



Apontamentos para um perfil dos arranjos alternativos de jornalismo no Ceará

Notes for a profile of
alternative journalism
arrangements in Ceará

Rafael Rodrigues da Costa

Professor Adjunto do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará (UFC). Líder do Grupo de Pesquisa PráxisJor. Doutor em Linguística pela UFC.

Mayara Carolinne Beserra de Araújo

Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Comunicação pela UFC. Integrante do Grupo de Pesquisa PráxisJor.

Raphaelle Christine Batista de Lima

Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará. Integrante do Grupo de Pesquisa PráxisJor.



Resumo

Esta investigação apresenta resultados de uma pesquisa sobre arranjos de jornalismo 'alternativos' às grandes corporações de mídia no Ceará. O objetivo deste artigo é traçar um perfil preliminar de 63 desses arranjos de trabalho. A pesquisa se caracteriza como exploratória e se utiliza de autodeclarações de cada um desses arranjos. Os resultados indicam que os arranjos tendem a se identificar como jornalísticos a partir dos gêneros e formatos utilizados e também de rotinas e práticas típicas da profissão. Em sua maioria, não se definem alternativos ou independentes, tampouco empreendedores. Parte considerável deles é coletiva e faz menção a seu lugar de origem e/ou atuação.

Palavras-chave: Arranjos de trabalho; Jornalismo alternativo; Ceará; Comunicação e trabalho.

Abstract

This investigation presents results of a research on 'alternative' journalism arrangements to the major media corporations in Ceará. The purpose of this article is to outline a preliminary profile of 63 of these work arrangements. The research is characterized as exploratory and uses self-declarations of each of these arrangements. The results indicate that the arrangements tend to identify themselves as journalistic due the genres and formats used and also from routines and practices typical of the profession. Most of them do not declare themselves as alternatives or independent, nor as entrepreneurs. A considerable part of them are collective and mention their place of origin and /or activity.

Keywords: Work arrangements; Alternative journalism; Ceará; Communication and work.

Apresentação

Seja como atividade profissional, seja como um conjunto de discursos circulantes nas sociedades, o jornalismo sempre se caracterizou pela inevitabilidade e profundidade das mudanças pelas quais passa. Como pontuam diversos autores (DEUZE e WITSCHGE, 2016; MARCONDES FILHO, 2002; CHARRON e BONVILLE, 2016), a história do jornalismo é marcada por transformações estruturais que abrangem, desde as convenções técnicas e instrumentais necessárias ao exercício da profissão, até as concepções identitárias que circunscrevem o que é ser jornalista.

Tomando esse “estado permanente de fluxo” (DEUZE e WITSCHGE, 2016, p. 7) como premissa, é possível compreender as atuais disrupções pelas quais essa atividade profissional passa nas últimas décadas. No Brasil, a prática do jornalismo profissional tem enfrentado adversidades de ordem estrutural, financeira e trabalhista, entre outras. Estima-se que metade dos municípios brasileiros, muitos deles localizados no interior do Norte e Nordeste, não possuam nenhum veículo de imprensa, caracterizando os chamados desertos de notícias (PROJOR, 2020). Nos centros urbanos, em que se verifica maior variedade de produtos e instituições jornalísticas, as injunções financeiras, sobretudo no tocante à queda de receitas e circulação, aponta para um cenário de precarização das condições de trabalho (PEREIRA e ADGHIRNI, 2011).

Esse cenário aponta para uma crise do jornalismo (CHRISTOFOLETTI, 2019) que não é apenas econômica, mas é também política, ética, de credibilidade e de governança (MICK e TAVARES, 2017) e que se torna evidente na redução de qualidade das produções jornalísticas cotidianas, muitas vezes mais atentas ao número de cliques que ao interesse público e à confiabilidade das informações. Diante disso, muitos são os profissionais que, descartados ou desencantados pelo mercado tradicional, investem na criação de arranjos alternativos de trabalho (FÍGARO, 2013).

