

**RELAÇÕES DE COMUNICAÇÃO E CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO EM ARRANJOS
JORNALÍSTICOS**

Relatos de experiência e pontos de vista em iniciativas cearenses

Rafael Rodrigues da Costa

Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Brasil

rafaelrg@ufc.br

Mayara Carolinne Beserra de Araújo

Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Brasil

jornalista.mayara@gmail.com

Raphaelle Batista

Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Brasil

raphaellebatista@gmail.com

Recibido: 15 de febrero de 2021

Aceptado: 03 de Mayo de 2021

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/6r4g9p7zp>

Resumo

Este artigo apresenta um recorte da pesquisa “Arranjos alternativos de jornalismo no Ceará: relações de comunicação e condições de trabalho”, cujo objetivo é analisar as relações de comunicação e as condições de produção no trabalho jornalístico em arranjos ‘alternativos’ às grandes corporações de mídia no estado do Ceará, no Brasil. A pesquisa foi iniciada em 2019 pelo Grupo de Pesquisa Práxisjor e atualmente se encontra em sua segunda etapa. Trata-se de uma investigação exploratória que vem se utilizando de instrumentais metodológicos diversos, como a análise de autodeclarações presentes nos sites e redes sociais de 63 arranjos e entrevistas em profundidade com representantes de iniciativas. Finda a etapa de análise de autodeclarações (Costa, Araújo & Batista, 2020), a pesquisa busca, em sua segunda fase, traçar um perfil dos arranjos, aprofundar percepções e discutir dados revelados na análise anterior. Este relato de pesquisa discute oito entrevistas (Duarte, 2004) realizadas com representantes de arranjos cearenses entre os meses de julho e setembro de 2020, por videochamada. As gravações foram transcritas

e analizadas como relatos de experiência pessoal (Labov, 1997; 2010), além de concepções não necessariamente narrativas apresentadas pelos entrevistados, a exemplo de suas percepções sobre o que seja jornalismo independente ou alternativo, entre outras, aqui tidas como importantes para a obtenção de pontos de vista (Cunha, 2012) que exprimem as crenças e valores daqueles interlocutores. As entrevistas permitem inferir que as iniciativas encontram-se em estágios distintos no que toca à sustentabilidade financeira e organização das relações de trabalho, embora partilhem de valores jornalísticos que orientam suas produções.

Palabras-clave: Jornalismo Alternativo; Arranjos de trabalho; Comunicação e Trabalho; Entrevistas

RELACIONES DE COMUNICACIÓN Y CONDICIONES DE PRODUCCIÓN EN ARREGLOS PERIODÍSTICOS

Relatos de experiencia y puntos de vista en iniciativas cearenses

|2|

Resumen

Este artículo presenta un extracto de la investigación “Arreglos alternativos de periodismo en Ceará: relaciones de comunicación y condiciones de trabajo”, cuyo objetivo es analizar las relaciones de comunicación y las condiciones de producción en el trabajo periodístico en arreglos 'alternativos' a las grandes corporaciones mediáticas del estado de Ceará, Brasil. La investigación fue iniciada en 2019 por el Grupo de Investigación Práxisjor y actualmente se encuentra en su segunda etapa. Se trata de una investigación exploratoria que utiliza diferentes herramientas metodológicas, como el análisis de autodeclaraciones presentes en los sitios web y redes sociales de 63 arreglos y entrevistas en profundidad con representantes de iniciativas. Tras la etapa de análisis de las autodeclaraciones (Costa, Araújo & Batista, 2020), la investigación busca, en su segunda fase, perfilar los arreglos, profundizar percepciones y discutir los datos revelados en los anteriores análisis. Este informe de investigación analiza ocho entrevistas (Duarte, 2004) realizadas con representantes de arreglos de Ceará entre los meses de julio y septiembre de 2020, por videollamada. Las grabaciones fueron transcritas y analizadas como relatos de vivencia personal (Labov, 2007; 2010), además de concepciones no necesariamente narrativas presentadas por los entrevistados, como sus percepciones sobre lo que es el periodismo independiente o alternativo, entre otras, consideradas aquí importantes para obtener puntos de vista (Cunha, 2012) que expresan las creencias y valores de esos interlocutores. Las entrevistas permiten inferir que las iniciativas se encuentran en diferentes etapas en cuanto a sostenibilidad financiera y organización de las relaciones laborales, aunque comparten valores periodísticos que orientan sus producciones.

Palabras clave: Periodismo alternativo; arreglos de trabajo; Comunicación y Trabajo; Entrevistas

COMMUNICATION RELATIONS AND PRODUCTION CONDITIONS IN JOURNALISTIC ARRANGEMENTS

Experience reports and points of view in Ceará initiatives

Abstract

This article presents an excerpt from the research “Alternative arrangements of journalism in Ceará: communication relations and working conditions”, which objective is to analyze the communication relations and the conditions of production in journalistic work in 'alternative' arrangements to large media corporations in the state of Ceará, Brazil. The research was initiated in 2019 by Research Group Práxisjor and is currently in its second stage. This is an exploratory investigation that has been using different methodological tools, such as the analysis of self-declarations present on the websites and social networks of 63 arrangements and in-depth interviews with representatives of initiatives. After the stage of analysis of self-declarations (Costa, Araújo & Batista, 2020), the research seeks, in its second phase, to outline a profile of the arrangements, to deepen perceptions and to discuss data revealed in the previous analysis. This research report discusses eight interviews (Duarte, 2004) conducted with representatives of Ceará arrangements between the months of July and September 2020, by video call. The recordings were transcribed and analyzed as reports of personal experience (Labov, 2007; 2010), in addition to perceptions presented by the interviewees, such as their claims about what is independent or alternative journalism, among others, considered important here to obtain points of view (Cunha, 2012) that express the beliefs and values of those interlocutors. The interviews allow us to infer that the initiatives are at different stages with regard to financial sustainability and organization of work relationships, although they share journalistic values that guide their productions.

Keywords: Alternative journalism; Work arrangements; Communication and Work; Interviews

Introdução

Veículos alternativos permeiam a história do jornalismo há pelo menos 200 anos. Atton e Hamilton (2008) afirmam que, antes mesmo da consolidação da atividade como negócio no século XX, um jornalismo não convencional já se fazia presente na Europa. Mais recentemente, com a Internet, percebe-se uma multiplicação de iniciativas alternativas às grandes empresas de mídia em todo o mundo. Na América Latina, esse movimento de experiências nativas digitais vem crescendo desde o final da década de 1990, conforme o relatório “Ponto de Inflexão - Impacto, ameaças e sustentabilidade: Um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos” (Sembramedia, 2017). Seguindo uma

tendência mundial, de acordo com o estudo, centenas de iniciativas foram criadas na região e, no Brasil, esse *boom* se deu a partir de 2013.

A pesquisa “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídias” (Fígaro, 2018a), do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-USP), confirmou esse crescente cenário brasileiro. O estudo levantou 170 novos arranjos do trabalho do jornalista no Brasil; só na Grande São Paulo, foram mapeados e analisados 70. O relatório da pesquisa mostra que, para além de melhores salários e condições de trabalho, esses jornalistas buscam satisfação pessoal naquilo que produzem. Eles querem um jornalismo menos dependente dos interesses empresariais ou publicitários e mais conectado com pautas que, de alguma forma, sejam também expressões individuais, que preencham lacunas deixadas pela mídia convencional. Um desejo que não é propriamente novo, mas que agora parece ficar mais viável.

Esse crescimento expressivo do jornalismo independente e digital também se verifica em outras regiões do País, mesmo diante dos chamados desertos de notícias (Projor, 2020), em que cerca de metade dos municípios brasileiros não possui nenhum veículo de imprensa, muitos deles localizados no interior do Norte e Nordeste. No Ceará, verifica-se uma das menores concentrações de veículos do Brasil: em 2017, o Estado possuía entre 0,46 e 0,64 veículo de imprensa por 100 mil habitantes e Fortaleza era a capital pior ranqueada nesse quesito (Projor, 2017). Já na última edição do Atlas da Notícia (Projor, 2020), o estado segue apresentando dados preocupantes: mais da metade dos 184 municípios são desertos de notícia, enquanto desertos e quase desertos (municípios com um ou dois veículos identificados) somam quase 90% das localidades. Recentemente, o Diário do Nordeste, jornal cearense prestes a completar 40 anos de fundação no final de 2021, teve sua circulação impressa descontinuada, prosseguindo exclusivamente em plataformas digitais.

