

Novos Arranjos Econômicos de Comunicação na Região Norte: Um Olhar Sobre o Trabalho em Macapá¹

Beatriz MELO CASTRO²

Paulo Vitor GIRALDI PIRES³

Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), Macapá, AP

RESUMO

Este artigo tem por escopo compreender a atuação e organização de novos arranjos de comunicação independente e/ou alternativa em Macapá - região Norte. A primeira fase da pesquisa identifica esses arranjos econômicos, na tentativa de entender como são estabelecidas as relações de trabalho nestes formatos de produção de conteúdo. No cenário de mudanças e transformações no mercado profissional, a investigação justifica-se pela necessidade de abordar temáticas inerentes ao Mundo do Trabalho, como crises no sistema produtivo, novos arranjos e as tecnologias contemporâneas na comunicação independente. O estudo utiliza-se do Método Exploratório, a partir das técnicas de coleta de dados e entrevista semiestruturada. Os resultados parciais indicam a necessidade de inovação e enfrentamento ao atual modelo do mercado tradicional midiático.

PALAVRAS-CHAVE: novos mercados; crise; Mundo do Trabalho; arranjos; comunicação.

1. INTRODUÇÃO

A ascensão de tecnologias digitais, desde a chegada da Rede Mundial de Computadores no Brasil, em 1988, reconfigurou as estruturas sociais, atingindo das relações humanas ao exercício do trabalho. A mecanização das atividades produtivas demandou não somente a capacitação da mão de obra como, também, a adaptação dos instrumentos de trabalho ao campo tecnológico automatizado. A comunicação, como os demais serviços, também vem sofrendo esse processo de transformação do sistema produtivo do analógico para o digital.

Para a compreensão sobre os rumos do mercado e das relações de trabalho faz-se necessário observar o macro, por meio da percepção das particularidades, como propõe Morin (2005, p. 88) em sua ‘reforma do pensamento’ “o conhecimento das partes depende do conhecimento do todo, como o conhecimento do todo depende das partes”.

¹Trabalho apresentado na IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Discente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá. Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PROBIC/VS) - Vulnerabilidade Social. E-mail: abe.atrizmcastro@gmail.com

³Docente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). E-mail: paulogiraldi2@gmail.com

Existe uma crise iminente no Mercado de Trabalho no Brasil, como constata o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE⁴). No primeiro trimestre de 2019, o quantitativo da população desempregada chegou aos 13,2 milhões. O Amapá, desde 2017, passou a ser a capital brasileira líder em desemprego no âmbito dos demais Estados da federação. Dados da Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD), divulgada pelo IBGE⁵, confirmam que o desemprego cresceu em 14 unidades federativas. O Amapá está no topo da lista, com 20,2% da população com força de trabalho, não possui empregos formais.

O atual contexto de crises e déficit empregatício da mão de obra profissional qualificada, torna-se pretexto para novos modelos de produção diante de inúmeras profissões - aqui denominados de ‘arranjos econômicos’⁶. O mercado da comunicação, na qualidade de sistema produtivo, não está isento de tais metamorfoses sociais e econômicas. No Amapá, não foi estabelecido, para o ano de 2019, um piso salarial e salário normativo das atividades de comunicação, segundo dados da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ)⁷.

Os reflexos dessa ausência de remunerações pré-estabelecidas atingem também a estrutura das redações, que sofrem um processo de redução no número de colaboradores. Os cargos que anteriormente eram ocupados por profissionais formados na área e aspirantes a comunicólogos, passam a ser preenchidos por jovens estagiários, sem formação conclusa, com carga horária de trabalho reduzida/acúmulo de funções e, conseqüentemente, variações dos salários.

Desta forma, esta pesquisa traz questionamentos a respeito do futuro do Mercado de Trabalho de Comunicação em Macapá e, busca compreender como os profissionais desta área vêm se organizando e configurando novos perfis de trabalho (novos arranjos), diante do advento das novas tecnologias e a transição do analógico para o digital.

Estas indagações são pertinentes, haja vista que o mundo do trabalho, com a ascensão do Neoliberalismo no Brasil, após o fim do regime militar, proporcionou o encurtamento do tempo de elaboração do conteúdo em comunicação, a aceleração nas demandas por informação

⁴Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/24691-pnad-continua-taxa-de-desocupacao-e-de-12-5-e-taxa-de-subutilizacao-e-24-9-no-trimestre-encerrado-em-abril-de-2019>>. Acesso em: 11 de junho de 2019

⁵ Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/24486-pnad-continua-trimestral-desocupacao-cresce-em-14-das-27-ufs-no-1-trimestre-de-2019>>. Acesso em: 11 de junho de 2019.