Este artigo é resultado de uma pesquisa coletiva em andamento, de responsabilidade do Grupo de Pesquisa Práxis no Jornalismo (PráxisJor), vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC (PPGCOM-UFC), em parceria com o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), da Universidade de São Paulo (USP). O objetivo é analisar as relações de comunicação e as condições de produção no trabalho jornalístico em arranjos ‘alternativos’ às grandes corporações de mídia no Ceará. Buscamos mapear os arranjos de jornalismo alternativos às corporações de mídia, a partir da compreensão de como se configuram, quem são os sujeitos



responsáveis por esses arranjos e que práticas jornalísticas são levadas a termo nessas iniciativas.

Para subsidiar esse esforço, apresentamos, inicialmente, fundamentação teórica sobre comunicação e trabalho, intersecção epistemológica na qual nosso trabalho se situa, bem como revisamos literatura sobre valores jornalísticos, de forma a subsidiar a análise das concepções de jornalismo dos arranjos estudados.

Arranjos produtivos na intersecção entre comunicação e trabalho

Como baliza teórica para a realização desta pesquisa, situamo-nos no binômio comunicação e trabalho (Figaro, 2008, 2018), 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.

Considerado para além de sua condição de atividade realizada unicamente com fins de acumulação, o trabalho é compreendido, nessa perspectiva, como algo intrínseco à humanidade, constituindo-se em uma atividade - aqui, atividade remete à discussão realizada por Marx, Kant e outros, como elemento essencial da consciência humana.

O trabalho é uma atividade que tem por alvo a produção de valores de uso e é condição e necessidade física da vida humana, portanto a relação homem/natureza se objetiva por meio do fazer necessário para a sobrevivência. Dessa forma, o conceito de trabalho transcende a definição que o enquadra como relação de troca remunerada, regida pelo Direito, numa sociedade de mercado. (FÍGARO, 2008, p. 117)

Em síntese, para a abordagem ergológica, a atividade humana é a expressão da vida humana e nesse sentido o trabalho, de forma ampla, é considerado como atividade humana, possuindo poder de intervenção no ambiente, de forma a torná-lo, ele mesmo, humano. O trabalho também é inegavelmente histórico, uma vez que traz consigo a herança das técnicas, da experiência de gerações passadas e, também, da experiência pessoal - aqui, a noção de corpo-si é convocada para dar conta da complexidade da gestão dos diversos fatores que incidem sobre o sujeito em atividade.



[...] estudar o mundo do trabalho e a atividade de trabalho por meio da linguagem e da comunicação dos sujeitos (*corps-soi*) é a maneira mais eficiente de se aproximar da realidade do trabalho, dos seus desafios, dos conflitos que permeiam seu ambiente; as dificuldades em gerir as impertinências das condições de trabalho e de como tentar superá-las. (FÍGARO, 2018, p. 127. Grifo da autora)

Nessa demarcação oferecida pelo binômio comunicação e trabalho, convocamos a noção de arranjo econômico no trabalho jornalístico (FÍGARO e 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 (2018) 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 jornalistas. Um deles é a ideia de que os arranjos econômicos de trabalho de jornalistas podem se constituir em uma rede de troca de experiências, apoios e solidariedade entre indivíduos, afirmando, como apontam Deuze e Witschge (2016), que o jornalismo 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 profissionais, contribuindo para a democratização da informação. É justamente acerca dos elementos balizadores da prática jornalística que nos deteremos na próxima seção.

(Im)permanências do jornalismo

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 e Bonville (2016) propuseram uma abordagem alternativa à periodização histórica do jornalismo. Usualmente, a história do jornalismo situa o marco de existência da atividade em uma linha cronológica atrelada ao surgimento de veículos e da profissionalização do ofício (CHARRON e BONVILLE, 2016). Já os autores observam que a trajetória do jornalismo na América do Norte é marcada por períodos de estabilidade e por momentos de profundas alterações.

