
Desvendando o Mapa Local: o contexto regional do jornalismo independente¹

Mariana REIS²

RESUMO

Este artigo é fruto de parte da pesquisa desenvolvida no doutorado em Comunicação, ainda em desenvolvimento. A inquietação que move nossa investigação é verificar novas formas de organização de trabalho dos jornalistas que atuam em mídia independente, nos estados de Pernambuco e da Bahia, na região Nordeste do Brasil. Certamente, ao se avaliar o atual cenário do jornalismo, percebe-se se tratar de uma crise de modelo da tradicional empresa jornalística, mas não só: reflexo do nosso tempo, são indícios de profundas transformações no *mundo do trabalho* (FIGARO, 2008), mas, sobretudo, mudanças *relacionais*, refletindo-se não só nas práticas, mas também em sua autonomia, sustentabilidade e nas suas relações de produção e de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Independente. Desenvolvimento Local. Políticas Públicas.

1. Introdução

Este artigo é fruto de pesquisa desenvolvida por tese de doutoramento em Comunicação, ainda em desenvolvimento. A inquietação que move nossa investigação é verificar novas formas de organização de trabalho dos jornalistas que atuam em mídia independente, nos estados de Pernambuco e da Bahia, na região Nordeste do Brasil. Certamente, ao se avaliar o atual cenário do jornalismo, percebe-se se tratar de uma crise de modelo da tradicional empresa jornalística, ou crise do chamado *modelo de negócio*, mas não só: reflexo do nosso tempo, são indícios de profundas transformações no *mundo do trabalho* (FIGARO, 2008) – *mundo do trabalho*, muito mais do que *mercado de trabalho*, por não se referir apenas a mudanças econômicas (flexibilidade de leis trabalhistas, empregabilidade, salários, cargos, fusões empresariais), mas, sobretudo, mudanças *relacionais*: exige-se um novo jeito *de ser* e *de se estar* no mundo profissional contemporâneo que, certamente, reflete-se não só nas práticas, nas rotinas

¹ Trabalho apresentado ao GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação (PPGCOM – UFPE). Mestra em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEEX – UFRPE). Pesquisadora integrante do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT – USP) e integrante da Rede de Pesquisa Trabalho e Identidade dos Jornalistas da SBPJor. E-mail: paramarianareis@gmail.com.

de trabalho, mas também em sua autonomia, sustentabilidade e nas suas relações de produção e de comunicação. Podem estar aí uma das hipóteses, que respondem a nosso problema de pesquisa.

A oportunidade de serem *donos do próprio negócio* ou de estarem agrupados em empreendimentos comunitários, solidários, em rede – principalmente, o fato de não precisarem, grosso modo, reportar-se a um *patrão* e de ter uma maior disponibilidade de tempo para planejar e executar suas pautas, poderia se refletir na realização de um jornalismo *de melhor qualidade*. Certamente, para além de uma visão *romantizada* do fenômeno, surgem desafios e conflitos, inerentes a toda relação de produção e de comunicação.

Reconfigura-se, assim, até mesmo a tradicional estrutura da redação jornalística: alguns trabalham em *home office*, outros, em espaço de *co-working*, outros contam com sede própria ou utilizam salas cedidas por outros parceiros... Por isso, trabalhamos com a noção de *arranjos do trabalho do jornalista*, cunhado pelo grupo de pesquisadores do CPCT. Ou seja, são novas formas de organização produtiva, por isso, a pesquisa matriz opta pelo termo *arranjos*, ou melhor, *arranjos econômicos alternativos*, tomado emprestado dos estudos da economia e dos *Arranjos Produtivos Locais (APLs)*, com o qual compactuamos e utilizamos para os fins desta pesquisa.

Em nosso caso, a escolha pela abordagem específica das experiências localizadas em Pernambuco e na Bahia deve-se ao fato de aproximações territoriais e afinidades socioeconômicas e culturais entre ambos os estados e, ainda, para suprir uma lacuna existente no projeto matriz do Centro de Pesquisa que, por questões especialmente de escassez de recursos humanos, de tempo e materiais, não conseguia, até então, expandir a pesquisa em âmbito nacional, direcionando o olhar para os arranjos da Grande São Paulo, conforme melhor explicaremos no tópico a seguir.