⁶ Conceito utilizado em pesquisas anteriores, especialmente por Roseli Fíguro da USP, há mais de 10 anos

⁷ Disponível em: <<http://fenaj.org.br/sindicatos/convencoes-e-acordos-coletivos/pisos-salariais-atuais/>> Acesso em: 14 de junho de 2019.

e o barateamento do serviço, que tornaram-se problemas desgastantes à confecção de jornais, revistas impressas e eletrônicas, programas televisivos e radiofônicos.

Portanto, com este estudo busca-se investigar, ainda, como a capital do Amapá (Macapá) está inserida nas modificações no Mundo do Trabalho⁸, a partir do panorama econômico, social e cultural dos produtores de conteúdo e seus arranjos. Para que assim, sejam discutidas as possibilidades de futuro para a atuação de profissionais, visando debater novos caminhos e cunhar novas ideias para superar as crises no mercado de trabalho e romper com o domínio de grupo hegemônicos de imprensa no país. O artigo traz resoluções parciais que anunciam que o mercado de trabalho formal comunicacional em Macapá é dominado por grupos estritos; o modelo econômico hegemônico vigente está em crise e pode ser inovado; indivíduos envolvidos com a comunicação inauguram novos arranjos independentes e/ou alternativos que podem desenvolver caminhos frutíferos para a mídia local, desconstruindo assim a identidade dos produtores de conteúdo no Estado.

Para a fundamentação teórica, o artigo busca amparo nas discussões de autores do jornalismo e da Comunicação Social, como Marcondes Filho (1989), Traquina (2012), Fígaro (2011), Lima (2009) e Travancas (2011). Ao que diz respeito à metodologia, métodos e técnicas da pesquisa, as referências abrigam-se nos conhecimentos de Gil (2008) sobre Método Exploratório e técnicas de coleta de dados, mapeamento e entrevista, e ainda, Gerhardt e Silveira (2009) para a revisão bibliográfica e análise qualitativa.

Este texto é o desdobramento das atividades da primeira fase do Projeto de Pesquisa “Mercado midiático e novos arranjos econômicos: carreira e identidade profissional” (2018-2019), que objetiva viabilizar futuras pesquisas no Norte do Brasil sobre comunicação, mercado de trabalho e as modificações nos sistemas produtivos através da adoção das tecnologias digitais móveis no funcionamento social. Coordenado pelo professor Dr. Paulo Giraldi, com orientação da bolsista, Beatriz Melo Castro, vinculada à Iniciação Científica, por meio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PROBIC/VS), da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), em parceria com o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA/USP).

2. Crise mercadológica: comunicação em foco

⁸ Termo explorado por Isabel Travancas, em sua obra “O Mundo dos Jornalistas”.

Os processos de transformação estão híbridos ao desenvolvimento do indivíduo ao longo da vida. As mudanças sociais, econômicas e culturais são comuns à história da humanidade, tendo em vista que o ser humano vem aprimorando suas práticas trabalhistas e ressignificando as relações sociais no decorrer dos tempos.

De certa maneira, os setores de mercado são afetados pelas ações orgânicas da sociedade em mutação. O jornalismo, por exemplo, acompanha as metamorfoses do mundo desde seu surgimento, modificando formato e linguagem no apresentar de notícias, conforme o surgimento de novos mecanismos midiáticos: prensa, transmissores de sinais AM, computadores, equipamentos de audiovisual e, por fim, a internet/tecnologias e dispositivos *mobile*.

A evolução tecnicista da comunicação, visualizada no refinamento da publicidade (LIMA, 2009), deixou a tipografia para dar lugar às peças de design gráficos computadorizadas. Assim como no jornalismo, com a obsolescência dos formatos tradicionais e analógicos, especialmente no jornalismo impresso, com o uso do *Lead* e a organização da notícia em pirâmide invertida (TRAQUINA, 2012), até o que se aplica, atualmente, no Webjornalismo, como a pirâmide deitada (CANAVILHAS, 2006).

A estrutura organizacional das redações jornalísticas adaptou-se a inserção do modelo de Convergência (JENKINS, 2009), alinhando o texto às produções de rádio e da televisão, obrigando os profissionais (Jornalistas, Publicitários, Relações Públicas, etc.) a sustentar posturas polivalentes e, assim, assumissem multitarefas no exercício do ofício. Como recorda Fígaro (2011, p. 294):

As empresas requerem um profissional com habilidades em multiplataformas, com destreza no uso da língua e das linguagens para poder produzir enunciados de acordo com os requisitos das diferentes plataformas e dos objetivos de consumo.