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. Nesse modelo, as instituições jornalísticas reforçam seus contratos com as audiências, ampliando canais de comunicação e difundindo mensagens mais sedutoras de forma a manter esse vínculo.

Esse movimento coincide com a descrição feita por Anderson, Bell e Shirky (2013) do que denominam de jornalismo pós-industrial. O modelo tradicional de funcionamento das instituições jornalísticas, de feição industrial e baseado no monopólio das ferramentas de produção, disseminação e monetização da informação, cede lugar a um ecossistema fragmentado, em que diversos atores, sejam eles jornalistas ou não, dispõem de maior liberdade para manufaturar a informação e, em razão disso, instituem um jogo de forças em que a sustentabilidade dos negócios jornalísticos passa a ser ameaçada.

Uma das respostas possíveis a essa ruptura é a adaptação das instituições jornalísticas tradicionais ao novo cenário. A emergência e consolidação do jornalismo realizado em plataformas de redes sociais (BELL e OWEN, 2017) é uma das narrativas de adaptação às quais o jornalismo tem aderido, contudo sem grandes certezas do seu retorno do ponto de vista financeiro ou mesmo simbólico. Diante de tais circunstâncias e, também, como resposta a fenômenos como o da escalada da desinformação (WARDLE e DERAKHSHAN, 2017), a defesa intransigente do jornalismo em suas balizas essenciais tem sido reforçada nas discussões acadêmicas e na prática profissional.

Mas, quais seriam essas balizas? Diversos teóricos apontam para o aspecto multidimensional do jornalismo. Para os construcionistas, estruturalistas e interacionistas, de modo geral, a notícia (como célula do jornalismo) é uma construção social, forjada por competências, influências e constrangimentos. Shoemaker e Reese (1996) estabelecem níveis de influências que incidem sobre a prática jornalística; Souza (2005), em sua teoria multifatorial da notícia, enumera forças atuantes na produção noticiosa; Breed (1993), partindo de um paradigma organizacional, também aponta para camadas de interferência e controles no ambiente de trabalho jornalístico.

Apesar de suas divergências, essas teorias se aproximam ao elencar a) os elementos discursivos, b) as rotinas produtivas e c) os aspectos deontológicos da profissão como constitutivos do jornalismo. Nesta 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.

Os elementos discursivos associados ao jornalismo, responsáveis por estruturar os acontecimentos, relacionam-se à necessidade de organização do tempo e do espaço. O tempo, forjador do jornalismo (Breed, 1993; Tuchman, 1993), e as tecnologias/plataformas empregadas para a difusão das informações incidem sobre a construção de uma linguagem jornalística (ou linguagens). Segundo Seixas (2009), gêneros, formatos, estratégias enunciativas, 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. 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, p.24), a profissionalização implicou ainda na constituição de uma “tribo jornalística”, na qual se partilha um conjunto de valores, símbolos e representações.

Por fim, os aspectos deontológicos (de repertório de princípios, condutas e compromissos) também se revelam como marcador. Refutando a limitação às técnicas e às formas discursivas, autores como Meditsch (2002) e Genro Filho (2012) consideram o jornalismo uma forma social de conhecimento e um instrumento de defesa do estado democrático. Para Genro Filho (2012, p.11), 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”.

Metodologia

Esta pesquisa consiste em uma investigação qualitativa de caráter exploratório. Como observam Deslauriers e Kérisit (2008), os delineamentos qualitativos visam dar conta das preocupações dos atores sociais que uma investigação baseada unicamente em técnicas quantitativas não conseguiria contemplar. As pesquisas qualitativas, assim, de modo geral, mais do que ambicionar a transformação da realidade, podem estar mais preocupadas em conhecer melhor um fenômeno social seja por sua transitoriedade ou complexidade.

A partir dessa opção, assumimos que este é um estudo de viés qualitativo com natureza exploratória, 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 e TEMPORINI, 1995; FÍGARO, 2018). Como pondera Fígaro (2018), os novos arranjos de trabalho do jornalista 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.