Assim, por meio de critérios definidos a partir da metodologia desenvolvida pelo CPCT, partindo do Mapa do Jornalismo Independente da Agência Pública – metodologia sobre a qual nos deteremos logo abaixo – selecionamos, para fins deste estudo, sete grupos em Pernambuco e na Bahia, a saber: *Marco Zero Conteúdo*, *ITEIA Produção Colaborativa*, *Revista O Grito*, *FavelaNews* (estes, em Pernambuco), *Portal Soteropreta*, *Portal Correio Nagô*, *Revista Gambiarra* (os três últimos, na Bahia). É esse conjunto que serve como *corpus* de análise da nossa pesquisa – sujeitos, mais que objetos de análise – a partir de sua práxis e função social.

Também é interessante destacar que não propositalmente, mas coincidentemente, a maioria dos arranjos selecionados atua no campo da comunicação e da cultura. Assim, houve a necessidade de se traçar um olhar sobre as políticas públicas desenvolvidas em ambos os campos, bem como avaliar sua possível influência no surgimento e no desenvolvimento de projetos desses grupos. Aqui, surge uma hipótese de que tais políticas não só possam ter incentivado o surgimento de tais arranjos como, também, possam colaborar para a sustentabilidade e autonomia dos mesmos. Vale ressaltar que tal aproximação entre os estudos de comunicação e de cultura dialoga com pesquisa desenvolvida desde a nossa dissertação de mestrado, defendida em 2012.

Vale ressaltar que, em nível nacional, a pesquisa matriz do CPCT inclui também a análise dos novos arranjos jornalísticos no estado do Ceará, a partir da parceria com a *Rede PráxisJor*, ligada à Universidade Federal do Ceará (UFC) e, ainda, parceria com pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade Federal do Tocantins (UFTO) e Universidade Federal do Amapá (UFAP), em busca de uma catalogação nacional.

2. A perspectiva teórico-metodológica: de objetos a sujeitos

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de cunho exploratório, pois avaliamos ser este o melhor método para se analisar um fenômeno (qual seja, a organização desses novos arranjos de trabalho) em constante processo de mutação e de movimento, caso do jornalismo contemporâneo. A pesquisa exploratória, assim, permite percorrer o território, buscando informações que auxiliem na melhor percepção do quadro apresentado, e é desafiadora nesse sentido justamente porque todos os elementos encontrados podem ser relevantes para a continuidade da investigação.

A coleta de dados indica o caminho para a composição do objeto (sujeitos) de estudo e da amostra empírica. Logo, “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” (FIGARO, 2018).

A nossa metodologia utiliza, ainda, técnicas combinadas de coleta de dados como revisão bibliográfica, a partir da leitura do referencial teórico; análise documental, uso de técnicas etnográficas como observação participante e entrevistas semiestruturadas, entendendo estas últimas como essenciais para se captar a subjetividade dos sujeitos na pesquisa qualitativa (MINAYO, 1996). Um diário de campo tem sido utilizado desde 2015, com apontamentos e observações resultantes de participações em eventos ligados a jornalismo independente, reuniões e encontros de fóruns e grupos que discutem democratização da comunicação, principalmente em estados como Brasília, Pernambuco e São Paulo.

Para a pesquisa local, o ponto de partida foi a identificação dos arranjos jornalísticos do Nordeste. Para isso, retomamos o banco de dados da pesquisa matriz, elaborado a partir da combinação entre pesquisa exploratória e a técnica da *bola de neve* (*snowball*), para compor uma amostra, um quadro inicial de estudos.

De acordo com a metodologia trazida pelos pesquisadores do CPCT, “o levantamento da literatura sobre a crise do jornalismo atual, além do acompanhamento das redes sociais, proporcionou aos pesquisadores destacar o contato com um indivíduo jornalista, líder de um bem-sucedido arranjo jornalístico. Tomou-se então a decisão de eleger a representante deste arranjo como o informante (*semente*) primeiro para, a partir das indicações, encontrarem-se os demais informantes. Chegou-se dessa maneira à Agência Pública e aos seus indicados, ou seja, o Mapa do Jornalismo Independente, criado por essa Agência” (FIGARO, 2018).

