos permitiu conhecê-los melhor, investigar a sua identidade, as suas possibilidades de sustentabilidade e crescimento, as suas ferramentas de gestão, publicação e distribuição e a sua relação com os públicos. Na terceira, foi enfatizado o que esses meios entendem por qualidade do jornalismo e, por fim, na quarta, foi feita uma análise detalhada dos casos que permitiu observar sua diversidade.



Através de uma metodologia de inspiradores(as), ou seja, de jornalistas que em cada país conheceram a realidade dos meios de comunicação, da análise das listas e bases de dados existentes, e de um rigoroso processo de verificação e purificação, foi elaborado um corpus de 1521 mídias nativas digitais verificadas, que foi a população na qual a pesquisa foi realizada. É o estudo recente realizado com maior base de análise.

A caracterização foi feita a partir do retorno de um questionário por 359 mídias digitais nativas que correspondem a 23,60% do universo construído no estudo.

**1.521 mídias nativas digitais verificadas, que foi a população sobre a qual a pesquisa foi realizada.**

## » **Mídia com identidade própria**

OS RESULTADOS MOSTRAM um setor jovem, dinâmico e diversificado. 48% das mídias nativas digitais latino-americanas foram criadas nos últimos 5 anos e 23% entre 1 e 3 anos. Grande parte deles se entende como redes, um en-

tendimento diferente da mídia mais tradicional, ao mesmo tempo em que enfatizam o fornecimento de informações verídicas e o atendimento à comunidade, como os dois principais objetivos que se propõem.

A originalidade e a qualidade dos conteúdos são as características que mais apreciam e que se materializam em agendas com temas e atores invisibilizados, com o aprofundamento dos gêneros jornalísticos e a participação de audiências, cada dia mais especializadas. Política, meio ambiente, cultura, economia e saúde são os cinco temas que as mídias nativas digitais encontram no interesse de seus públicos.

A sustentabilidade e sobretudo o financiamento dos seus projetos é uma das preocupações centrais destes meios de comunicação. Assim como os caminhos que se propõem para responder aos desafios neste domínio e que incorporam as adesões, a prestação de serviços, o *crowdfunding*, as pautas publicitárias, os apoios

à cooperação e sobretudo os próprios recursos econômicos. Os meios digitais nativos da Guatemala, Chile, Colômbia e Peru são os que contam com os maiores percentuais de recursos próprios em seus financiamentos; os da Argentina são os que têm o maior percentual de publicidade, enquanto os de El Salvador, Nicarágua, Guatemala e Cuba registram maior incidência de dinheiro da cooperação internacional em seu financiamento. Os meios de comunicação do México e de El Salvador têm a maior participação nas atividades de capacitação.

Por sua vez, Bolívia e El Salvador se destacam no marketing de conteúdo; Cuba e Venezuela em alianças; Guatemala e Cuba em *crowdfunding*; Peru e Argentina em assinaturas, e



Chile em patrocínios. Observa-se uma clara diversificação de alternativas de sustentabilidade. Pouco mais da metade da mídia da amostra considera não ser totalmente autosustentável, uma de suas dificuldades mais sensíveis.

Há paridade de gênero na mídia consultada e uma alta porcentagem de jornalistas em seus grupos de trabalho. Alguma ideia sobre sua condição local não é confirmada. São, com efeito, meios de comunicação que têm interesses nacionais e internacionais e, depois deles, regionais e locais. Localmente localizados fisicamente, e mesmo em desterritorialização (mídias multilocalizadas), eles buscam se envolver em agendas mais amplas, nas quais possam contribuir com

outras abordagens, possivelmente a partir das realidades mais locais, hipótese que merece ser mais aprofundada.

O grau de produção diária de informação é alto. Facebook, Twitter, Instagram e YouTube são os canais de transmissão preferidos da mídia digital nativa da América Latina. Há uma interessante distribuição geográfica do interesse e uso de plataformas e redes sociais: Bolívia e Cuba se destacam no Facebook; no Twitter, Guatemala e Cuba; no Instagram, El Salvador e Guatemala; no YouTube, Equador e Cuba e no TikTok, Guatemala e Nicarágua. WhatsApp e Telegram são as duas ferramentas de gestão mais utilizadas pelos meios digitais nativos da região.