Para chegarmos ao número de 63 arranjos, recorremos à técnica de bola de neve, que se iniciou dentro do Grupo de Pesquisa PráxisJor, com o apontamento dos mesmos feito por integrantes. A partir disso, obtivemos indicações por meio de informantes dentro desse universo, as chamadas “sementes” (BALDIN e MUNHOZ, 2011). Circunscrito o corpus inicial, coletamos autodeclarações desses arranjos em seções de sites e redes sociais dos quais cada um possuía alguma atuação. Consideramos como autodeclarações os textos, em geral localizados em seção específica do site onde o arranjo está hospedado, que descrevem ou referenciam o próprio arranjo, podendo constar informações como histórico, propósitos editoriais, valores, temas de interesse ou de cobertura e perfil da equipe ou dos responsáveis pelo arranjo.

As autodeclarações foram analisadas considerando categorias (APOTHÉLOZ e REICHLER-BEGUELIN, 1995), construídas ao longo dos textos. Categorias são resultado de processos de designação que geram conceitos sobre pessoas e coisas presentes no mundo. Desse modo, nos textos, são apresentados objetos-de-discurso construídos (e reconstruídos) interativamente e cognitivamente pelos sujeitos que se expressam. No caso desta pesquisa, os objetos-de-discurso buscados nas autodeclarações designam os marcadores da práxis jornalística já apresentados: a) elementos discursivos; b) rotinas produtivas e c) aspectos deontológicos.

Também foram buscadas categorizações a respeito de outros aspectos relevantes, 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.

Como instrumento de construção dos dados, utilizamos uma planilha na qual foram compilados dados e indicações acerca dos arranjos, como nome, endereço web, local de origem, existência de perfis em plataformas de redes sociais, identificação dos responsáveis e autodeclarações, entre outros. A análise preliminar de cada autodeclaração foi realizada a partir do

preenchimento de um formulário online em que se podia verificar a presença de ocorrências dos já aludidos marcadores de práxis jornalística e outros aspectos relevantes.