O registro inicial do CPCT evidenciava 16 arranjos na Região Nordeste. Desse total, 12 estavam territorialmente localizados nos referidos estados. O primeiro passo, então, foi o de classificação dos arranjos: verificar a situação atual de cada um deles; determinar quais ainda estavam em atividade – muitos desses grupos têm um curto tempo de existência devido a limitações de sustentabilidade –; e selecioná-los, inicialmente, a partir dos critérios de autodeclaração como arranjo jornalístico (verificado em seus sites e/ou redes sociais) e de identificação de pelo menos dois marcadores de práxis jornalística (periodicidade; rotinas; pautas; produção de conteúdo informativo).

Depois dessa triagem e partir da técnica *bola de neve* – em que participantes dos próprios arranjos de referência indicavam novos grupos, dentro dos mesmos critérios estabelecidos –, chegamos à seleção dos sete arranjos a serem estudados, sendo quatro em Pernambuco e três na Bahia. Um ponto a ser ressaltado é que quase todos – exceto um arranjo localizado em Vitória da Conquista, no Sertão baiano – ficam

geograficamente localizados nas capitais – sequer na região metropolitana. Isso pode nos apontar, a princípio, pistas de que possam ser iniciativas essencialmente urbanas, muito embora possam abarcar, na produção de seus conteúdos, temáticas que deem conta do interesse público para além de seus territórios de origem.

Um roteiro de entrevista semiestruturada foi composto para a fase de entrevistas individuais e em profundidade com um representante de cada arranjo jornalístico. Sobre a práxis jornalística, foram consideradas questões referentes a trajetória de carreira; fluxo de trabalho; funções desempenhadas. Nas perguntas relacionadas às condições que originaram o arranjo, buscou-se observar também o contexto de atuação das políticas públicas como um dos incentivos – dado não considerado na primeira fase da pesquisa matriz, mas que se mostrou pertinente a partir dos resultados parciais da mesma, como afirmado acima.

3. Os novos arranjos econômicos jornalísticos

Como revelam autores como Antunes (2009; 2018), Nonato (2015) e Figaro (2008; 2013; 2018), o mundo do trabalho está em transformação. O campo do trabalho do jornalista, assim, acompanha as mudanças do cenário contemporâneo. Do ponto de vista do jornalismo, a extinção de postos de trabalho tem acompanhado, em nível nacional e regional, um crescente desemprego que também ocorre em nível mundial. Assim, à profissão, e ao profissional, cabe não *inventar a roda*, mas reinventar-se. Assim, como uma dessas possibilidades de reorganização, surgem os aqui denominados novos arranjos econômicos do trabalho do jornalista, exercendo atividade profissional de forma autônoma, reorganizando-se em grupos. Como aponta Figaro (2018), resguardadas as devidas diferenças, específicas do campo profissional, é possível se estabelecer, em alguns aspectos, relações entre esses novos modos de organização de trabalho (arranjos) e o que a literatura econômica consagrou chamar de arranjos produtivos locais (APL).

A percepção de que também os arranjos econômicos do trabalho do jornalista pode ser entendida como trocas solidárias, experiências de rede, trabalho colaborativo – não necessariamente remunerado – coaduna-se com os conceitos de desenvolvimento local desenvolvidos pela nossa anterior pesquisa de mestrado. Os autores que trabalham com o conceito de desenvolvimento local apontam em geral para a articulação de redes sociais como chave para promover o bem-estar das comunidades e para se construir

possibilidades de desenvolvimento. Para esses pesquisadores, a articulação em rede torna-se um elemento imprescindível para a formação cidadã de determinada população, uma vez que é pressuposta uma relação horizontal, de troca (REIS, 2018).

Conforme apontamos em estudo anterior, em linhas gerais, pode-se explicar o desenvolvimento local como um processo no qual a comunidade identifica e reconhece os seus potenciais endógenos e utiliza os recursos humanos e materiais locais para produção, articulando parcerias públicas e privadas e promovendo ações educativas e inclusivas que permitam a participação dos seus próprios membros em diversos níveis, independentemente de gênero e idade (BUARQUE, 1999; FRANCO, 2000; JARA, 2001; TAUKE SANTOS, 2002 e 2003).