A fim de tentar contribuir para um olhar mais amplo sobre essa conjuntura e trazer as especificidades de uma das diversas realidades que o país comporta, em parceria com o CPCT, o Grupo de Pesquisa Práxisjor, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC (PPGCOM-UFC), está realizando a pesquisa “Arranjos alternativos de jornalismo no Ceará: relações de comunicação e condições de trabalho” desde o final de 2019.

Na primeira fase, o estudo coletou e analisou autodeclarações disponíveis nos sites e nas redes sociais de 63 arranjos mapeados (Costa, Araújo & Batista, 2020). Este artigo traz, agora, uma análise inicial da segunda e última etapa do estudo, que consiste em entrevistas semiestruturadas com representantes das iniciativas. Nossa intenção é apontar o que há de aproximações e recorrências entre esses arranjos e, por meio das entrevistas, aprofundar a percepção de como esses(as) jornalistas se posicionam em relação a temas como: a) relação dos(as) representantes com a temática dos arranjos; b) relações de trabalho e sustentabilidade financeira dos arranjos; c) conceitualização de jornalismo independente e/ou alternativo dos(as) representantes; e d) impacto da regionalidade sobre os arranjos.

Fundamentação teórica

A investigação está situada teoricamente no binômio comunicação e trabalho (Figaro, 2008, 2018a, 2018b), a partir da premissa de que a atividade humana possui um componente de ineditismo que estabelece relação dialética com os saberes instituídos. A abordagem ergológica é convocada para sustentar essa premissa, ao tempo em que ela justifica a afirmação de que o sujeito da comunicação é um sujeito em atividade de trabalho. Nesse sentido, o mundo do trabalho é um *locus* privilegiado para problematizar a relação do sujeito com as atividades que realiza.

Para além de sua condição de atividade realizada com fins de produção de mais valia, o trabalho é compreendido nessa perspectiva como algo intrínseco à humanidade, constituindo-se numa atividade. Nessa demarcação oferecida pelo binômio comunicação e trabalho, convocamos a noção de arranjo econômico no trabalho jornalístico (Fígaro & Nonato, 2017). O conceito remete à possibilidade de organização profissional em prol do trabalho digno e da produção de informação de qualidade, na perspectiva de seu entendimento como bem coletivo. Fígaro (2018a) adverte que essa apropriação do termo arranjo é um deslocamento de seu sentido original encontrado, por exemplo, na teoria econômica, que em geral define arranjo em termos de um agrupamento ou aglomeração geográfica que se articula ou se vincula com um mesmo propósito produtivo.

Alguns elementos dessas conceituações são considerados no traslado em direção à atividade produtiva dos(as) jornalistas. Um deles é a ideia de que os arranjos econômicos de trabalho de jornalistas podem se constituir numa rede de troca de experiências, apoios e solidariedade entre indivíduos, afirmando, como apontam Deuze & Witschge (2016), que o jornalismo, prestes a ingressar numa fase pós-industrial, está para além da lógica e das estruturas dos conglomerados de mídia. Além disso, os arranjos podem se constituir em efetiva alternativa de empregabilidade para os(as) profissionais, contribuindo também para a democratização da informação.

Prática inequivocamente cultural e conformada em relação dialética com as sociedades em que se origina, o jornalismo experimenta alterações de natureza ordinária e transformações de suas estruturas mais sólidas e estáveis. Cientes desse movimento, Charron & Bonville (2016) propuseram uma abordagem alternativa à periodização histórica do jornalismo. Atualmente, de acordo com os autores, vive-se o paradigma do jornalismo de comunicação, em que prevalece a manutenção do contato entre emissores e destinatários. Nesse sentido, a prática e os discursos jornalísticos tendem a espelhar um modelo de sociedade pós-industrial, de hiperconcorrência e de dependência do ecossistema digital.

Atrai-se a este cenário a complexificação da dinâmica de produção e difusão da informação, em que novos e velhos atores sociais (instituições públicas e privadas, pesquisadores e especialistas de áreas diversas, influenciadores digitais, sociedade civil em geral, etc.) passam a desenvolver e disseminar conteúdos - que, muitas vezes, reproduzem a estética jornalística, mas não são necessariamente jornalísticos.

Diante de tais circunstâncias, a defesa intransigente do jornalismo em suas balizas mais essenciais tem sido reforçada nas discussões acadêmicas e na prática profissional. Mas quais seriam essas balizas? Autores como Traquina (2005), Meditsch (1997) e Genro Filho (2012) consideram o jornalismo uma forma social de conhecimento e um instrumento de mediação social, desenvolvido a partir de técnicas e rotinas específicas. Para Genro Filho (2012), mesmo apropriado para fins capitalistas, o jornalismo “se torna indispensável ao aprofundamento da relação entre o indivíduo e o gênero humano nas condições da sociedade futura” (p. 11). Partindo da perspectiva marxista proposta pelo autor, a existência humana é compreendida como um processo de autoconstrução e o jornalismo, uma forma histórica de percepção e conhecimento da realidade social, com potencial de participar/intervir nessa autoconstrução.

Nesse sentido, a informação produzida pelo jornalismo constitui-se de um recorte do real e de uma implicação nele, uma “realidade elaborada sistematicamente em função de certas técnicas e segundo um ponto de vista ideológico” (2012, p. 189). Observemos que o autor reconhece, portanto, técnicas, formatos e suportes como materializações do fenômeno jornalístico, ao mesmo tempo em que reforça a imaterialidade como essência: “O significado do periódico é a comunicação de bens imateriais (...) essa ideia tem vida e destino próprios, colocando a seu serviço a máquina, os homens, os edifícios” (Genro Filho, 2012, p. 11).

Uma das faces desse jornalismo que atua para a construção de um conhecimento acerca da realidade, o jornalismo alternativo é marcado pela diversidade, embora as diferentes experiências se aproximem na crítica ao fazer hegemônico das empresas jornalísticas. Essa variedade, que se expressa em conteúdos, formatos, modelos de negócio etc, impõe um desafio conceitual aos pesquisadores do campo. São inúmeros os autores, as abordagens, as nomenclaturas e os sentidos em torno do que seria a comunicação alternativa e, mais ainda, o jornalismo alternativo (Pachi Filho, Moliani, Souza, 2019; Possebon, 2012).

No Brasil, a amplitude dessa discussão pode ser percebida a partir de diversos trabalhos. Peruzzo (2009) diferencia comunicação popular, alternativa e comunitária; Abramo (1988) e Kucinski (1991) debatem as especificidades da imprensa alternativa surgida no contexto da Ditadura Militar brasileira; Moraes (2010) aborda a comunicação alternativa (e o jornalismo) a partir de conceitos de hegemonia e contra-hegemonia. Esses autores, por sua vez, dialogam com Downing (2002) e seu conceito de mídia radical alternativa, cuja premissa está no uso da comunicação como base para a mobilização social. Uma concepção que se aproxima do pensamento de Rodriguez (2001), já que para ela falar mídia alternativa é, na verdade, se referir à mídia cidadã, no sentido de que as práticas jornalísticas alternativas podem empoderar comunidades e indivíduos. Em importante estudo sobre o jornalismo fora do *mainstream*, Atton e Hamilton (2008) argumentam que o ponto em comum entre os vários conceitos e práticas existentes em torno dele é a ênfase em pensar o jornalismo de maneira específica e, sobretudo, crítica às formas existentes.

O jornalismo alternativo procede da insatisfação não apenas com a cobertura principal de certas questões e tópicos, mas também com a epistemologia das

notícias. Sua crítica enfatiza alternativas para, entre outras coisas, a convenção de fontes de notícias e representação; a pirâmide invertida de textos noticiosos; a economia hierárquica e capitalizada do jornalismo comercial; a base profissional de elite do jornalismo como prática; a norma profissional de objetividade; e o papel subordinado da audiência como receptor (Atton, Hamilton, 2008, p.1, tradução nossa).