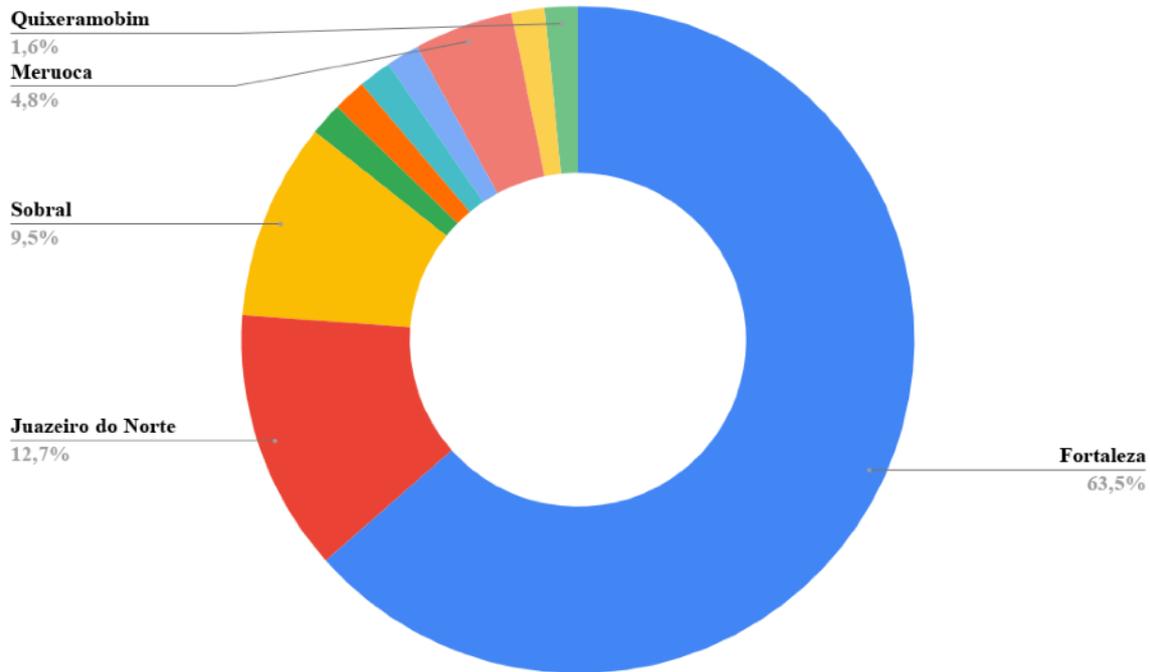
Análise de dados

Nos resultados aqui apresentados, almejamos traçar um perfil preliminar dos 63 arranjos que constituem o universo da pesquisa. Para tal, apresentaremos as principais características da práxis jornalística observadas a partir das autodeclarações presentes nos sites e nas redes sociais onde eles atuam. Cientes de que a análise não se encerra nesses textos, visto que ainda serão necessárias outras etapas de investigação, consideramos que os discursos autorreferentes são adequados à fase exploratória da pesquisa por servirem como importante instrumento para chegarmos à identidade de sujeitos e instituições jornalísticas. Assim, nosso primeiro movimento é partir das autodeclarações para tentar esboçar um perfil desses arranjos alternativos no Ceará.

Um dos dados obtidos nessa etapa revela a precariedade dos perfis e expedientes (inexistentes, em locais pouco visíveis da página, resumidos a poucas linhas, com informações divergentes de contas em outras plataformas, desatualizados etc.). Trata-se do elevado número de arranjos não identificados como individuais ou coletivos (25,4%), o que pode sugerir que as autodeclarações são espaços subestimados pelos arranjos.

Todos os arranjos possuem atuação em alguma plataforma digital (site ou rede social) e estão sediados, em sua maioria, nas macrorregiões de Fortaleza, Sobral e Juazeiro do Norte, as maiores do Ceará. A maioria deles, mais precisamente 40 (ou 63,5%) do total, declaram atuar no município de Fortaleza, como se pode observar na Figura 1, a seguir. Outros 22,2% estão em Juazeiro do Norte e Sobral, maiores cidades cearenses fora da macrorregião de Fortaleza.

Figura 1 - Distribuição geográfica dos arranjos da pesquisa



Fonte: Grupo de pesquisa PráxisJor

Esses dados dialogam com a tendência de concentração da produção jornalística nas capitais em contraposição à ausência ou presença reduzida de veículos nos demais municípios. No Nordeste, 73,5% dos municípios são categorizados como desertos ou quase desertos de notícias, segundo o Atlas da Notícia (PROJOR, 2020). Em se tratando dos arranjos de trabalho em comunicação no Ceará, eles parecem mimetizar a concentração tradicionalmente existente na mídia tradicional, em que os grupos de comunicação e veículos com maior solidez atuam na capital.

Tematicamente, os arranjos produzem conteúdos sobre assuntos diversos, contudo, uma parte considerável deles, enfatiza uma área de especialidade, em geral, de interesse coletivo (economia, política, esportes, meio ambiente etc.). Em outros casos, de menor recorrência no corpus, sobretudo em arranjos sediados em cidades do interior, os veículos/produtos tendem a ser mais generalistas do ponto de vista temático, porém enfatizam o aspecto da proximidade ou regionalidade da cobertura, privilegiando relatos sobre a região em que o arranjo está sediado.