Além disso, de acordo com os autores estudados, as ações realizadas em processos de desenvolvimento local devem considerar, ainda, a sustentabilidade em longo prazo, o que significa dizer que esta não é só pensada num nível econômico, mas também sob o ponto de vista da preservação dos recursos ambientais, do repasse de conhecimentos técnicos de geração em geração e da conservação de valores locais (REIS, 2018).

Em linhas gerais, observa-se que isso acontece em muitos dos novos arranjos jornalísticos de base comunitária, especialmente, aqueles que se encontram nas periferias dos grandes centros urbanos, pautando-se no cotidiano que está *à margem* do acontece nas metrópoles, usando de recursos escassos, muitas vezes mesmo *improvisados*, e utilizando-se de soluções criativas.

4. As experiências locais: os novos arranjos jornalísticos em Pernambuco e na Bahia

4.1 Marco Zero Conteúdo

A Marco Zero Conteúdo surge no Recife, em 2015, como uma fundação, e todos os contratados – tanto da equipe fixa quanto de projetos especiais – têm nível superior em jornalismo (alguns com mestrado) e passagem nas mais tradicionais redações de jornalismo de Pernambuco: *Jornal do Commercio*, *Diario de Pernambuco* e *Folha de Pernambuco*. A maior parte da equipe fixa, também, já atuou com consultoria em comunicação para organizações governamentais e não-governamentais e, alguns, como professores universitários de curso superior em jornalismo e na pós-graduação. Alguns de seus fundadores, inclusive, compõem a coordenação e o corpo docente de uma Pós-Graduação em Jornalismo Independente e Gestão de Negócios, oferecida a partir de

2019 como especialização *lato sensu* pela Unicap, universidade que mantém o mais antigo curso de jornalismo do Estado de Pernambuco, com 50 anos de existência.

Segundo consta em seu site, “é um coletivo de jornalismo investigativo que aposta em matérias aprofundadas, independentes e de interesse público, que são produzidas e editadas por jornalistas que procuram ver o mundo com um olhar diferenciado, nossas reportagens podem ser livremente reproduzidas por qualquer veículo sob a licença *creative commons*” (MARCO ZERO CONTEÚDO, 2019).

Sobre suas fontes de sustentabilidade, afirma que: “para manter a independência, não recebemos patrocínios de governos, empresas públicas ou privadas. Nossa sobrevivência depende de parcerias com algumas fundações e organismos internacionais, com a prestação de serviços editoriais, consultorias, realização de cursos, palestras e, principalmente, com a colaboração e doações voluntárias dos leitores. Focamos nossa produção jornalística em três pontos principais: semiárido nordestino, urbanismo e relações de poder”. Também abrimos espaço para a narrativa, publicando e incentivando “histórias bem contadas” (MARCO ZERO CONTEÚDO, 2019).

Ainda segundo sua página oficial, realizam jornalismo investigativo e reportagens em profundidade e também publicam material produzido por parceiros editoriais espalhados por toda a América Latina. Assim, já realizaram projetos em parceria com a Agência Pública, como o *Projeto Truco*, de checagem de notícias falsas, por ocasião das eleições de 2016; e também realizam semanalmente produção e apresentação jornalística para o *Programa Fora da Curva*, produto radiofônico executado pelo Departamento de Comunicação Social (DeCom) da UFPE em parceria com movimentos, coletivos e organizações da sociedade civil e exibido diariamente pela Rádio Universitária FM.

“A Marco Zero também se propõe a ser um fomentador do debate sobre o futuro e as melhores práticas do jornalismo, aliando produção teórica, aperfeiçoamento profissional e aplicação prática das ideias e conceitos desenvolvidos” (MARCO ZERO CONTEÚDO, 2019).