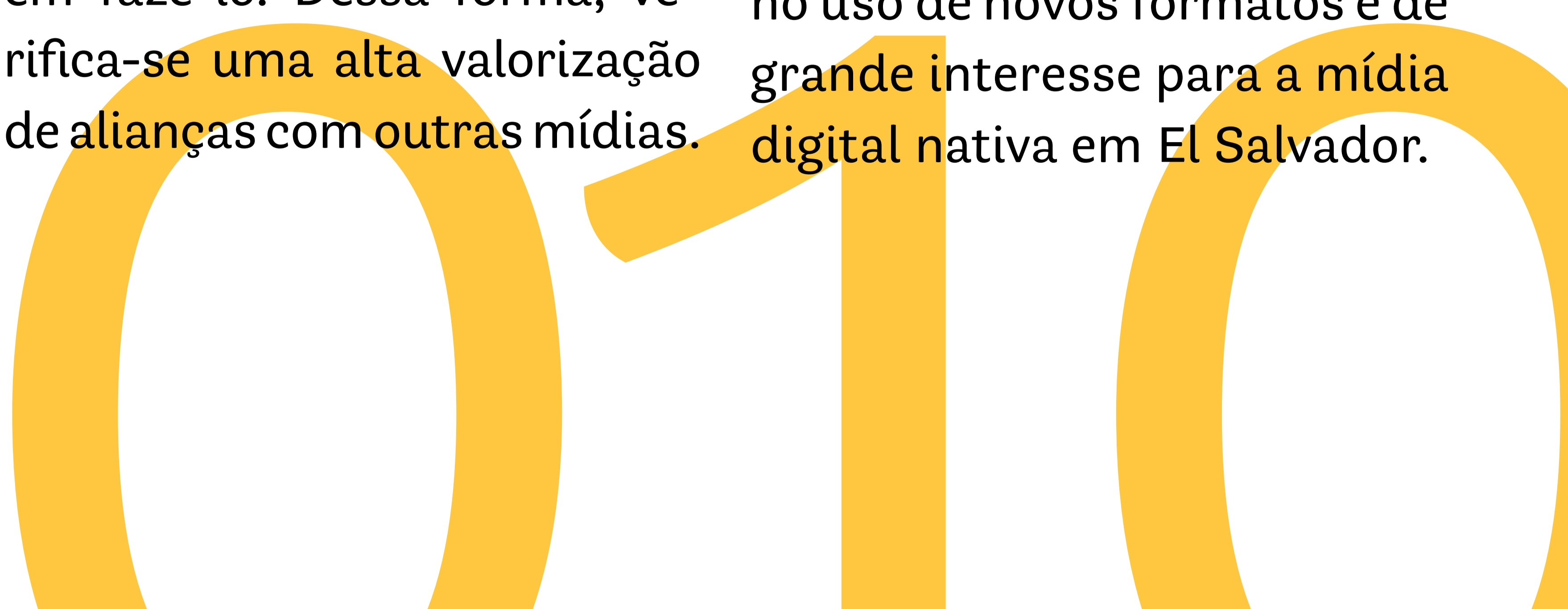
As ferramentas de criação e gestão de conteúdo mais utilizadas pelas mídias digitais nativas da América Latina são Facebook, Twitter, Instagram e Creator Studio. Para análise, GoogleAnalytic, e para divulgação, WhatsApp e Google Drive ocupam os primeiros lugares.

Verifica-se uma elevada capacidade de análise (autoanálise) dos meios digitais nativos, cujos *inputs* são utilizados para melhorar a relação com as audiências.

Quase metade afirma ter participado de alianças e um quarto afirma que teria interesse em fazê-lo. Dessa forma, verifica-se uma alta valorização de alianças com outras mídias.

A maior porcentagem insiste em compartilhar histórias e reportagens e fazer alianças para criar conteúdo, seguido de compartilhamento de temas, fontes e experiências.

A ponto forte principal é contar histórias de uma maneira diferente. Daí decorre o uso de novas abordagens para tratar a informação. As mídias digitais nativas da Venezuela são as que mais enfatizam a narrativa como sua principal força e também as que enfatizam abordagens inovadoras para o tratamento da informação. O jornalismo de longa duração com ênfase na investigação e no uso de novos formatos é de grande interesse para a mídia digital nativa em El Salvador.