Os dados obtidos permitem delinear um perfil dos arranjos que pode ser sumarizado nas seguintes características:

- Do ponto de vista dos marcadores jornalísticos buscados nas autodeclarações, o



mais recorrente é a menção aos elementos discursivos típicos da prática jornalística (gêneros e formatos): 61,9% da amostra apresenta esse marcador;

- Apesar da atuação à margem da mídia hegemônica, não se nomeiam, em sua grande maioria (90,5%), como independentes ou alternativos;
- A maioria dos arranjos (82,5%) não se declara empreendedor e/ou inovador;
- Os arranjos se declaram, eminentemente, coletivos (47,6%);
- Possuem traço preponderante de regionalidade, isso é, parte considerável das autodeclarações (74,6%) fazem referência ao local geográfico de atuação.

O marcador da práxis jornalística mais presente dentre os arranjos cearenses foi a vinculação das produções a gêneros e formatos consagrados e, por isso mesmo, replicáveis, inclusive, por não-jornalistas (STEARNS, 2013). Essa tendência foi verificada em 61,9% dos casos e é um recorrente indício de identidade jornalística acionado por esses agentes. O objeto-de-discurso "notícia" é o mais utilizado pelos arranjos. Entre as autodeclarações que apresentam o jornalismo a partir de gêneros e formatos (39 das 63), pelo menos, 16 perfis (41%) utilizam "notícia" ou "noticiar" para se definir. Outros formatos, como "reportagem" e "entrevista" também aparecem, porém menos frequentemente. Outros termos também citados: informação, informar, opinião, colunas e a divisão de assuntos por editorias (esporte, cultura, política).

Nota-se que atributos presentes no webjornalismo, como velocidade do noticiário e adoção de formatos e plataformas digitais, também são associados às notícias, como se verifica nos dois excertos que seguem: "(...) notícias exclusivas em tempo real" (CEARÁ AGORA, 2020); "Somos um portal de gastronomia com notícias, reportagens, séries de vídeos, podcast e perfis nas principais redes sociais" (SABORES DA CIDADE, 2020).

Já as rotinas e práticas jornalísticas aparecem nas autodeclarações de 52,4% dos arranjos. A definição de escopo temático (que aponta rotinas de produção específicas), a periodicidade e a produção de informações (desenvolvimento de pautas, cobertura de acontecimentos) foram os marcadores mais evidentes. Na maior parte das vezes, a rotina é informada de maneira muito concisa e direta, tratando apenas da periodicidade das publicações: "Com atualizações diárias"; "em tempo real"; "editada mensalmente" etc.

Já em outros exemplos, geralmente de arranjos em que há presença de jornalistas



profissionais, há aprofundamento dos procedimentos adotados para a feitura dos conteúdos. Desse modo, as autodeclarações dão ao leitor uma visão mais íntima do processo jornalístico, como no caso do Coletivo Nigéria: “Amigos há mais de 10 anos, o trio que dá vida à Nigéria concebe, cria e dirige todas as produções de maneira coletiva” (NIGÉRIA, 2020). Outro exemplo é:

Discutimos as pautas das edições impressas e do site de forma não burocrática, horizontal e criativa. (...) Nosso sistema de produção de pautas é baseado principalmente em três linhas editoriais, que passeiam entre o social, o político e a arte: a) a relevância coletiva do tema; b) a problematização das questões sociais; c) a função social e emocional do conteúdo artístico. (REVISTA BERRO, 2020, p. 31)

A dimensão deontológica está presente em apenas 16 dos 63 perfis analisados (25,4%). Credibilidade (expressa em adjetivos como “veículo criterioso” ou slogans “jornalismo com credibilidade”), veracidade/busca pela verdade (“notícia verdadeira e sem conteúdos apelativos”) e o reforço de uma política de postagens espontâneas/ não-patrocinadas, encontrados em alguns arranjos, são os indícios mais recorrentes.

No momento em que o jornalismo passa por uma crise de credibilidade, agravada pelo fenômeno da desinformação, e os veículos da mídia convencional precisam restabelecer seus pactos de confiança com o público (CHRISTOFOLETTI, 2019), investindo em projetos de checagem de informação, reforçando campanhas em defesa do jornalismo profissional e aderindo a projetos que atestem a autoridade jornalística, como Projeto Comprova¹ e Projeto Credibilidade², parece-nos revelador que esse seja o marcador menos percebido nas autodeclarações.