No seu site, também estão publicadas suas *crenças* (o que poderíamos chamar, talvez de forma mais adequada, de *valores*), nomeadas como “bases para uma política editorial cidadã”. São essas crenças (valores): no *jornalismo*: Para a Marco Zero, o jornalismo deve chamar a atenção para as injustiças, cobrar dos políticos e empresas as promessas e obrigações assumidas, expor a corrupção, informar cidadãos e consumidores, ajudar a organizar a opinião pública, elucidar temas complexos e esclarecer divergências”. Nos

leitores: “O ponto central da política editorial da Marco Zero Conteúdo são as pessoas. Todo jornalista, ao fazer uma reportagem para o coletivo, deve se perguntar em que e como o assunto em pauta interfere na vida da população. A Marco Zero faz um jornalismo para as pessoas, interagindo com elas o máximo possível. Na *ética*: A Marco Zero Conteúdo norteia sua conduta pela ética. Tratamos as fontes com respeito, agindo com honestidade e transparência na busca pelas informações. A Marco Zero acredita que os fins não justificam os meios. Priorizamos a vida e a segurança das nossas fontes e personagens acima de qualquer coisa. Inclusive das reportagens”.

Também expressam suas bases de crenças e valores na *qualidade*: “Um bom texto é questão fundamental para a Marco Zero Conteúdo. E um bom texto implica no uso correto do idioma, no estilo atraente, na apuração precisa das informações e na verdade dos fatos narrados. Buscamos também a qualidade na apresentação das reportagens”. Na *cidadania*: “Defendemos e praticamos um jornalismo essencialmente cidadão, e que esteja comprometido com a ampla defesa dos interesses da população e na melhoria direta de vida das pessoas”. No *coletivo*: “Para a Marco Zero Conteúdo, o conhecimento é uma construção coletiva. O pensamento existe a partir de um contexto histórico e social. Nossas reportagens resultam, direta ou indiretamente, do esforço, das experiências e da colaboração de várias mentes. Por isso, nossa produção está disponível gratuitamente para o uso de qualquer pessoa, instituição ou empresa”. Na *cooperação*: “A Marco Zero se compromete a compartilhar suas experiências, aprendizados, métodos e técnicas com o objetivo de colaborar com o desenvolvimento do ecossistema da informação. Da mesma forma, defende que o financiamento de reportagens independentes e de qualidade deve ser feito de forma coletiva, através de doações dos leitores, sociedade civil organizada e organismos internacionais”. E por fim, mas não menos importante, nos *Direitos Humanos*: “Nossa conduta e nossas reportagens respeitam e promovem os direitos humanos fundamentais, a igualdade de direitos entre todos, a dignidade e o valor das pessoas” (MARCO ZERO CONTEÚDO, 2019).

4.2 iTEIA

O arranjo iTEIA se autodeclara uma Rede Independente de Cultura e Cidadania, idealizada pelo Instituto InterCidadania (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), com sede no Recife, e desenvolvida em parceria com patrocinadores e organizações governamentais e não governamentais, desde 2008, em sintonia, à época,

com o Programa Cultura Viva do Ministério da Cultura. Segundo seu site, “é um arrojado sistema on-line de gerenciamento, difusão e intercâmbio de conteúdos culturais digitalizados, com amplo suporte tecnológico e integrado com outras redes digitais e não digitais. A ideia é servir de base de interligação com outros projetos com objetivos similares, formando uma *Teia de interação cultural na internet*” (ITEIA, 2019).

Trata-se, ainda de acordo com iTEIA, de:

(...) um projeto sem fins lucrativos, gerenciado de forma colaborativa, que promove o software livre, a diversidade cultural e visa desenvolver formas democráticas de expressão e acesso livre a conteúdos artísticos, respeitando os direitos do autor. O iTEIA adotou o *Creative Commons* como referência de licenciamento de conteúdos e se propõe a pesquisar e debater permanentemente formas alternativas de fortalecer a cultura livre e promover a geração de modelos solidários de produção e comercialização de produtos culturais. O projeto envolve, de forma colaborativa, vídeos, músicas, textos, fotos, notícias, dados de produtores e autores, além de outras informações culturais. Também prevê canais de orientação e capacitação; de divulgação de projetos culturais e ambientes de aproximação entre artistas, produtores, patrocinadores e público, que poderá promover *rankings* de melhores conteúdos, votando no seus links preferidos (ITEIA, 2019).