Diversos teóricos apontam, na verdade, para o aspecto multidimensional do jornalismo, que engloba técnica, pragmática e mediação discursiva. Para construcionistas, estruturalistas e interacionistas, de modo geral, a notícia (como célula do jornalismo) é uma construção social, formatada e difundida a partir de técnicas e mídias condizentes com seu tempo e espaço, e forjada por competências, influências e constrangimentos (Souza, 2005).

Apesar das divergências, as diferentes teorias se aproximam ao elencar a) os elementos discursivos, b) as rotinas produtivas e c) os aspectos deontológicos da profissão como constitutivos do jornalismo. Na primeira fase da pesquisa, a investigação acerca de como os arranjos alternativos conceitualizam e praticam jornalismo ensejou a adoção desses marcadores, a partir dos quais as autodeclarações foram analisadas (Costa et al., 2020).

Os elementos discursivos associados ao jornalismo concernem à construção de uma linguagem jornalística (ou linguagens). Segundo Seixas (2009), gêneros, formatos, estratégias enunciativas e esquemas de interpretação apropriados pelo jornalismo dizem de uma regularidade na seleção, no tratamento e na definição de objetos da realidade tratados pelo discurso jornalístico.

Já as rotinas produtivas vigentes atualmente no jornalismo remetem à profissionalização do ofício, que no Brasil ocorre entre o final do século XIX e a segunda metade do século XX. No contexto das instituições jornalísticas, contudo, a emergência de rotinas produtivas diz respeito à necessidade de organização do tempo e do espaço como forma de racionalizar a produção, o que se explica pela demanda organizacional de abastecer os produtos com conteúdo regular (Traquina, 2005). Esse processo estimulou o desenvolvimento de um repertório normativo de técnicas, práticas e condutas, também para fins mercadológicos (manutenção de um padrão replicável) e de consolidação da atividade. Segundo Traquina (2005), a profissionalização implicou ainda na constituição de uma “tribo jornalística” (p. 24), na qual se partilha um conjunto de valores, símbolos e representações constitutivos do que seja o jornalismo ou o ser jornalista.

Por fim, os aspectos deontológicos também se revelam como um marcador na medida em que se aplicam ao dever e são “o conjunto de regras da aplicação de uma ética 'no campo que lhe é próprio', ética aplicada a um grupo, a uma profissão, no caso a mídia e os jornalistas” (Cornu, 1999, p. 9). Base da ética jornalística, a verdade, a liberdade de expressão e a independência são valores que norteiam a “gramática” dos profissionais (Christofolletti, 2011).

Esses “padrões de ação”, em geral, estão descritos em códigos de ética — embora estes não sejam o único instrumento formulado pela comunidade profissional para a correção

de suas condutas ao longo do tempo. Conforme Cornu (1999), dentro da chamada ética normativa, conforme o jornalismo vai ascendendo à condição de profissão a partir da segunda metade do século XIX vão sendo criados códigos, surgindo conselhos e a figura do *ombudsman* a fim de proteger a profissão e os jornalistas.

No caso do Brasil, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é o documento que define os princípios e compromissos básicos esperados do profissional. Nesse sentido, de acordo com o texto de 2007, cabe ao(à) profissional não somente executar eticamente suas funções laborais, mas comprometer-se com a defesa dos direitos humanos, das garantias individuais e coletivas, principalmente das minorias; e ainda combater a corrupção e as discriminações de toda ordem. O que, no contexto das iniciativas que se autodeclaram alternativas ou independentes, merece ainda mais atenção.

Nesse sentido, fica evidente como elementos indicativos da profissão, além de mutáveis, podem ser conflitantes entre si, revelando a dinâmica contraditória própria do jornalismo. Segundo Soloski (1999, p. 93), muitas vezes, “a fidelidade dos(as) profissionais às suas normas deontológicas leva-os a entrar em conflito com intuítos lucrativos da organização comercial”, como se a cultura profissional possuísse “fortes componentes anti-lucro e antimercado”, expressos na ideia de cidadania, responsabilidade social e defesa da democracia e de direitos civis.

Balizamo-nos, portanto, nas premissas do binômio comunicação e trabalho e nos marcadores de jornalismo anteriormente desenvolvidos para olhar não apenas os arranjos, mas, nesta etapa, os sujeitos da pesquisa, observando de que formas se relacionam com os jornalisismos a que se dedicam: desde o conteúdo às relações de trabalho e financeiras, passando por aspectos políticos/editoriais, relativos ao tipo de mediação social que desejam promover - entendendo, por exemplo, como se sentem quanto a categorizações como independente, alternativo, inovador e regional.

Metodologia

Como dito, esta investigação integra o projeto de pesquisa “Arranjos alternativos de jornalismo no Ceará: relações de comunicação e condições de trabalho” e herda desse projeto sua natureza qualitativa, de feição exploratória. Deslauriers e Kérisit (2008) observam que os delineamentos qualitativos visam dar conta das preocupações dos atores sociais que uma investigação baseada unicamente em técnicas quantitativas não conseguiria contemplar. A partir dessa opção, assumimos que este é um estudo exploratório, uma vez que se trata de uma investigação de natureza preliminar, realizada com a finalidade de melhor adequar as etapas posteriores da pesquisa à realidade que se pretende conhecer (Piovesan & Temporini, 1995; Fígaro, 2018a).

Como pondera Fígaro (2018), os novos arranjos de trabalho de jornalistas configuram um campo em construção, movediço e passível de mudanças profundas em razão da conjuntura política e econômica. Desse modo, a pesquisa exploratória permite reunir elementos que facilitem, em etapas posteriores, a resolução de problemas factíveis.

Essa metodologia de pesquisa se mostra adequada porque os proponentes desse estudo não têm como formular de antemão as características predominantes desses arranjos econômicos alternativos, além de repetir o que eles próprios afirmam, isto é, não se organizam como as grandes empresas de mídia (Fígaro, 2018a, p. 32).

A seleção das iniciativas analisadas neste estudo partiu de um universo de 63 arranjos de comunicação cearenses identificados a partir da técnica de bola de neve, obtendo indicações por meio de informantes dentro do universo desses arranjos, as chamadas “sementes” (Baldin & Munhoz, 2011). Circunscrito o *corpus* inicial, coletamos autodeclarações de cada um desses arranjos em seções de sites e redes sociais nos quais possuem alguma atuação. A análise das autodeclarações subsidiou a primeira etapa da pesquisa, em que se verificou a presença de categorias (Apothéloz & Reichler-Béguelin, 1995) ao longo desses textos. Os objetos de discurso buscados nas autodeclarações designam os aspectos da práxis jornalística já apresentados: a) gêneros e formatos jornalísticos; b) rotinas e práticas jornalísticas; e c) ética e deontologia jornalísticas.

Nesse sentido, a análise permitiu inferir que gêneros e formatos jornalísticos são mais utilizados (e de maneira mais evidente) pelos arranjos para designar jornalismo do que os demais aspectos. Aquele marcador da práxis jornalística se fez presente em 66,7% das autodeclarações. Corroborando com a percepção de que a notícia é uma unidade primária do jornalismo, o objeto-de-discurso “notícia” é o mais utilizado pelos arranjos.

Também foram buscadas categorizações a respeito de aspectos considerados relevantes como hipóteses para a formulação das nucleações, como a constituição individual ou coletiva dos arranjos, o pertencimento declarado a um tipo de produção alternativa às corporações de mídia e, ainda, a presença nas autodeclarações de objetos de discurso ligados ao pertencimento a uma região, cidade ou local particular.

A regionalidade ou ênfase no relevo local das iniciativas surgiu em 74,6% das autodeclarações, que mencionam o lugar em que a iniciativa é produzida ou para o qual é destinada. Por sua vez, 90,5% das autodeclarações não citam o caráter independente e/ou alternativo do arranjo, especialmente no caso de perfis em que o(a) autor(a) nomeia o próprio arranjo. A trajetória do(a) profissional em veículos hegemônicos associa a iniciativa tanto mais ao jornalismo convencional do que a uma lógica independente/alternativa. Junto a isso, outro dado revelador é o de que 82,5% dos arranjos não apresentam as ideias de inovação e empreendedorismo em suas autodeclarações¹.