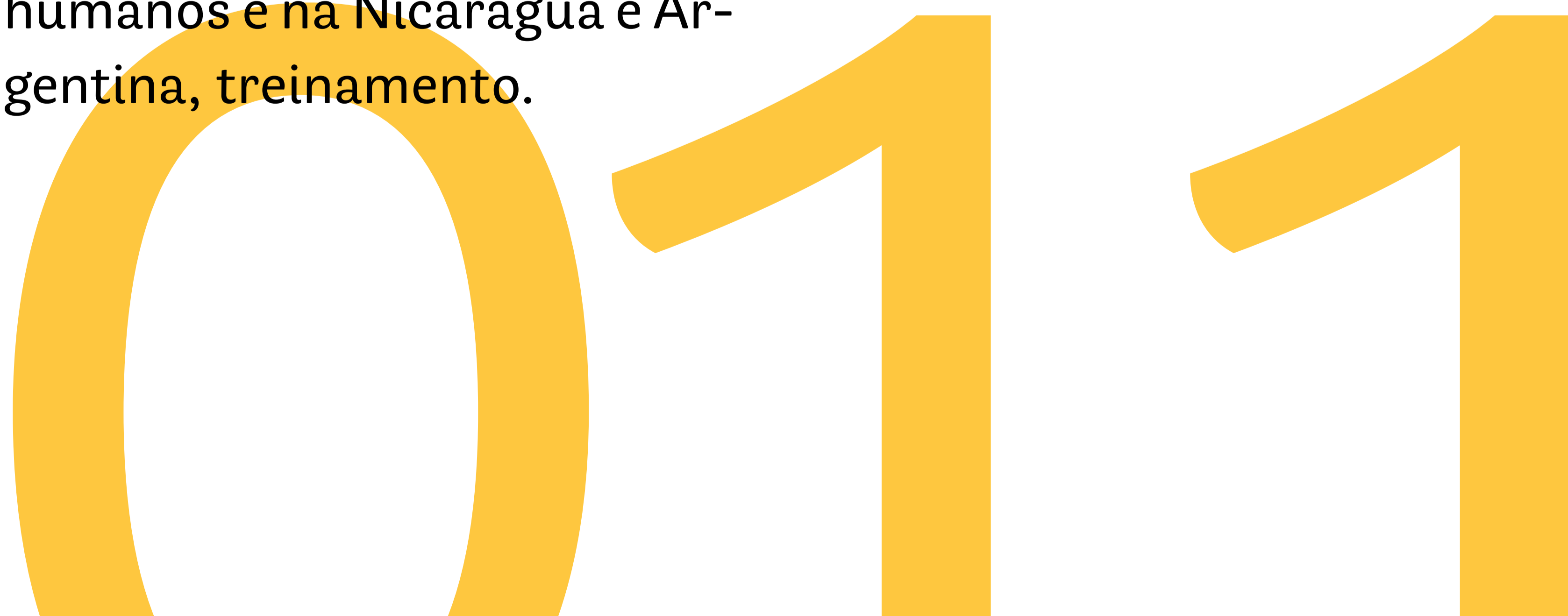


## Uma alta valorização de alianças com outras mídias.

Entre os aspectos mais relevantes, a visão estratégica (quem sou e para onde vou), a promoção de sociedades mais democráticas e livres e o relacionamento com os públicos aparecem em primeiro lugar. As necessidades mais urgentes da mídia são recursos financeiros, recursos humanos e treinamento. Na Bolívia e na Guatemala, é onde os recursos econômicos são mais necessários; no Chile, recursos humanos e na Nicarágua e Argentina, treinamento.

Os meios nativos digitais acreditam que as competências que mais os fortaleceriam são os recursos humanos, o apoio administrativo e organizacional e a produção e criação de conteúdos.

As necessidades mais urgentes da mídia são recursos financeiros, recursos humanos e treinamento.





## » A visão de qualidade jornalística

UMA DAS PREOCUPAÇÕES deste estudo foi aprofundar os entendimentos que as mídias nativas digitais, de referência ou do formigueiro têm sobre a construção da informação e, especificamente, sobre a qualidade da profissão jornalística. E nesta investigação puderam verificar-se várias linhas de reflexão: por um lado, o reconhecimento dos valores e princípios que há anos definem a atividade jornalística, mas também o repensar de alguns deles (por exemplo, a objetividade ou a imparcialidade) e o surgimento de alguns novos (por exemplo, o colaborativo ou a relação entre jornalismo e ativismo).

Os direitos humanos, as diversidades cada vez mais amplas –sexuais, sociais ou culturais–, as perspectivas de gênero, a violência, a saúde ou o meio ambiente, são temas que aparecem constantemente na agenda dos meios nativos digitais e que preocupam seus grupos de trabalho. Mas há também uma mudança intencional de foco para vozes não ouvidas, o que significa que o foco agora recai sobre aqueles que não foram vistos adequadamente pela grande mídia.

Parte das editoras e diretoras de mídias nativas digitais consultadas levanta explicitamente, por exemplo, a realização

do jornalismo feminista e considera que a imparcialidade é uma espécie de neutralidade imobilizadora, diante de problemas que devem ser denunciados de frente. Este repensar axiológico é coerente com as relações mais abertas que existem entre jornalismo e ativismo, com a ideia de incidência e com a conversão das audiências em comunidades. Tudo isso é possível devido a uma relação possivelmente mais direta entre meio ambiente e sociedade local, ou entre meio ambiente e grupos de nicho. O que se observa em segundo plano é uma mudança no entendimento, nas interações e nos compromissos da mídia com aqueles que consideram seus próximos. A mídia local é muito mais mídia de “proximidade”, não apenas de maneira física, mas cognitiva,

emocional e transacional. A nova ordenação de afinidades provavelmente será um fator determinante na identidade das mídias nativas digitais.