4.3 Revista O Grito!

A Revista O Grito! é um publicação online independente dedicada a cobrir os diversos assuntos da cultura pop como quadrinhos, música, cinema, literatura, artes visuais, moda e teatro. De acordo com sua página na Internet, conta “com uma linguagem despojada e diversos colaboradores pelo país temos atualização diária com notícias, resenhas, entrevistas e reportagens especiais. Um dos diferenciais de sua proposta é debater, dentro do espectro da arte e do entretenimento pop, assuntos relevantes dos dias atuais como mídia livre, feminismo, questões raciais e de gênero, ativismo jovem e representatividade LGBT”. Também afirmam o comprometimento “em dar visibilidade à cena independente e autoral, em especial destaque para os artistas pernambucanos” .

Foi fundado em 2008 por três jornalistas, todos com curso superior na área (Unicap e UFPB), todos com mestrado e pelo menos um, com doutorado, sendo um deles professor universitário – que ainda hoje continuam à frente do processo. A Revista O Grito! é hoje administrada pela O Grito! Mídia e Produção, produtora cultural e editora que realiza projetos editoriais, publicações customizadas e projetos relacionados à arte,

mídia e tecnologia e, assim, além desses profissionais, há a contratação de jornalistas e outros profissionais periodicamente para dar conta de seus projetos, sendo alguns dos mais exitosos a Revista Plaf – hoje já em sua segunda edição –, o *podcast* da Revista O Grito!, cuja edição mais recente foi veiculada na Rádio Universitária FM, em 2018; as reportagens especiais publicadas em seu site e redes sociais e eventos no cenário de música pop e independente.

Produzem, sistematicamente, conteúdo para a revista eletrônica, para produtos radiofônicos e para as redes sociais (*Facebook, Instagram, YouTube*). É considerada pela crítica, em nível nacional, uma das publicações mais importantes na cobertura de cultura pop, arte e cena independente. Tem como principais fontes de seu financiamento, além dos projetos realizados pela produtora, o acesso a editais públicos como o Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura (Funcultura).

4.4 Revista Gambiarra

Fundada em 2014 em Vitória da Conquista, no Sertão baiano, por dois jornalistas, a Gambiarra é uma revista eletrônica que atua com site e redes sociais (*Facebook, Instagram, Twitter, YouTube*) e conta com colunistas convidados para a produção de conteúdo voltado para jornalismo, cultura e ativismo. A Revista Gambiarra atua com cobertura de eventos culturais, produção de reportagens especiais, agenda cultural, editoriais.

Ambos os jornalistas integrantes do veículo são formados pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), cujo centro acadêmico do curso de jornalismo fica localizado na própria cidade onde fica situado o arranjo. Os responsáveis pela Revista Gambiarra também participaram de projetos de pesquisa e extensão na universidade, estudando democratização da comunicação, educomunicação, jornalismo cívico e mídia independente, e atuaram em coletivos de comunicação e de cultura, sendo um deles o braço local do Coletivo Fora do Eixo, que originou, em São Paulo, o Mídia Ninja. A atuação de ambos também passa pelo movimento estudantil, tendo integrado a Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social (Enecos), ligada à União Nacional dos Estudantes (UNE).

O próprio nome da iniciativa gera certa ambiguidade que expressa, de certa forma, muitas das características observadas nos arranjos jornalísticos. Como explica sua página na Internet:

Gambiarra é um termo cheio de significados. No Brasil, o sinônimo predominante seria “improvisação”. Em outros lugares, a palavra tem vários outros significados como “extensão de luz”. A prática da gambiarra envolve sempre uma intervenção alternativa, o que também poderia defini-la como uma re-apropriação material. A Gambiarra ao mesmo tempo em que pode indicar precariedade, indica experimento. O aprimoramento vem da possibilidade de se repetir a mesma experiência, resultando sempre em algo diferente do projeto inicial. A Revista Gambiarra é um veículo online que pretende adicionar novas práticas na produção jornalística de Vitória da Conquista e região, inserido debates e questionamentos através de entrevistas e grandes reportagens sobre os mais diversos temas (REVISTA GAMBIARRA, 2019).