A análise das autodeclarações nos permitiu realizar uma nucleação dos arranjos, isto é, uma tentativa de agrupá-los a partir de critérios de proximidade ou características em comum, de modo a avançar na compreensão do tipo de trabalho jornalístico que realizam. Desse modo, foi possível selecionar os arranjos elegíveis para a segunda etapa da pesquisa, que compreende entrevistas em profundidade e da qual este trabalho traz uma amostra.

¹ Esse perfil inicial está detalhado em Costa et al. (2020).

Assim, os critérios tomados em consideração para a composição dos núcleos foram: presença ou ausência de referências à regionalidade e presença ou ausência de referências às características jornalísticas (gêneros e formatos, rotinas e práticas e aspectos éticos/deontológicos) nas autodeclarações. A presença ou ausência de referências ao caráter alternativo, independente, empreendedor e inovador, assim como a percepção ou não do caráter personalista do arranjo, também motivaram subnucleações dentro dos seis núcleos principais. A Tabela 1, a seguir, sintetiza a distribuição dos arranjos nos diferentes núcleos.

Tabela 1 - Síntese da distribuição dos arranjos em núcleos

Núcleo	Discriminação do núcleo	Número de arranjos
1	R+3J	11
2	R+J	29
3	R+SJ	9
4	SR+3J	3
5	SR+J	10
6	SR+SJ	1
Total de arranjos		63

Fonte: Grupo de Pesquisa Práxisjor

Legenda: R=marcador de regionalidade; SR=sem regionalidade; J=pelo menos um marcador de jornalismo; 3J=três marcadores de jornalismo; SJ=sem marcador jornalístico

A amostra desta nova etapa foi construída com prioridade dada aos arranjos que possuem aproximação com o jornalismo, ou seja, foram desconsiderados, nesta fase, os arranjos dos núcleos 3 e 6, nos quais não se verificou a presença de marcadores jornalísticos. Os arranjos dos demais núcleos (53 ao todo) foram, portanto, considerados elegíveis para a etapa de entrevistas.

Estabeleceu-se, assim como na pesquisa do CPCT, a escolha de maneira aleatória e por conveniência de tempo e de recursos humanos disponíveis para a realização das entrevistas. Também se considerou a disponibilidade de recursos técnicos para a realização de entrevistas remotas, sobretudo em razão das medidas de distanciamento social adotadas no Ceará para o enfrentamento da pandemia de Covid-19 durante o período em que se iniciou essa etapa.

Em face dessas variáveis, o recorte amostral foi estabelecido em 40% dos 53 arranjos elegíveis, um total de 21 arranjos. Buscou-se manter a proporcionalidade dos núcleos e subnúcleos na escolha dos arranjos a serem entrevistados. No momento em que este relato

de pesquisa foi elaborado, oito das 21 entrevistas previstas haviam sido realizadas e transcritas. É sobre essa amostragem parcial que nos debruçamos no presente trabalho.

Os núcleos 1 e 2 são os mais expressivos, do ponto de vista quantitativo, em relação ao universo global da pesquisa, e reúnem arranjos tanto com marcadores jornalísticos quanto com traços de regionalidade, permitindo que as entrevistas tratassem tanto das condições de trabalho como também de minúcias acerca da prática jornalística levada a termo por esses arranjos. Também foi incluído um arranjo do núcleo 4, em que não se evidencia regionalidade, apenas os marcadores jornalísticos. Essa seleção ocorreu em face da disponibilidade de entrevistas transcritas no momento da redação deste artigo.

Os(as) oito jornalistas foram entrevistados(as), entre julho e setembro de 2020, por meio de videochamada gravada, uma opção procedimental justificada em virtude do isolamento social imposto pela pandemia de Covid-19². Aqui, eles serão identificados por meio de etiquetas (E1 se referindo ao primeiro sujeito entrevistado na amostragem e assim por diante). O arranjo ao qual cada entrevistado está vinculado também é identificado por etiquetas (A1, A2 e assim sucessivamente), para facilitar suas menções ao longo do texto de análise.

[11]

Foram entrevistados, do núcleo 1, um representante do site Verminosos por Futebol; do núcleo 2: representantes dos sites Ceará Criolo, Sabores da Cidade, Sobral Online, Política com K, Agência Eco Nordeste, Futebol Cearense; e, por fim, do núcleo 4, um do Nigéria Filmes.

Tabela 2 - Entrevistas com representantes de arranjos de comunicação

Etiqueta do(a) entrevistado(a)	Identificação do arranjo	Núcleo	Data da entrevista	Entrevistado(a)	Sede do arranjo
E1	A1 - Ceará Criolo	2	6/7/2020	E1	Fortaleza
E2	A2 - Verminosos por Futebol	1	8/7/2020	E2	Fortaleza
E3	A3 - Sabores da Cidade	2	9 e 10/7/20	E3	Fortaleza
E4	A4 - Nigéria Filmes	4	27/8/20	E4	Fortaleza
E5	A5 - Política com K	2	11/9/20	E5	Fortaleza

² Doença respiratória aguda, causada pelo coronavírus SARS-CoV2, identificada primeiramente em Wuhan, na China, em dezembro de 2019 e rapidamente disseminada. Até o momento de escrita deste documento, a Covid-19 já fez mais de 2,2 milhões de vítimas fatais no mundo (224 mil somente no Brasil).

E6	A6 - Futebol Cearense	2	14/9/20	E6	Fortaleza
E7	A7 - Sobral Online	2	14/9/20	E7	Sobral
E8	A8 - Agência Eco Nordeste	2	22/9/20	E8	Fortaleza

Fonte: Grupo de Pesquisa Práxisjor

As entrevistas contemplaram um roteiro de cerca de 50 perguntas e eventuais questionamentos surgidos ao longo da interação, o que as caracterizam como semiestruturadas. Os(As) oito entrevistados(as) são jornalistas formados(as) ou em formação, residentes em Fortaleza (CE) e Sobral (CE), e manifestaram seu consentimento em participar da pesquisa na própria videochamada, em consonância com as recomendações para esse tipo de pesquisa (Conep, 2020).

Sobre a utilização de entrevistas na pesquisa qualitativa, Duarte (2004, p. 215) assinala que esse instrumento se faz necessário “quando se precisa/deseja mapear práticas, crenças, valores e sistemas classificatórios de universos sociais específicos, mais ou menos bem delimitados, em que os conflitos e contradições não estejam claramente explicitados”.

As situações de entrevista se revelaram propícias para a produção de narrativas de experiência pessoal (Labov, 1997, 2010), isto é, sequências de eventos ocorridos com o falante/entrevistado, que no caso das entrevistas realizadas foram os responsáveis pela criação e desenvolvimento de seus respectivos arranjos de trabalho em comunicação. Nesse sentido, as entrevistas buscaram obter relatos desses eventos, bem como a avaliação sobre essas situações, isto é, suas implicações para o próprio falante. As análises levam em conta esse enquadre, além de focar pontos de vista e concepções não necessariamente narrativas apresentadas pelos entrevistados, a exemplo de suas percepções/opiniões sobre o que seja jornalismo independente ou alternativo, entre outras, aqui tidas como importantes para a obtenção de pontos de vista (Cunha, 2012) que expressem as crenças e valores daqueles interlocutores. A seleção de tais operadores de análise é respaldada pela assunção da linguagem como *locus* preferencial para a apreensão das relações entre comunicação e trabalho (Fígaro, 2014).