Diante dessa realidade observada pela autora, o antigo modelo de produção capitalista, no qual os profissionais exerciam funções definidas dentro das empresas, deu lugar a uma composição fomentada pela disputa dentro dos ambientes de trabalho, por visibilidade e protagonismo. E, por fim, a extinção de determinadas funções corroboraram para o estabelecimento de uma crise da profissão, como reforça Mazzeo (1995, p. 57), ao tratar da Sociologia Política Marxista:

Quando analisamos, por exemplo, as novas formas de organização da produção, as formas de controle, como CCQ, o “*just in time*” etc., percebemos

que seus elementos constitutivos básicos são justamente a competição entre os trabalhadores, a quebra da solidariedade, a realização individual dentro da empresa, apontando para a ideia de auto-realização individual, que desconsidera o coletivo.

Mas, quais são as origens dessas problemáticas levantadas por Mazzeo? A ausência de uma legislação específica a esta classe trabalhadora que garanta a regulamentação do ofício, refletindo no desamparo jurídico e não obstante, econômico diante da crise que se instala no Brasil na atualidade. Ademais, as inquietações individuais potencializam essa situação, com egressos do sistema de ensino superior nem sempre preparados para atender as nuances do novo Mundo do Trabalho em transformação, como será refletido no tópico a seguir.

2.1 Transições no Mundo do Trabalho: inovação e criatividade

O mercado de trabalho está presente na base estrutural de todas as sociedades, desde que o homem passou a usufruir de sua força física e intelectual para realizar atividades laborais. O trabalho é consequência do meio social, cultural e econômico e, suas transformações, implicam na interferência destes fatores que o compõe. O desequilíbrio no processo produtivo do mundo do trabalho, como dito antes, trata-se de uma circunstância em que cabe a reorganização e reformulação das forças produtivas.

De acordo com o censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE⁹) de 2010, a cidade de Macapá, capital do Amapá, situada na região Norte do Brasil, possuía 398.204 habitantes. Atualmente, conforme o censo de 2018, a cidade conta com 493.634 habitantes, o que resulta no acréscimo de 95.430 pessoas vivendo na capital. Tal avanço populacional também é resultante da imigração existente no Estado, considerando que o funcionalismo público é característico do mercado de trabalho local. Profissionais de diversas áreas, naturais de outros estados do Brasil, passaram em concursos públicos locais.

O crescimento populacional provoca a necessidade de implantar na cidade instituições de ensino superior, que capacitem os indivíduos para o mercado de trabalho formal competitivo, em inúmeras áreas do conhecimento. Os cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, chegaram na capital amapaense apenas em 2000 e 2003, respectivamente, em uma faculdade privada. Já na Universidade Federal do Amapá, a graduação em Jornalismo foi instituída apenas em 2011. O exercício da comunicação em Macapá não é derivado apenas

⁹ Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ap/macapa/panorama>>. Acesso em: 15 de junho de 2019.

da instalação de cursos em Comunicação Social, considerando que os profissionais antigos da área não possuem educação superior em Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Marketing ou Relações Públicas. São considerados profissionais pela prática amadora.

A oferta de cursos de graduação em comunicação nas instituições de Macapá, modificou o mercado tradicional de trabalho para este âmbito, concomitante, às transformações no Mundo do Trabalho no país como um todo. A especialização da mão de obra possibilitou, ainda, a reorganização do trabalho, oportunizando a chegada de novos arranjos na organização do mundo do trabalho dos comunicadores locais.

Os novos arranjos alternativos e independentes ao modelo de produção tradicional impactam na reorganização do trabalho, em contrapartida aos conglomerados de mídia, comuns na ascensão do Neoliberalismo no país. Esse ideal trouxe a idealização “genérica da organização espontânea da sociedade civil” (MAZZEO, 1995, p. 63), e corroborou para a ascensão de grupos empresariais dominantes, como é o caso dos grupos Rede Globo, Rede Record, SBT, Grupo Bandeirantes, etc.

Em conformidade com a Pesquisa Brasil Conectado (2016)¹⁰, o Estado do Amapá possui 29 veículos de comunicação, onde 12 destes são de rádio, 9 são de emissoras de televisão, 6 são de jornais impressos e apenas 2 são de revistas. Dentre as emissoras de rádio, 10 são de iniciativa privada. O rádio no Amapá está diretamente ligado aos interesses políticos de famílias específicas, o que corrobora para um monopólio deste veículo, como apontam Giraldi Pires e Wanderley (2018):

Como muitos estados brasileiros, o Amapá possui vários veículos de comunicação nas mãos de uma só família. A família Borges detém a concessão de 17 rádios no estado. Nela podemos perceber a tríade comunicacional que permeia a história da radiodifusão no país: comunicação x família x política. Vários membros da família Borges possuem ligação partidária direta, sendo mais expressivos o ex-senador Gilvam Borges, o atual deputado Federal Cabuçu Borges e o ex-prefeito de Mazagão, Dilson Borges (GIRALDI PIRES; WANDERLEY, 2018, p. 84-85).