Para além desses três marcadores - elementos discursivos, rotinas e práticas e valores deontológicos -, o universo da pesquisa apresentou outros achados importantes para a análise. A regionalidade ou ênfase no relevo local das iniciativas é um deles. 74,6% das autodeclarações mencionam o lugar em que a iniciativa é produzida ou para o qual é destinada. A territorialidade está presente no nome dos arranjos (Cariri News), em slogans (“Aqui o Futebol Cearense é Notícia”) e na delimitação da cobertura. Indicativos de valorização da territorialidade são associados ora à missão dos arranjos (“enaltecimento dos costumes, da cultura, da tradição local” ou “Somos do Ceará na certidão e da leitura na identidade”), ora em marcas de pertencimento (“O amor pelo lugar, Fortaleza, é o motivador do blog”).

¹ <https://projeto comprova.com.br/>. Acesso em 29 de abril de 2020.

² <https://www.credibilidade.org/>. Acesso em 29 de abril de 2020.



Essa demarcação tão presente nas autodeclarações revela um forte traço da regionalidade nos discursos analisados que, mesmo em um ambiente digital em que poderiam alcançar audiências de qualquer parte do mundo, apostam no público, nas pautas, nos personagens locais como forma de reforçar sua identidade, uma tendência já apontada por Filho e Silva (2019) entre arranjos do Nordeste.

Além da regionalidade, saltam aos olhos os 90,5% daqueles que não mencionam o caráter independente e/ou alternativo do arranjo. No caso de perfis em que o (a) autor (a) é o próprio arranjo, a trajetória do (a) profissional em veículos hegemônicos associam o arranjo tanto mais ao jornalismo convencional do que a uma lógica independente/alternativa. É o caso de Política com K ou blog do Edson Silva. Alguns questionamentos decorrem desse dado. Se atuam à margem da mídia convencional, qual a razão de não se declararem independentes/alternativos a ela? O que entendem por jornalismo alternativo ou independente? Atuando em desertos de notícias, esses arranjos são alternativos ou fazem, às vezes, de mídia convencional na região em que atuam? Essas linhas de investigação, certamente, guiarão etapas posteriores da pesquisa.

Junto a isso, outro dado revelador é o de que 82,5% dos arranjos não apresentam as ideias de inovação e empreendedorismo em suas autodeclarações. Considerando o contexto de demissões constantes nas redações, realidade também presente no Ceará, em muitos estados os profissionais veem como alternativa (às vezes obrigatória) a criação de empreendimentos jornalísticos, o que não está claro que seja o caso por aqui. Uma possível explicação talvez esteja no grande número de assessorias de imprensa e comunicação no Estado, um mercado muito procurado.

Considerações finais

A existência e persistência de arranjos de trabalho jornalístico fora das corporações midiáticas é um fenômeno alentador em meio à já aludida tendência de desertificação da informação. A profusão desses veículos - blogs, sites, perfis em plataformas de redes sociais - certamente contribui para instituir maior pluralidade na cobertura de temas caros à vida democrática. Contudo, algumas pistas oferecidas pelos dados desta pesquisa apontam para entraves e dificuldades para tornar a produção jornalística no Ceará mais diversa e qualificada.

Além da já mencionada concentração de arranjos na capital cearense, podemos apontar a presença reduzida de referências à ética e à deontologia da profissão nas autodeclarações (74,6%



não mencionam), o que levanta questionamentos acerca da importância atribuída a esse marcador para os sujeitos à frente dos arranjos. A pequena quantidade de menções à inovação e/ou empreendedorismo, bem como ao caráter alternativo e/ou independente dos arranjos, pode denotar, dentre os sujeitos da pesquisa, uma percepção de que sua atividade representa continuidade ou semelhança em relação às redações hegemônicas, sendo esse outro aspecto que merece ser melhor inquirido. Em diversos casos, a escassez de informações presentes nas autodeclarações indica dificuldade de se estabelecer um contrato pautado em maior transparência com os usuários, além de reforçar impressão de certa precariedade na gestão desses arranjos.