Resultados

As entrevistas realizadas com oito jornalistas permitiram confrontar as primeiras hipóteses da pesquisa coletiva “Arranjos alternativos de jornalismo no Ceará: relações de comunicação e condições de trabalho”, formuladas por ocasião da etapa de análise de autodeclarações. O discurso oral dos representantes desses arranjos descortina detalhes de seu funcionamento e história, bem como deixa entrever a maior ou menor adesão a

determinados valores e práticas que caracterizam o jornalismo. As principais inferências autorizadas pelos dados obtidos nas entrevistas são:

a) Relação com a temática/o projeto editorial dos arranjos: Os(As) representantes entrevistados(as) possuem relação com as causas ou temas que norteiam os arranjos ou determinam seu escopo de cobertura, tendo sido motivados a fundar os arranjos para: aprofundar, experimentar ou propor coberturas e conteúdos com maior autonomia; e se apresentarem ao mercado como autoridades naqueles temas específicos, construindo credibilidade relacionada ao nicho.

b) Pertencimento às categorias independente/alternativo: Como apontado na pesquisa original (Fígaro, 2018a), os arranjos buscam expressar vozes e pontos de vista diferentes daqueles presentes nos conglomerados de mídia convencionais. É proposta, por exemplo, uma cobertura esportiva menos factual e mais pautada em histórias de interesse humano (Verminosos por Futebol), e ainda o antirracismo como valor-notícia (Ceará Criolo), numa perspectiva assumidamente humanista e progressista. No entanto, os(as) entrevistados(as) apresentam diferentes visões sobre jornalismo independente e alternativo, assim como acerca dos conflitos éticos decorrentes dos vínculos trabalhistas assumidos por eles, com maior ou menor permissividade a determinados tipos de aproximações ou relações financeiras. Alguns arranjos (como Agência Eco Nordeste e Política com K), criados a partir da atuação de seus(suas) fundadores(as) em conglomerados de mídia convencionais, aprovam a publicação de seus conteúdos por esse tipo de veículo, desde que sejam dados os créditos.

c) Relações de trabalho e sustentabilidade financeira: Prevalecem relações de trabalho em que os arranjos figuram como segunda atividade, realizada no tempo livre ou no tempo não ocupado pela atividade principal, que invariavelmente é um vínculo de natureza mais formal e que prevê remuneração periódica. As formas de vínculo dos(as) colaboradores(as) dos arranjos também é variável - desde voluntariado até serviços eventuais remunerados - mas em nenhuma das iniciativas há contratação formal (em alguns casos, como Agência Eco Nordeste, a fundadora é a única que vive exclusivamente do arranjo, sustentando-se através de editais e projetos). Os arranjos encontram-se em posições distintas no que tange à sua sustentação financeira: os mais longevos relatam mais oportunidades para experimentar modalidades distintas de financiamento, enquanto aqueles com menor tempo de atuação buscam fontes de receita que não atentem contra seus princípios editoriais e ideológicos.

d) Regionalidade: O aspecto local ou regional das coberturas e da identidade editorial dos arranjos, dado recorrente na primeira etapa da pesquisa, não é majoritário neste recorte de entrevistados(as). A regionalidade é concebida em termos de circunscrição geográfica, diferenciação editorial (caso da Agência Eco Nordeste), facilidade de acesso a fontes de informação e fontes financiadoras, que podem ser implicadas diretamente nas coberturas e projetos.

Discussão



Neste tópicu, discutimos e ilustramos as inferências, a partir de excertos das entrevistas, para cada um dos aspectos apresentados.

Relação com a temática/o projeto editorial dos arranjos

A busca por diferenciação editorial em relação às empresas convencionais de comunicação como motivadora do surgimento dos arranjos é atestada pelas falas de E1 e E2. O primeiro relata ter participado de curso sobre comunicação e igualdade racial realizado pelo Sindicato dos Jornalistas do Ceará em 2017. Ali, junto a outros profissionais, esboçou o arranjo como trabalho de conclusão do curso. O relato desse evento motiva o seguinte comentário do profissional:

A gente sempre teve muito claro isso, foi uma premissa desde o primeiro momento que a gente não tinha interesse em manter uma linha editorial similar à que a gente já encontrava nas empresas de comunicação, inquietava muito a gente, isso foi objeto de estudo durante todo o curso, o modo como as empresas de comunicação retratam a população negra (E1, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

[14]

O segmento avaliativo contido na passagem “a gente não tinha interesse em manter uma linha editorial similar à que a gente já encontrava nas empresas de comunicação” tanto nos fala acerca da busca por diferenciação num cenário de concorrência acirrada com redes sociais e outras iniciativas jornalísticas (Anderson, Bell & Shirky, 2013) como indica a insatisfação com o que seriam limitações ou silenciamentos da cobertura dos veículos hegemônicos. Já E2 expressa preocupações semelhantes ao relatar a criação do arranjo Verminosos por Futebol, quando assinala, por exemplo, “que chegou em um ponto que eu percebi que para eu fazer o que eu queria, eu precisaria ter o meu próprio veículo” (E2, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

A proximidade com o tema de cobertura do arranjo também se verifica na fala de E4, quando narra o contexto de surgimento do Nigéria Filmes e os objetivos iniciais em torno da iniciativa. A busca pela diferenciação, neste caso, se deu não só em relação às empresas jornalísticas convencionais como também em relação ao cenário audiovisual da Cidade, assumindo a identificação com um tipo de filme “mais popular” e a ligação com os movimentos sociais, de modo a “empoderar a comunicação” desses movimentos.

(...) a gente sempre quis trabalhar de maneira mais popular, fazendo filmes populares, visto que aqui em Fortaleza a galera gostava de fazer filmes cults. E aí isso enveredou também pro jornalismo, e também num certo momento a gente trabalhou muito com ONGs, com movimentos sociais, a gente também se via muito nesse papel de empoderar a comunicação de movimentos sociais que sempre foi bem ruim, né? (...) Então a nossa produção foi muito baseada nisso, a gente continuava fazendo meio que esse ativismo, gravando manifestação, mas isso nunca deu dinheiro pra gente, a gente via meio como nosso papel social mesmo (E1, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

Em alguns casos, a afinidade temática dos representantes é mobilizada para justificar o voluntariado ou esforço não remunerado, mesmo quando o arranjo nasce de uma relação trabalhista formal. É o que se observa em A5: o arranjo nasce como braço do portal de notícias de uma redação convencional para a qual a entrevistada trabalhava formalmente, entendido como um espaço cedido a ela pela empresa, uma oportunidade de aproveitamento de textos e apurações que acabavam não entrando nas matérias oficiais. Ainda que trouxesse acessos (e, portanto, monetização) ao portal do veículo e demandasse da jornalista esforço de escrita e edição, o trabalho dedicado ao blog não era remunerado.

Em momento algum, eu nunca recebi um centavo pelo blog, porque ele nunca foi uma obrigação, não era um trabalho, era um espaço que eu tinha pedido, quis preencher porque senti que não tinha (até então a gente só tinha o blog do Eliomar³), então eu pedi a oportunidade de ter esse espaço e eles incentivaram, colocavam na capa do portal, chamavam acesso. E eu nunca deixei de trabalhar na redação pra escrever pro blog (E5, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

Esse aparente acordo tácito entre trabalhador(a) e empresa quanto à maior produtividade sem remuneração é reflexo tanto do modelo de acumulação flexível, no qual o(a) trabalhador(a) se dispõe à proatividade e a individualização do aprimoramento em função de manter sua posição, considerando o cenário de precarização e hiperconcorrência (Harvey, 2016; Bauman, 2001), quanto de um *habitus* de classe jornalístico: o(a) repórter é entendido(a) como um ser heróico, vocacionado a exercer diversas atividades ao mesmo tempo e a atuar em condições adversas em busca da informação (Araújo & Lucas, 2020). É possível ainda, neste caso, por se tratar de uma trabalhadora jornalista, relacioná-lo ao fenômeno de precarização do trabalho jornalístico em função da feminização da profissão: a subestimação da atuação feminina no jornalismo leva as trabalhadoras a se afirmarem através da proatividade, assumindo múltiplas tarefas mesmo sem remuneração (Fígaro, 2018b; Lelo, 2019).