A respeito do controle dos meios de comunicação, a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 assegura que a informação se trata de um direito cidadão, e por isso não pode ser dominada por grupos de poder hegemônico, pois desta forma não atenderá democraticamente a sociedade. Quando postas estas realidades, alguns indivíduos apresentam

¹⁰ Disponível em: <<https://redebrasilconectado.wordpress.com/>>. Acesso em: 15 de junho de 2019.

iniciativas alternativas ao modelo padrão – contra hegemônicos, já que este fere princípios básicos da ética. Tais produções tendem a ser independentes financeiramente e desvinculadas de partidos ou figuras políticas, para que assim exerçam seus ofícios de forma que atende a sociedade integralmente, sem ferir a diversidade política, religiosa, econômica ou cultural da mesma.

Caso o modelo tradicional de mercado não atenda ao caráter íntegro das profissões desta área, os indivíduos atuantes arriscam-se em elaborar novos arranjos de trabalho. Munidos com as tecnologias digitais móveis e alterando as relações de poder social e de trabalho, os comunicadores macapaenses despertam para as possibilidades tecnológicas e midiáticas de trabalho no meio do mundo, na linha do Equador.

3. Novos arranjos em Macapá: projetos embrionários

Esta pesquisa, sobre as mudanças no mercado e trabalho, a ascensão das tecnologias móveis digitais e novos arranjos econômicos em comunicação na cidade de Macapá, iniciou em setembro de 2018. No plano de execução, a pesquisa organizou-se nas seguintes etapas: 1) revisão bibliográfica, 2) coleta de dados, 3) mapeamentos dos arranjos, 4) entrevistas, 5) estruturação dos resultados. Para a execução desta pesquisa social (qualitativa), o método Exploratório foi escolhido para orientar a pesquisa. Como recorda Gil (2008, p. 21) “Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”.

No estágio inicial, da coleta de dados, a busca por novos arranjos alternativos e/ou independentes na cidade de Macapá foi realizada por intermédio da observação sistemática (Gil, 2008). Nesta etapa os pesquisadores sabem previamente o que procurar. Para alcançar o objetivo do estudo, a busca deu-se através da internet, não à toa, uma das características fundamentais destes modelos de trabalho é o uso de ferramentas virtuais para executar seu trabalho. Neste momento primordial, os pesquisadores investigaram todos os endereços eletrônicos das composições, averiguando a imagem que apresentam em suas redes sociais através do próprio conteúdo e autodeclarações (**Quem nós somos?**). O fato de ser um campo instável, no que diz respeito a localização, configurou-se como um empecilho no levantamento, pois ainda se trata de um campo em ascensão.

A busca na internet através do *Google Search*, enquetes em redes sociais (*Instagram*, *Twitter* e *Whatsapp*) e especulação face a face com colegas de faculdades, familiares ou

desconhecidos estiveram pautadas em perguntas específicas sobre este tema, como: “Jornais alternativos e/ou independentes em Macapá”; “Você conhece um coletivo de comunicação em Macapá?”; “Já viu sites, revistas ou blogs independentes em Macapá?”. As respostas ou resultados destas indagações raramente existiam, contudo o índice reduzido nas respostas revigorou o levantamento destes arranjos.

No término dessa etapa, os arranjos identificados/mapeados foram organizados em planilha, onde estão nome, endereço eletrônico, idealizador e conteúdo analisado. Na apuração dos sistemas que poderiam compor este mapeamento, deveriam prevalecer características recorrentes a esses novos modelos de trabalho, como: produção de conteúdo político e/ou humanizado, alternativo/independente/colaborativo, iniciativa jornalística, formato e/ou linguagem jornalística, exercício de atividades financeiras complementares (os idealizadores), a forma como financiam as produções, capacidade inovadora, egressos ou estudantes do ensino superior, utilizam das redes sociais para a pulverização e construção dos materiais, que estivessem em atividade nos últimos sete anos, que estão desvinculadas de ambições financeiras antiéticas. Vale salientar que a planilha dos arranjos levantados poderia sofrer alterações, com entrada ou saída de organizações, após a realização da revisão bibliográfica.