O rigor, a construção social da verdade, o pluralismo, a dignidade dos sujeitos da informação, a independência, a transparência, são dimensões da qualidade da informação considerada pelos meios digitais.

A compreensão do jornalismo como serviço público é uma abordagem fundamental para garantir a qualidade dos meios de comunicação. Ser mais aberto, participativo, reflexivo, dialogante e transparente são características essenciais da qualidade da mídia, segundo seus próprios promotores.



Qualidade tem a ver com sustentabilidade na medida em que favorece a realização de um jornalismo melhor e mais exigente e os meios nativos digitais buscam alternativas diversificadas para alcançá-la.

A utilização de recursos da web é fundamental para a qualidade da informação pelo seu impacto na diversidade de linguagens, sua convergência, uso de imagens, promoção da participação e mensuração do que se faz.

O rigor, a construção social da verdade, o pluralismo, a dignidade dos sujeitos da informação, a independência, a transparência, são dimensões da qualidade da informação considerada pelos meios digitais.





## » **As caras da mídia nativa digital na região**

A PARTE FINAL DO ESTUDO É UMA SELEÇÃO DE MEIOS de comunicação dos países que participaram da exploração, para realizar uma análise muito mais detalhada de seus casos que permita revelar sua diversidade, o tipo de jornalismo que realizam, os assuntos que se tornam o centro de sua ação, os dilemas que enfrentam e, claro, os desafios que surgem de sua experiência informativa e social.

Neste ponto do estudo, observam-se as faces e modos particulares de atuação das mídias digitais nativas.

*La Malvestida* (México), que começou como um blog de moda, é hoje uma revista digital com perspectiva de gênero que aborda questões de sexualidade, saúde, estilo pessoal e estilo de vida, voltada para mulheres entre 18 e 40 anos. *Ojoconmipisto* (Guatemala) promove a transparência e o combate à corrupção, fiscalizando o uso de recursos públicos e a participação cidadã. *La vida de nos* (Venezuela) produz histórias reais cuidadosamente elaboradas como compromisso com o jornalismo narrativo, *Guardiana* (Bolívia) busca noticiar de forma inclusiva, clara e plural, buscando diminuir a violência e

ser realmente útil para a vida das pessoas, *GatoEncerrado* (El Salvador) é especializada em meio ambiente, gênero, política e justiça e recentemente em verificação do discurso público, *El desconcierto* (Chile) busca promover o fortalecimento da democracia participativa e do bem viver, com conteúdo de qualidade sobre direitos humanos, meio ambiente, feminismo e controle do poder, *Postdata* (Cuba) conta histórias a partir da interpretação de conjuntos de dados, disponibilizando ao público formas interativas de narrar e participar, *Sálvese quien pueda* (Peru) oferece uma análise diferente em suas produções pelo YouTube com uma perspectiva muito plural, *Agenda propia* (Colômbia), propõe a cocriação jornalística especializada em povos indígenas e grupos minoritários na

Colômbia e na América Latina, com foco em direitos humanos e meio ambiente, enquanto o meio digital nativo da Nicarágua, cujo anonimato é preservado devido à difícil situação do jornalismo naquele país, produz informações com base em evidências que afeta a governabilidade e a segurança das pessoas e ajuda a promover o debate público em uma sociedade silenciada, *La Posta* (Equador) se concentra nos movimentos econômicos e políticos do país e divulga seu conteúdo através das redes sociais criando postagens no cenário para cada tema, *El Auditor* (Argentina) é especializada em controle público, transparência, acesso à informação e participação cidadã e se define como “a única que divulga de forma clara o que dizem os relatórios dos órgãos que controlam o Estado”.



Michel de Certeau escreveu que a cultura prolifera à margem e é um formigueiro e Clifford Geertz recorreu a um aforismo africano para compreender os significados do saber local: “A sabedoria -lembre-se- está no grupo das formigas”.

Este estudo, ao explorar o mundo diverso, vital e transformador das mídias nativas digitais latino-americanas, ajuda a entendê-las, a ver suas necessidades, projetos e desafios para o futuro e, além disso, a destacar as profundas mudanças pelas quais nossas sociedades estão passando.

Geertz recorreu a um aforismo africano para compreender os significados do conhecimento local: “A sabedoria -lembre-se- está no grupo das formigas”.





Um estudo de:

Fundação / Oficina / Prêmio /  
Festival / Centro / Gabo.

Com o apoio de: Iniciativa Google  
Notícias

018

Um estudo de:



**Fundação Gabo** /  
Oficina / Prêmio /  
Festival / Centro.

Com o apoio de:

**Google**  
News Initiative