Já a diferenciação editorial na Agência Eco Nordeste está relacionada ao aspecto regional. Segundo a representante, apesar de já existirem iniciativas de jornalismo ambiental nos meios digitais, elas geralmente se dedicam à cobertura jornalística da Floresta Amazônica concentrada no Norte do País e do Pantanal, no Centro Oeste, ignorando biomas da região Nordeste, como a Caatinga. A esse ineditismo, E8 associa, inclusive, a adesão dos colaboradores do arranjo:

Somos 10 pessoas. Sete do Ceará e três da Bahia. E todos que estão vieram porque acreditam na pauta ambiental e acham importante participar de um projeto como esse. Elas me procuraram por ter afinidade de alguma forma, porque gostam de meio ambiente ou porque já estagiaram em alguma

³ O jornalista Eliomar de Lima mantém um dos blogs jornalísticos mais acessados do Ceará desde 2006. O Blog do Eliomar é incorporado ao portal O POVO Online, do grupo de comunicação que abriga o jornal mais antigo do Estado.

instituição, como Fundação Caatinga ou Embrapa [...] (E8, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

A representante relata que muitos jornalistas com trajetórias semelhantes à dela (de demissão após anos de atuação em grandes empresas de comunicação) enviaram currículos para o arranjo, mas a adesão de colaboradores não se deu desta forma e, sim, por afinidades com a temática.

Pertencimento às categorias independente/alternativo

Mesmo atuando em paralelo aos veículos hegemônicos, o caráter independente ou alternativo dos arranjos, ao menos na concepção dos(as) entrevistados(as), não é consensual, demonstrando a dificuldade, também para os profissionais, de se chegar a uma definição precisa desse tipo de jornalismo, na linha do que aponta Forde (2011). A autora adota, aliás, as nomenclaturas ‘alternativo’ e ‘independente’ como sinônimos por considerar que englobam sentidos mais abrangentes do que ‘radical’ ou ‘comunitário’. Nesse sentido, a jornalista identificada como E3 evita conceitualizar o arranjo Sabores da Cidade como independente ou alternativo, pela compreensão de que essas categorias engendram, na concepção dela, um tipo de jornalismo “político” ou de “pautas mais investigativas” não alcançadas pelo arranjo. Já E2 relaciona independência à ausência dos vínculos econômicos típicos da mídia tradicional. Por sua vez, o jornalista E1 entende seu arranjo como independente, enfatizando não possuir relação de dependência econômica, tampouco editorial, com anunciantes. Esse é o discurso associado ao termo independente que, segundo Fíguro (2018a), “se configura na literatura como desvinculação política e econômica, como compromisso autocentrado, mais especificamente, no caso do jornalismo, restringe-se à não vinculação com os interesses políticos vigentes e à ideia de neutralidade” (p. 44).

E3 prefere qualificar o Sabores da Cidade como inovador, pelo fato de ser, desde sua fundação, uma plataforma inteiramente digital, e também como empreendedor, pela busca de “novas propostas, novos modelos de rentabilizar a plataforma, que é uma coisa muito nossa, que foi nessa luta de tentar entender como isso poderia ser rentável, como isso poderia ser viável financeiramente” (E3, concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020). O jornalista identificado como E2 segue caminho semelhante ao perceber, como inovação, a iniciativa de produzir um veículo jornalístico fora das redações tradicionais. Lembremos que a ausência de vínculos com as empresas de jornalismo do *mainstream* é um aspecto fundamental para a classificação das experiências não convencionais, evidenciado por autores como Forde (2011), Meyers (2008), Fíguro (2018a), Fernandes (2019), já o aspecto da inovação e da presença em plataformas digitais não tem um caráter definidor dessas iniciativas, necessariamente. Forde (2011) lembra que a internet “não muda as motivações, os valores e as determinações, que é o que realmente definem o jornalismo e os jornalistas alternativos” (p. 2, tradução nossa). Já E1 também assinala a própria existência de seu arranjo como algo inovador em si. “Então a gente, quando se coloca na proposta de ter uma discussão racial diária (...) em várias plataformas, em várias linguagens, isso se coloca numa perspectiva inovadora, principalmente pelo contexto de

mercado que temos aqui no Ceará” (E1, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

Mesmo constando na autodeclaração do arranjo o termo “independente”, E8 não aprova o uso de categorias: “eu, particularmente, acho essas nomenclaturas tão chatas!”. Segundo a representante, a palavra se justifica por sua significação literal: “Somos independentes porque a gente não depende de ninguém. E essa é a nossa ideia. O independente é literal, a gente faz o que quiser” (E8, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020). Associa independência, portanto, à liberdade de conteúdo: na escolha de pautas, fontes e angulação, sem precisar “aliviar em um ou outro assunto, não ouvir fulano ou ciclano porque a empresa desaprova”. Por outro lado, essa afirmação incute um sentido também negativo para a independência, de ausência total de controle, seja de forças de repressão, órgãos reguladores ou mesmo da sociedade em geral, conforme Assis et al. (2017) “a nocividade desta ideia reside num fato simples: por não haver controle algum, por não haver um sistema de regras, limites e eventuais sanções para quem as descumpre, sujeito ou organização totalmente independentes constituem-se, enfim, como atores arbitrários” (p. 4).

|17|

Ideia semelhante à de E6, que identifica o arranjo Futebol Cearense muito mais como independente do que como empreendedor, por exemplo, porque “a gente pode fazer o que a gente bem entende, a gente tem uma editoria completamente livre e a gente não depende de ninguém para a gente exercer a nossa profissão, o nosso conteúdo” (E6, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020). A única relação de dependência que o representante assume é a estabelecida com o leitor, que é quem garantiria a autonomia do arranjo ao “consumir o máximo possível” do conteúdo.

Relações de trabalho e sustentabilidade financeira

Em todos os casos, os vínculos de trabalho estabelecidos nos/pelos arranjos são de natureza informal. Nos arranjos A1, A2, A3 e A5, os(as) entrevistados(as) são jornalistas que atuam em assessorias de comunicação ou na mídia tradicional em Fortaleza, empregos com vínculos formais de onde retiram a maior parte ou mesmo a totalidade de seus ganhos. Interessante notar na fala de E3 que a garantia dessa renda principal é, justamente, o que dá a segurança para impulsionar o arranjo.

[...] Eu sempre tive o Sabores como atividade paralela, mas em alguns momentos ele foi a única que eu tive por não ter outra oportunidade, não conseguir outros trabalhos. [...] Os momentos que eu consigo fazer o Sabores render mais é quando eu tenho uma certa segurança, de ter um emprego que já me garanta o básico. Então, quando eu estava no jornal, estava tendo essa segurança — lá não era carteira assinada, eu era prestadora de serviços, emitia nota e tal —, tinha a certeza daquele trabalho naquele período (E3, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

O depoimento é revelador de uma condição bastante conhecida no mercado de trabalho jornalístico do Ceará, em que empregos estáveis são tidos como uma condição para que

os profissionais se aventurem em iniciativas próprias. De uma perspectiva da deontologia da profissão, contudo, a coexistência desses vínculos potencializa o risco de condutas vedadas pelo Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, como a hipótese de cobrir, como repórter, evento para o qual o jornalista atua como assessor. Ainda do ponto de vista dos princípios que constituem uma deontologia do jornalismo, a presença desses profissionais em cargos de assessoria, mesmo que em áreas distintas daquelas contempladas pelos arranjos, gera questionamentos acerca da independência editorial dessas iniciativas, e mesmo de seu caráter alternativo, uma vez que, como já salientado, o duplo ou triplo vínculo é um expediente corriqueiro em ambientes de trabalho tradicionais ou hegemônicos do estado.

As formas de vínculo dos colaboradores dos arranjos também é variável — desde voluntariado até serviços eventuais remunerados — mas em nenhuma das iniciativas há contratação formal. Enquanto alguns arranjos, como A6 e A7, chegam a contar com equipes de até 17 pessoas, A2, A3 e A5 são bastante identificados com a figura de seus fundadores, que vêm trabalhando majoritariamente sozinhos ao longo dos anos. A fundadora de A8, ainda que conte com outros nove colaboradores, assume, assim como os últimos três mencionados, um caráter de polivalência funcional (Salaverría, 2014) com várias atribuições na cadeia de produção editorial e também se viram obrigados a lidar com decisões de natureza comercial. Todos realizam contratações pontuais de serviços, sobretudo ligados ao desenvolvimento e à manutenção das plataformas digitais em que os arranjos se encontram.