A escolha dos critérios acima mencionados é fruto da vasta revisão bibliográfica, que aponta o perfil habitual dos novos modelos. Para além, este método oportuniza o filtro que determinará se tais produções fazem ou não parte de uma configuração comum que estes novos modelos vêm seguindo. Como resultado, os arranjos alternativos e/ou independentes presentes no levantamento são: Blog ‘Espia!’, Site ‘Amapá no Mapa’, coletivo ‘Teia Ativista’, site ‘Bem Tucuju’, podcast ‘Vírgula Quebrada’, podcast ‘19h da manhã’. Em andamento, a pesquisa científica está em fase de entrevista com os responsáveis pelos arranjos e em pesquisa de campo, para que a investigação sobre o tema seja aprofundada, através de roteiro de perguntas abertas/fechadas a respeito do que os idealizadores dos projetos creem, esperam e anseiam.

A entrevista tem estrutura Focalizada, de acordo com Gil (2008). Livre, informal e pouco estruturada, mas não pode haver fuga ao tema. De acordo com o autor, o entrevistador/pesquisador não deve permitir que a fonte desvie a conversa para assuntos que não tangenciam o tema central. São realizadas face a face, para que haja uma relação confortável para ambas as partes e assim, o tema seja amplamente explorado.

Quanto às perguntas fechadas feitas aos indivíduos responsáveis, costumam seguir um padrão. São essas: “Conte um pouco da sua história de vida”; “Qual sua relação com a

comunicação?"; "Quem idealizou o projeto?"; "Qual a importância da internet para a o seu coletivo/blog/site/podcast?"; "Qual o tema central da produção?"; "Você é solitário no processo? Caso contrário, quem colabora com você?"; "A equipe tem pessoas negras?"; "Qual a frequência das publicações?"; "Você exerce outras atividades? São remuneradas?"; "Considera a produção alternativa e/ou independente?"; "Os colaboradores têm formação acadêmica em Comunicação Social?"; "Já trabalhou no mercado formal e tradicional da Comunicação macapaense?"; "Já se frustrou?"; "Já ganhou dinheiro com o projeto?".

Para a compreensão da trajetória de tais produções organizadas de forma independente e/ou alternativa na internet, entrevistou-se Alcinéa Cavalcante, responsável pelo primeiro blog de jornalismo, poesia e história do Amapá, em 1996, quando a internet ainda não era popular entre os Amapaenses, por motivos geográficos, culturais e econômicos. Para a jornalista, outrora correspondente de jornais nacionais como Folha de São Paulo e Estadão, o blog pessoal era o espaço virtual onde exercia o jornalismo como queria e acreditava, com a liberdade de expressão e ética profissional que os jornais tradicionais não permitiam. Os critérios de noticiabilidade e o patrocínio de tais meios direcionam as pautas tratadas. Por essa razão, pautas importantes são negligenciadas e temas importantes não são tratados com a imparcialidade que deveriam.

O binômio do Trabalho independente e alternativo não diz respeito apenas ao conteúdo que os blogs/sites/coletivos/podcast produzem, mas também a forma como se organizam financeiramente para manter as iniciativas em comunicação. Esses projetos são reconhecidos como Sistemas Locais de Produção e estão definidos pela Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais (RedeSist)¹¹ em dois conceitos: arranjos produtivos locais e sistemas produtivos e inovativos locais. Os projetos em comunicação alternativos e/ou independentes mapeados em Macapá encaixam-se na definição de 'sistemas produtivos e inovativos locais' da RedeSist, conforme relato abaixo:

Sistemas produtivos e inovativos locais são aqueles arranjos produtivos em que interdependência, articulação e vínculos consistentes resultam em interação, cooperação e aprendizagem, com potencial de gerar o incremento da capacidade inovativa endógena, da competitividade e do desenvolvimento local. [...] Tais sistemas e formas de articulação podem ser tanto formais como informais (CASSIOLATO; LASTRES, 2003, p. 2).

¹¹ Disponível em: <http://www.redesist.ie.ufrj.br/>. Acesso em: 22 de junho de 2019.

Após o levantamento dos sistemas produtivos e revisão bibliográfica, partimos para a fase de entrevistas. Até o presente momento, devido ao andamento deste estudo, três dos arranjos do levantamento já passaram pela fase de entrevista individual e a partir disso, traçamos o perfil econômico e das relações de trabalho das produções. Quanto aos demais, ainda há certa resistência na participação ou incompatibilidade nos horários ('Bem Tucuju'; 'Vírgula Quebrada'; '19h da manhã'). Contudo, os pesquisadores têm dialogado democraticamente para que o êxito da pesquisa sobre os novos arranjos econômicos das produções em comunicação em Macapá.