4.5 Portal SoteroPreta

O Portal SoteroPreta, segundo informações de seu site, foi criado em 2016 e mantém como equipe fixa duas jornalistas baianas (formação em nível superior pela UFBA, uma delas com mestrado na área de cultura), ambas negras, com mais de dez anos de atuação na área, sendo uma com o cargo de editora-chefa e proprietária e a outra, com atuação como editora. A editora-chefa e idealizadora do portal foi apontada pelo site *Blogueiras Negras*, em 2016, na lista das *25 influenciadoras digitais* negras brasileiras e, no mesmo ano, citada pelo *Projeto Think Olga* dentre as Mulheres Inspiradoras de 2016. Vale ressaltar que tanto *Blogueiras Negras* quanto *Think Olga* também são iniciativas de jornalismo independente – com ênfase no recorte de gênero – identificadas pelo Mapa do Jornalismo Independente da Agência Pública.

O SoteroPreta produz conteúdo próprio para o portal e para as redes sociais (*Facebook*, *YouTube* e *Instagram*), contando com colaboradores das áreas de jornalismo, publicidade e letras, sendo algum desses também escritores e pesquisadores de cultura afro-brasileira. Ainda de acordo com o site, intitula-se como o primeiro portal de Salvador “voltado, prioritariamente, para a produção cultural (Artes, Música, Teatro, Audiovisual, Memória, Dança, Formação, Literatura, Religião, Gastronomia, Moda, Políticas Culturais, etc) soteropolitana construída, formada, mobilizada e destinada à comunidade negra de Salvador” (PORTAL SOTEROPRETA, 2019).

4.6 Portal Correio Nagô

O Portal Correio Nagô foi co-fundado em 2008, em Salvador, por dois jornalistas, que se mantêm ainda hoje à frente do arranjo. Atualmente, a equipe desta plataforma digital é formada por mais dois estagiários da área de jornalismo e outras duas pessoas que exercem funções ligadas às atividades audiovisuais (para a TV Correio Nagô, com veiculação no YouTube). Também conta com colunistas convidados nas temáticas de direitos humanos, internacional, política, cultura, economia, diversidades, tecnologia e

sustentabilidade – a partir da perspectiva de mídia étnica – e possui correspondentes em outros estados do Brasil e, também, de outros países.

É um veículo de comunicação do Instituto de Mídia Étnica e conta, para realização de seus projetos, com aportes financeiros de fundos nacionais e fundações internacionais, como Fundo Baobá, Fundação Kellogg, Instituto Iris – Instituto de Responsabilidade e Investimento Social, Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA), Fundação Ashoka, Mit Center for Civic Media, Not for Profit – Conectando Comunidades e parcerias locais com o Instituto Cultural Steve Biko e Ceafro – Educação para Igualdade Racial e de Gênero, ambas iniciativas voltadas para formação educacional, sendo a última, um programa criado pelo Centro de Estudos Afro-Orientais (CEAO), da UFBA.

O Instituto de Mídia Étnica, por sua vez, foi criado em “Salvador em outubro de 2005, durante a Semana Nacional de Luta pela Democratização da Comunicação, por um grupo de jovens inquietos e inconformados com a representatividade da comunidade negra nos meios de comunicação. A intenção sempre foi, por um lado, integrar a luta pelo direito humano à comunicação, chamando atenção para aqueles mais invisibilizados e sobre os quais mais se recaía as violações da mídia. E por outro, se associar à resistência histórica do movimento social negro brasileiro e diaspórico ao racismo e suas consequências para a dignidade da população negra” (IME, 2019).

5. Achados Parciais de Pesquisa

Embora os estudos sobre os arranjos jornalísticos locais em Pernambuco e na Bahia não estejam concluídos, é importante salientar que a análise das entrevistas realizadas até agora demonstra que os grupos – embora muito diversos entre si, quanto à constituição, formalização, componentes e áreas de atuação, além das diferenças territoriais – buscam equilibrar sua sobrevivência, na *corda bamba* entre a luta pela sobrevivência diária e a satisfação de se fazer o que gosta: seja como *eu-patrão* ou como coletivo, movido por ideais mais comunitários. Para tanto, a totalidade dos entrevistados (dos sete arranjos que compõem a amostra da pesquisa), destacou que realiza trabalhos em outras áreas, tanto como professores, como assessores de imprensa, gestores públicos, produtores culturais, músicos e até mesmo como *ghostwriter* (um dos entrevistados), ou seja, nenhum dos arranjos se sustenta por si mesmo, e é preciso, enquanto profissionais de comunicação, buscar novas alternativas para sustentabilidade não só dos grupos em si (algumas vezes, até autofinanciados), como, principalmente, dos trabalhadores dos