A5, inclusive, se enquadra no que conceituamos como autor-arranjo: iniciativas que se confundem com seus(suas) próprios(as) fundadores(as), em geral alimentadas apenas por eles(as) e cujos títulos estão associados ao nome do(a) criador(a) (Política com K, por exemplo, faz referência à inicial do nome da jornalista fundadora). E5 afirma que, em 12 anos de existência do blog, contou com a participação de colaboradores apenas por cerca de seis meses. Eles atuavam praticamente como *ghost writers*⁴, já que não assinavam os conteúdos, e eram remunerados por produção.

A gente fazia de uma forma que chegasse pelo menos no piso salarial, sabe? Que ficasse um valor interessante pra eles. Mas não tinha exigência de horário, era na hora que dava... O blog não é uma empresa, sou eu fazendo aquilo ali, pago um provedor pra hospedar o blog e só. Não pode nem ser comparado com esses portais grandes. Então, o que havia era mesmo uma colaboração, que eu fazia questão de remunerar porque todo mundo tem conta pra pagar e o que entrar, ajuda (E5, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

Nota-se que a informalidade e o caráter personalista do próprio arranjo (evidente em trechos como “o blog não é uma empresa, sou eu fazendo aquilo ali”) são estendidos às relações de trabalho ali oportunizadas, sendo a informalidade o modo encontrado de

⁴ Ghost writer ou “escritor-fantasma” é aquele que, tendo escrito uma obra literária, coluna ou artigo, não recebe os créditos de autoria - ficando estes com aquele que o contrata ou compra o trabalho.

garantir a continuidade do projeto e remunerar os(as) trabalhadores(as), ainda que isso signifique prover apenas uma ajuda de custo.

Nos casos em que há um número maior de pessoas envolvidas, mesmo quando o arranjo consegue se auto-sustentar e até dar lucro, as formas de contratação continuam seguindo uma lógica de remuneração pontual. A fala abaixo, do representante do arranjo A7, ilustra:

Tem freelancer, têm os estagiários, dois no caso são remunerados e dois são estágio supervisionado, e também contratação de serviços, com emissão de nota fiscal, com prestação de serviço. Para a gente não gerar vínculo empregatício, aí a gente faz uma contratação de serviço através de nota fiscal de uma empresa (E7, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

Os arranjos encontram-se também em posições distintas no que tange às estratégias de sustentação financeira: enquanto os mais longevos (Verminosos por Futebol e Sabores da Cidade) experimentaram, ao longo do tempo, diversas modalidades de rentabilização, os arranjos com menor tempo de atuação (por exemplo, Ceará Criolo e Agência Eco Nordeste) relatam esforços para garantir fontes de receita que não contradigam os princípios editoriais e ideológicos do projeto, personificando o que Fígaro (2018a) descreve como conflito entre o compromisso com a independência jornalística e a vinculação a anunciantes e financiadores.

[19]

Sobre isso, a representante do arranjo A8 recorda a ocasião em que foram procurados para publicar sobre a Fundação Renova, criada pela Vale para gerenciar a crise do desastre ambiental em Mariana (MG):

Vários veículos toparam, receberam grana pra falar bem dessa fundação. Achei um absurdo. Eu levei a proposta pro grupo, pra não tomar a decisão sozinha, mas já fui avisando que ia recusar. (...) Entendi que aceitar aquela grana poderia ruir tudo o que a gente construiu até agora (E8, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

E8 estabelece, portanto, uma relação entre financiamento e construção de credibilidade (Mick & Tavares, 2017). Segundo a representante, para garantir sustentabilidade financeira, A8 tem estudado como captar recursos pela Lei Rouanet, mas a equipe pretende sondar apenas empresas compatíveis com projeto editorial.

Já os arranjos A2 e A3 possuem em comum em sua trajetória a experiência com diferentes modelos de financiamento (postagens patrocinadas, anúncios, eventos, venda ou cessão de conteúdo para outros veículos, por exemplo). A esse respeito, a passagem a seguir da fala de E2, expressando teor avaliativo a partir do relato da fundação do site, indica que a rentabilidade financeira sempre esteve no horizonte do arranjo.

[...] a ideia era ter um veículo que [...] depois de estar consolidado, me remunerasse e virasse uma forma de sustentação e aí para ficar bem claro que a intenção não era e nunca foi, nunca vai ser, que o Verminosos vire uma

grande empresa, um conglomerado de comunicação que tenha vários funcionários (E2, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

Regionalidade

O aspecto local ou regional das coberturas e da identidade editorial dos arranjos, dado recorrente na primeira etapa da pesquisa, não é majoritário neste recorte de entrevistados(as). Mesmo que a nomenclatura do veículo remeta a expressões locais ou nomes de cidades ou do Estado cearense, os(as) representantes não limitam a abordagem a temas ou recortes locais/regionais. Essa recorrência aparece ainda mais claramente no caso de dois arranjos temáticos, que têm audiência majoritária originada de outros Estados que não o Ceará. Quando acolhida como marcador relevante, a regionalidade tende a ser expressa em termos de circunscrição geográfica, facilidade de acesso a fontes de informação e fontes financiadoras, que podem ser implicadas diretamente nas coberturas e projetos.

O arranjo A7, de notícias em geral, é um exemplo de como as limitações espaciais da equipe para a realização da cobertura não vão determinar um caráter regional do veículo. Ao contrário, por meio do digital, é possível oferecer assuntos mais amplos, de alcance estadual ou nacional, que sejam considerados relevantes também para aquela comunidade e que possam gerar audiência para o site. Para isso, a estratégia se aproxima da utilizada por grandes empresas de mídia convencional, que replicam um mesmo conteúdo de outros veículos ou agências de notícias, e têm nas plataformas uma das principais formas de disseminação do conteúdo.

Claro que o nosso foco é Sobral e a região Norte do Ceará, mas a gente extrapola com assuntos estaduais, no caso da Política ou da Segurança Pública, como também assuntos nacionais. Se for relevante para o nosso público, os nossos internautas, nosso leitor, a gente publica. Acho que 50% é local e os outros 50% seriam estadual e nacional (E7, entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Práxisjor, 2020).

Considerações finais

A perspectiva inédita que se descortina nesta pesquisa, com a sistematização de parte relevante do jornalismo realizada para além das redações tradicionais no Ceará, responde à provocação de Deuze e Witschge (2015) de que é necessário olhar para aquela prática profissional a partir de suas margens. Essa compreensão, mais do que uma tomada de posição epistemológica, é também uma oportunidade de fornecer instrumentos aos(as) profissionais para produzirem contexto e entendimento acerca das transformações do jornalismo que eles(as) mesmos protagonizam.

Os relatos de experiência realizados nas entrevistas nos falam de sujeitos jornalistas que se irmanam, mesmo que em contextos e tempos cronológicos diversos, no arrojo de suas

práticas, quando entendem haver espaço para a criação de arranjos de comunicação num cenário de escassez de veículos de mídia em contextos como o cearense (Projor, 2020). Entre os desafios que se apresentam para essas iniciativas, o mais notável, neste estágio de nossa pesquisa, parece ser a conquista da sustentabilidade financeira conciliada aos valores jornalísticos que orientam a produção dos arranjos.

Apesar da contribuição efetiva para a empregabilidade, como aponta Fígaro (2018a), o que se observa em arranjos de jornalismo cearenses são relações informais de trabalho, tendendo ao voluntariado ou à remuneração por projetos. Em geral, o(a) fundador(a) da iniciativa acumula funções de gestor, contratante de serviços, produtor e editor de conteúdo. Nessa circunstância, o arranjo acaba não sendo a principal renda dos(as) colaboradores(as).

A afinidade dos(as) jornalistas com temas específicos (esportes, gastronomia, meio ambiente, etc.) e o desejo de diferenciação editorial em relação à mídia hegemônica são citados como motivadores da criação da maioria dos arranjos. Ao mesmo tempo, também esses aspectos são utilizados para justificar o caráter informal/voluntário da vinculação dos(as) colaboradores(as).

Diferentemente dos resultados apontados em Fígaro (2018a), a maioria dos(as) representantes entrevistados(as) nesta etapa da pesquisa cearense preferem não vincular seus arranjos a categorias como independente/alternativo/inovador.