4. Perfil dos arranjos mapeados

Em uma pesquisa exploratória, todas as informações coletadas no decorrer da revisão bibliográfica, levantamento de dados e entrevistas auxiliam na aplicação do tema e reflexão da problematização apresentada. Quanto aos sistemas de produções locais em comunicação independentes e/ou alternativos que já colaboraram com a fase de entrevistas individuais, terão seus perfis descritos a seguir, para que assim se apresente a configuração do processo criativo e expressivo dos arranjos. O tema tratado na entrevista permite que pesquisador e entrevistado expressem livremente suas concepções sobre a atividade de comunicação e Mundo do Trabalho. Os relatos proporcionam também que se tenha uma síntese objetiva sobre o tema da pesquisa.

4.1 'Amapá no Mapa'

Beatriz Belo, 21 anos e Lorrان Costa, 30 anos, são irmãos e idealizadores. Beatriz, ex-estudante de Artes Visuais na Universidade Federal do Amapá e hoje, estudante de Jornalismo na mesma universidade. Lorrان é formado em Administração em uma universidade particular de Macapá, pelo Programa Universidade para todos (PROUNI), mas trabalha com marketing há alguns anos. Atualmente, ela mora em Macapá e ele em Goiânia. Beatriz e a mãe moram em um conjunto habitacional, Macapaba, na Zona Norte de Macapá. Ambos se consideram aspirantes a Jornalistas

A ida de Lorrان para a capital de Goiás, na região Centro-Oeste do país fez com que se deparasse com a falta de informação que o resto do país tem sobre o Amapá ou em relação à região Norte em geral. Além disso, o turismo enfraquecido no Estado sempre incomodou os irmãos, pois os visitantes encontravam-se desinformados quanto ao que fazer, comer e conhecer

na Amazônia amapaense. Assim, o ‘Amapá no Mapa’ nasceu, um site que reúne cultura, lazer e gastronomia do Amapá, levando o Estado para o mundo, no dia do aniversário da cidade de Macapá, em 4 de fevereiro de 2018. Julgam ser alternativos e independentes, por abordarem assuntos negligenciados pela mídia tradicional hegemônica e por não receberem nenhum tipo de financiamento de empresas ou entidades políticas.

Beatriz viabiliza as produções de informes, reportagens, vídeos e fotografia do site sozinha no Amapá (multifunções), o que fomentou o enfraquecimento do engajamento do site e das redes sociais nos últimos meses. Não há uma equipe executiva. O trabalho é espontâneo, no que diz respeito à organização econômica, os fundadores cobrem os gastos da manutenção do site e as despesas com a produção das reportagens. O público-alvo paira entre amapaenses e turistas. O ‘Amapá no Mapa’ ganhou o prêmio Tucuju de Ouro, como “Melhor Portal de Cultura”. Beatriz e Lorrann exercem outras atividades, remuneradas, para sua sustentação. O site, até o momento, nunca recebeu patrocínio financeiro ou incentivo para continuar com as produções. O ‘Amapá no Mapa’ não possui CNPJ, não emite nota fiscal, é informal.

4.2 ‘Espia!’

Camila Karina, 34 anos, branca. Formada em Jornalismo em uma faculdade particular, em Macapá. Trabalha com assessoria de imprensa desde a graduação. Pais aposentados. Mora no Amapá e neste território criou o blog ‘Espia!’, no dia 30 de maio de 2017, para falar sobre moda, cultura, música e arte. Acompanhada de mais cinco colegas, Naiane Feitoza, Vanessa Albino, Josi Rizari, Mariana Distéfano e Bruna Cereja, todas formadas em comunicação, buscam produzir conteúdo diverso e livre para o blog, atendendo a demanda do público alvo: jovens de 20 a 35 anos. O arranjo econômico do blog pautava-se em solidariedade, companheirismo e colaboração horizontal. Sem retorno financeiro, o blog existiu para fortalecer a cena cultural amapaense, por vezes esquecida pela mídia tradicional. Sem financiamento de empresas ou políticos, o blog era sustentado pelo desejo da idealizadora e colaboradoras em concretizar o trabalho que acreditava ser necessário, inclusivo e plural.