coletivos (sustentabilidade individual). Tal apontamento revela, mais uma vez, a precariedade do trabalho do jornalista, muitas vezes, fazendo o que gosta, realizando seu sonho, mas trabalhando sem amparo legal e sem acesso a direitos trabalhistas, na informalidade.

Ao mesmo tempo, é possível aferir a criação de novos postos de trabalho em comunicação, a partir dos arranjos; a percepção do profissional-jornalista também como gestor da comunicação, desenvolvendo projetos locais, acessando fomentos e editais para realização dos mesmos e contribuindo para a formação de comunicadores locais e novos profissionais (estudantes). Além disso, parecem ser exitosas parcerias com ONGS, universidades, comunicação pública e outros grupos de mídia independente, permitindo uma atuação em rede que é um dos indicadores de desenvolvimento local.

6. Referências

AGÊNCIA PÚBLICA. **Mapa do Jornalismo Independente**. Disponível em: <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 30 de junho de 2016.

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. São Paulo: Boitempo, 2018.

_____. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 2009.

BALDIN, N. e MUNHOZ, E. **Snowball** (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In **X Congresso Nacional de Educação-Educere / I Seminário Internacional de Representações Sociais, Subjetividade e Educação-Sirsse - PUC-PR, Curitiba, 7-10/11/2011**. Disponível em: http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf.

BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável**. Material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal. Brasília, DF: IICA, 1999.

FIGARO, R. (Org). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às grandes corporações de mídia**. São Paulo: CPCT, 2018.

_____. Atividade de comunicação e de trabalho. **Trabalho, educação e saúde**. Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, p. 107-145, mar./jun. 2008.

FIGARO, R; NONATO, C; GROHMANN, R **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FRANCO, A. **Porque precisamos de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável**. 2.ed. Brasília: Instituto de Política, 2000.

IME. **Instituto de Mídia Étnica**. <http://www.midiaetnica.com.br/>. Acesso em 11 de março de 2019.

ITEIA. Disponível em: <http://www.iTEIA.org.br/projeto.php.> / Acesso em 10 de março de 2019.

_____. A perspectiva teórica e metodológica das mediações. In. PERUZZO, C. e PINHO, J.B. (Orgs.). **Comunicação e Multiculturalismo**. São Paulo: Intercom; Manaus: Ed.Univ. do Amazonas, 2001.

JARA, C. J. **As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável**. São Luís: IICA, 2001.

MARCO ZERO CONTEÚDO. **Sobre**. Disponível em: <https://marcozero.org/sobre/>. Acesso em 28 de janeiro de 2019.

NONATO, C. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação**: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação). 250f. USP: 2015.

TAUK SANTOS, M.S. **Comunicação Rural**: do difusionismo Tecnológico ao Desenvolvimento Local. Recife: Prorenda Rural, Coletânea de Palestras, 2002

_____. Comunicação Rural: velho objeto, nova abordagem. Mediação, reconversão cultural, desenvolvimento local. In: LOPES, M. I. V.; TAUK SANTOS, M. S. (Orgs.) **Comunicação e Informação, identidades e Fronteiras**. São Paulo: INTERCOM; Recife: Bagaço, 2000.

PORTAL SOTEROPRETA. **Sobre Nós**. <http://portalsoteropreta.com.br/sobre-nos/>. Acesso em 28 de janeiro de 2019.

REIS, M. **Comunicação, cultura e mobilização comunitária**. Curitiba: Appris, 2018.

REVISTA GAMBIARRA. **Quem Somos**. <http://revistagambiarra.com.br/site/quem-somos/>. Acesso em 29 de janeiro de 2019.

REVISTA O GRITO! **Revista O Grito!** Disponível em: <http://revistaogrito.com/>. Acesso em 27 de janeiro de 2019.