[21]

Referências

- Abramo, P. (1988). *Imprensa Alternativa: alcance e limites*. *Tempo e Presença*, (233).
<http://novo.fpabramo.org.br/content/imprensa-alternativa-alcances-e-limites>
- Anderson, C. W., Bell, E. & Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, 5(3), 30-89.
<http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao447.pdf>
- Apothéloz, D. & Reichler-Béguelin, M. J. (1995). Construction de la référence et stratégies de désignation. Em A. Berredonner & M. J. Reichler-Béguelin, *Du syntagme nominal aux objets-de-discours* (pp. 227-271). Neuchâtel: Université de Neuchâtel.
- Araújo, M. & Lucas, R. J. L. (novembro de 2020). *Heroísmo e saudades: fachadas de jornalistas cearenses durante a pandemia de Covid-19*. 18o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, Brasil.
<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2564/1489>.
- Assis, E., Camasão, L., Silva, M. R. & Christofolletti, R. (2017). Autonomia, Ativismo e Colaboração: contribuições para o debate sobre a mídia independente contemporânea. *Pauta Geral. Estudos em jornalismo*, (4), 3-20.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6124741>

- Atton, C. & Hamilton, J. F. (2008). *Alternative journalism*. London: Sage.
- Baldin, N. & Munhoz, E. M. B. (novembro de 2011). *Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária*. X Congresso Nacional de Educação. Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, Brasil. https://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Comissão Nacional de Ética em Pesquisa. (2020). *Cartilha dos Direitos dos Participantes de Pesquisa - Versão 1.0*. Brasília: CONEP/CNS/MS. http://conselho.saude.gov.br/images/comissoes/conep/img/boletins/Cartilha_Direitos_Participantes_de_Pesquisa_2020.pdf
- Charron, J. & Bonville, J. D. (2016). *Natureza e transformação do jornalismo*. Florianópolis: Insular.
- Christofolletti, R. (junho de 2011). *Valores, ordenamentos de conduta e subsistência do jornalismo*. 20a Reunião da Compós, Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1680.pdf
- Costa, R. R., Araújo, M. C. B. & Batista, R. (2020) Apontamentos para um perfil dos arranjos alternativos de jornalismo no Ceará. *Cambiassu: Estudos em Comunicação*, (15) 135-150. <http://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/13945>
- Cornu, D. (1999). *Jornalismo e verdade: para uma ética da informação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Cunha, D. (2012). Reflexões sobre o ponto de vista e a construção discursiva de comentários de leitores na web. *Investigações, Linguística e Teoria Literária*, 25(2), 21-41. <https://periodicos.ufpe.br/revistas/INV/article/view/338>
- Deslauriers, J. P. & Kérisit, M. (2008). O delineamento de pesquisa qualitativa. Em J. Poupart, J. P. Deslauriers, L. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer, A. Pires (Eds.), *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos* (pp. 127-53). São Paulo: Editora Vozes.
- Deuze, M. & Witschge, T. (2015). Além do jornalismo. *Leituras do jornalismo*, 2(4). <https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/74/64>
- Downing, J. D. H (2002). *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac.
- Duarte, R. (2004). Entrevistas em pesquisas qualitativas. *Educar em revista*, (24), 213-225. <https://doi.org/10.1590/0104-4060.357>

- Federação Nacional dos Jornalistas. (2007). *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*. Vitória: FENAJ. Recuperado de https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/08/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros-1.pdf
- Fernandes, K. B. (2019). *Informação e engajamento político: a produção de sentido no jornalismo alternativo audiovisual no Brasil, na Espanha e em Portugal*. (Tese de doutoramento). Universidade do Minho.
- Fígaro, R. (2008). Atividade de comunicação e de trabalho. *Trabalho, Educação e Saúde*, 6(1), 107-146. <https://doi.org/10.1590/S1981-77462008000100007>
- Fígaro, R. (2014). O campo da comunicação e a atividade linguageira no mundo do trabalho. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (126), 57-65. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057404011>
- Fígaro, R. (2018a). *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*. São Paulo: ECA/USP.
- Fígaro, R. (2018b). O mundo do trabalho das jornalistas: feminismo e discriminação profissional. *Brazilian Journalism Research (BJR)*, 14(2). <https://doi.org/10.25200/BJR.v14n2.2018.1052>
- Fígaro, R. & Nonato, C. (2017). Novos "arranjos" econômicos alternativos para a produção jornalística. *Contemporanea - comunicação e cultura*, 15(1), 47-63. <http://dx.doi.org/10.9771/contemporanea.v15i1.21451>.
- Forde, S. (2011). *Challenging the News: The Journalism of Alternative and Community Media*. London: Palgrave Macmillan.
- Genro Filho, A. (2012). *O Segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Florianópolis: Insular.
- Kucinski, Bernardo. (1991). *Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Scritta.
- Harvey, D. (2016). *Condição pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola.
- Labov, W. (1997). Some further steps in narrative analysis. *Journal of narrative and life history*, 7, 395-415. <https://doi.org/10.1075/jnlh.7.49som>
- Labov, W. (2010). Oral narratives of personal experience. Em *Cambridge encyclopedia of the language sciences*, (pp. 546-548). <https://www.ling.upenn.edu/~wlabov/Papers/FebOralNarPE.pdf>
- Lelo, T. V. (2019). *Reestruturações produtivas no mundo do trabalho dos jornalistas: precariedade, tecnologia e manifestações da identidade profissional*. (Tese de doutorado). Universidade Estadual de Campinas.
- Meditsch, E. (2002). O jornalismo é uma forma de conhecimento. *Media & Jornalismo*, 1(1), 9-22.

- Meyers, O. (2008). Contextualizing Alternative Journalism: Haolam Hazeh and the birth of critical Israeli newsmaking. *Journalism Studies*, 9(3), 374–391. <https://doi.org/10.1080/14616700801999170>.
- Mick, J. & Tavares, L. (2017) A governança do jornalismo e alternativas para a crise. In *Brazilian Journalism Research*, 13 (2), 120-145. <http://dx.doi.org/10.25200/BJR.v13n2.2017.948>
- Moraes, D. (2010). Comunicação, hegemonia e contrahegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. *Revista Debates*, 4(1), 54-77. <https://doi.org/10.22456/1982-5269.12420>
- Pachi Filho, F. F., Moliani, J. A. & Souza, R. B. R. (2019). Os conceitos diferenciados de comunicação e jornalismo alternativos e o mapeamento da produção acadêmica brasileira recente. *Comunicação & Sociedade*, 41(2), 5-28. <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v41n2p5-28>
- Peruzzo, C. (2009). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor. *Palavra Chave*, 11(2), 46-61. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64911214>
- Piovesan, A. & Temporini, E. R. (1995). Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. *Revista de Saúde Pública*, 29(4), 318-325. <https://doi.org/10.1590/S0034-89101995000400010>
- Possebon, A. (2012). Comunicação Alternativa: uma reflexão sobre o jornalismo para além da grande mídia. *Revista Alterjor*, 4(2), 1-15. <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88231>
- Projor (2017). *Atlas da Notícia - Deserto de notícias: um panorama do jornalismo local e regional no Brasil*. Recuperado de https://www.atlas.jor.br/docs/Atlas_da_Not%C3%ADcia-jornais_online-resultados.pdf
- Projor (2020). *Atlas da Notícia*. Recuperado em 10 julho, 2020, de <https://www.atlas.jor.br/>.
- Rodriguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens' Media*. New York: Hampton Press.
- Salaverría, R. (2014). Multimedialidade: informar para cinco sentidos. Em *Webjornalismo - sete características que fazem a diferença* (pp. 25-51). Lisboa: LABCOM Books.
- Seixas, L. (2009). *Redefinindo os gêneros jornalísticos*. Proposta de novos critérios de classificação. Lisboa: LabCom Books.
- Sembramedia (2017). *Relatório Ponto de Inflexão - Impacto, ameaças e sustentabilidade: Um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos*. Recuperado em 11 janeiro de 2019, de <http://data.sembramedia.org/>.

- Soloski, J. (1999). O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. Em *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”* (pp. 91-100). Lisboa: Vega.
- Souza, J. P. (2005). Construindo uma teoria multifactorial da notícia como uma teoria do jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2(1), 73-92.
<https://doi.org/10.5007/%25x>
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo. Volume 1. Por que as notícias são como são*. Florianópolis: Insular.