O ‘Espia!’ não foi o primeiro produto independente concebida por Camila, anos antes criou o blog ‘Eu sou do Norte’¹², com o intuito de aproximar seu público da cena alternativa e

¹² Disponível em: <http://eusoudonorte.blogspot.com/>. Acesso em: 23 de junho de 2019.

independente musical de Macapá, especialmente a cultura *underground*¹³, desconhecida para a grande maioria. As atividades do antigo blog encerraram-se em 2015, por motivos pessoais da jornalista. Logo depois, ainda em 2015, Camila produziu a ‘Revista Dossiê’¹⁴, essencialmente sobre moda. A revista digital foi patrocinada por marcas de roupas, o que não caracteriza para Camila a independência. A quarta e última tiragem da revista deu-se em 2016.

O histórico de produção criativa e independente de Camila também foi marcado pela conciliação entre seus projetos jornalísticos pessoais e seu trabalho como assessora. Hoje, trabalha na assessoria de imprensa do Ministério Público de Macapá. O blog nunca foi sua fonte de renda, precisava de trabalhos fixos para custear suas despesas. A ansiedade e a frustração colaboraram para a desistência de Camila. O blog teve sua última publicação em novembro de 2018. Camila não pretende retornar às atividades por enquanto.

4.3 ‘Teia Ativista’

Irlan Breno, Thales Lima, Karinny Magalhães, Gilzion Reis, Janaina Corrêa, Vinicius Trindade, Ianca Moreira e Thiago Mars, compõem a equipe executiva do coletivo ‘Teia Ativista’. Os jovens têm entre 19 e 26 anos, onde metade dos componentes estuda Jornalismo e Publicidade e Propaganda e o restante, cursa Ciências Sociais, na Universidade Federal do Amapá e em uma faculdade privada em Macapá. O grupo identifica-se como midiativistas, usam de ferramentas midiáticas para abordar as temáticas em que militam (direitos humanos e democracia). Dividem-se entre brancos, não brancos e negros – conforme se autodeclararam nas entrevistas.

O então coletivo já trabalhava junto na cobertura e assessoria de manifestações sociais desde o #ELENÃO, em setembro de 2018, contra a candidatura do atual presidente da república, Jair Bolsonaro. Desde então, a parceria veio concretizando-se e em maio de 2019, durante as manifestações contra o corte de verbas para a educação no país, o conjunto decidiu definir-se como uma rede colaborativa em comunicação. Atualmente, as notas informativas, convocação para os atos e cobertura audiovisual é veiculada a partir das redes sociais *Instagram* e *Facebook*¹⁵.

¹³ Termo em inglês, que significa ‘subterrâneo’. A cultura *underground* representa os “diferentes”, que comumente não estão em destaque social.

¹⁴ Disponível em: <https://issuu.com/revistadossie>. Acesso em: 23 de junho de 2019.

¹⁵ Disponível em: <<https://m.facebook.com/teiativista>> e @teiativista.

O Instagram foi escolhido como meio principal pela dinamicidade e fácil interação com o público-alvo, definido como “público em geral, presente nas redes sociais; ativistas e não ativistas que queiram entender os movimentos e mobilizações sociais, fugindo da ideia quadrada propagada tradicionalmente sobre isso” (BRENO, entrevista ao autor, 2019). O coletivo ainda não mantém financeiramente os jovens estudantes, mas este é um objetivo. Utilizam equipamentos pessoais. As reuniões da equipe acontecem on-line, via *Hangouts* ou em espaços colaborativos e/ou públicos.

A maioria exerce outras atividades, remuneradas. Usam da internet como ferramenta de comunicação. Já se frustraram com a produção alternativa e independente. A maioria dos jovens mora na zona periférica de Macapá. Não se consideram empreendedores. A criação de conteúdo e mobilização do coletivo é solidária, não configura um arranjo solitário. Projeto recente, tem outros ideais para expansão do conteúdo. Planeja produzir reportagens, notícias, conteúdos investigativos e produzir um site colaborativo, para ampliar a teia.

CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

A crise no mercado formal de trabalho desperta em grupos ou indivíduos a criatividade, por meio da necessidade, para a reinvenção e superação dos padrões mercadológicos dominantes. A inovação é a carta na manga destes jovens comunicadores, egressos do ensino superior. Não se trata, portanto, de jovens empreendedores, mas uma geração que não comunga de ideias capitalistas de um sistema monopolizado. As plataformas digitais móveis são as ferramentas acessíveis para executar atividades de comunicação alternativas de jornalismo, publicidade, marketing e afins, com a atuação de profissionais que acreditam fazer a diferença social no meio em que vivem. Podendo, também, usufruir de novos modelos de negócio, como as *startups*, formato emergente e promissor, que dispõe da inovação e das tecnologias como diferencial aos modelos tradicionais de negócio.

Compreender o cenário de transformações tem profunda importância para a pesquisa científica em comunicação e para o diálogo sobre democracia, crises de mercado e tecnologias. Abre, ainda, outro importante debate que é a formação de profissionais de comunicação nas universidades públicas e privadas do país, impulsionando pesquisas posteriores. A pergunta é: para qual mercado está sendo preparado para essa nova geração? Macapá, a cidade do meio do mundo, caminha a passos largos para o encontro com modelos mais ousados e desapegados de economia, política e trabalho monopolizado empresarialmente. Os arranjos mapeados são

protagonizados por jovens entre 19 e 34 anos, majoritariamente com formação em comunicação, de bairros periféricos, que exercem outras atividades remuneradas paralelas, patrocinam suas pequenas produções com o próprio dinheiro e acreditam na criação alternativa de conteúdo como caminho para novas possibilidades de organização dentro do Mundo do Trabalho dos comunicadores. São jovens que apostam em novas relações de comunicação mais democráticas, humanas e solidárias.

Tais sistemas produtivos são totalmente apoiados na Cultura Convergência e no uso da rede mundial de computadores, a internet. As reuniões de pauta, a busca por conteúdos e a veiculação dos trabalhos são processos executados por meio das mídias digitais, redes sociais e aplicativos. Não à toa, a internet proporciona maior acessibilidade, atendendo melhor a diversidade dos públicos-alvo de cada arranjo mapeado e entrevistado para essa pesquisa.

As relações de trabalho formais ainda são enrijecidas, por conta do arranjo tradicional empresarial predominante no país. Entretanto, esses novos arranjos e iniciativas de comunicação promissoras expostas aqui, pretendem estabelecer relações de trabalho mais horizontais, unilaterais, dispensando hierarquias depreciativas, destacando a ética no exercício dos trabalhos, pensando coletivamente e abolindo modelos competitivos do trabalho em equipe. Ainda caminham para um modelo mais sólido de produção, mas já anunciam sua missão: escrever novos caminhos para a atividade de comunicação em Macapá, mesmo que tal feito seja realizado voluntariamente, mas potencializado pela paixão dos que se propõem inovar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o poder da liberdade: a independência editorial e suas fronteiras com a indústria do entretenimento, as fontes, os governos, os corporativismos, o poder econômico e as ONGs.** 2a ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/esp/autor.php?codautor=602>>. Acesso em: 10 de junho de 2019.

CASSIOLATO, José Eduardo; LASTRES, Helena M. M. **Políticas para a promoção de arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas: conceito vantagens e restrição dos equívocos usuais.** Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/redesist>>. Acesso em: 22 de junho de 2019.

FIGARO, Roseli. **As relações de Comunicação e as condições de produção no trabalho dos jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídias.** São Paulo: ECA - USP, 2018.

FIGARO, Roseli. **Comunicação e trabalho para mudanças na perspectiva sócio-técnica.** Revista USP, v. 1, p. 96-107, 2010. Disponível em: <<http://migre.me/vtA30>>. Acesso em: 24 de novembro de 2018.

FIGARO, Roseli. **A Abordagem Ergológica E O Mundo Do trabalho Dos Comunicadores.** Trab. educ. saúde (Online) vol.9 supl.1 Rio de Janeiro, 2011. Disponível em:<<http://renastonline.ensp.fiocruz.br/recursos/revista-trabalho-educacao-saude-vol-9-suplemento-1-ergologia-yves-schwartz>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas da pesquisa social.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIRALDI PIRES, Paulo Vitor; WANDERLEY, Patrícia Teixeira Azevedo. **O rádio na Amazônia amapaense: a migração para FM.** (pp. 83-92) In: Migração do rádio AM para FM – Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Nair Prata e Nélia R. Del Bianco (orgs.). Florianópolis: Insular, 2018.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação.** Tradução Susana Alexandria. – 2ª ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão.** São Paulo: C. C. N Lima, 2015.

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **O Jornalista em Pauta: mudanças no mundo do trabalho, no processo de produção e no discurso.** Anais da Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1120-1.pdf>>. Acesso em: 27 de março de 2019.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção Social da segunda natureza.** 2ªed. São Paulo: Editora Ática, 1989.

MAZZEO, Antônio Carlos. **Sociologia Política Marxista.** São Paulo: Cortez, 1995.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento.** Tradução de Eloá Jacobina. 11ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

NONATO, Claudia; FIGARO, Roseli. **A autocensura como aspecto da prática no mundo do trabalho dos jornalistas.** São Paulo: Cásper Líbero v. 19, n. 37, p. 71-80, jan./jun. de 2016.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas.** 4a ed. revista. São Paulo: Summus, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são.** 3a ed. Florianópolis: Insular, 2012.