Esta pesquisa terá prosseguimento com a realização de entrevistas em profundidade com responsáveis por alguns dos arranjos. Para tal, será realizada uma nucleação dos arranjos, ou seja, agrupamentos em face de atributos comuns. Isso permitirá que se compreenda de maneira mais acurada a natureza e propósito das práticas jornalísticas efetivadas por esses arranjos, uma vez que, como já apontado em nossa análise, é possível discernir aquelas mais próximas dos marcadores de práxis jornalística do que outros.

Referências

ANDERSON, c.w.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos**. Revista de Jornalismo ESPM, São Paulo. Editora ESPM. p.30-89. abril-junho de 2013.

APOTHÉLOZ, Denis; REICHLER-BEGUELIN, Marie-Jose. Construction de la référence et stratégies de désignation. In: BERREDONER, A.; REICHLER-BEGUELIN, M. J. **Du syntagme nominal aux objets-de-discours**. Neuchâtel: Université de Neuchâtel, 1995, pp. 227-271.

BALDIN, Nelma; MUNHOZ, Elzira M. Bagatin. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: **CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO**, Vol. 10, 2011, pp. 329-341.

BELL, Emily; OWEN, Taylor. **A imprensa nas plataformas** – como o Vale do Silício reestruturou o Jornalismo. New York: Columbia Journalism School, 2017, Columbia University Academic Commons, <https://doi.org/10.7916/D8D79PWH>.

BREED, Warren. Controlo social na redacção: uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

CEARÁ AGORA. **Fan Page Ceará Agora**: Sobre, 2020. Página de informações sobre o site. Disponível em: <www.facebook.com/pg/cearaagora/about/>. Acesso em 20 abr. 2020.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular. 2016.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Estação das Letras e Cores, Edição Kindle, 2019, Não Paginada.

DESLAURIERS, Jean Pierre; KÉRISIT, Michelle. O delineamento de pesquisa qualitativa. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**, v. 2, 2008, pp. 127-153.



DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. O que o jornalismo está se tornando. **Parágrafo**, v.4, n.2, jul/dez 2016, pp. 6-21.

FÍGARO, Roseli. Atividade de comunicação e de trabalho. **Trabalho, Educação e Saúde**, 6(1), 2008, pp. 107-146. <https://dx.doi.org/10.1590/S1981-77462008000100007>

FÍGARO, Roseli (org.). **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Salta, 2013.

FÍGARO, Roseli (org.). **As relações de comunicação e a condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018.

FÍGARO, Roseli; NONATO, Claudia. Novos "arranjos" econômicos alternativos para a produção jornalística. **Contemporanea - comunicação e cultura**, v.15, jan-abr 2017, pp. 47-63.

FILHO, Edgard Patrício Almeida; SILVA, Naiana Rodrigues. TERRITORIALIDADE E ETHOS EM INICIATIVAS DE JORNALISMO INDEPENDENTE DO NORDESTE DO BRASIL. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 15, n. 4, jul, 2019.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?**. Florianópolis, 1997. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>. Acesso em 18 jan. 2020.

MICK, Jacques; TAVARES, Luisa. A governança do jornalismo e alternativas para a crise. **Brazilian Journalism Research**, 2017, v. 13, n. 2, pp. 114-140.

NIGÉRIA. **Quem somos**, 2020. Página de informações sobre o site e seus criadores. Disponível em: <http://nigeriafilmes.com/quem-somos/>. Acesso em 20 abr. 2020.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre, 2011, v. 1, n. 24. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/19208>. Acesso em: 11 mar. 2013.

PIOVESAN, Armando; TEMPORINI, Edméa Rita. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. **Revista de Saúde Pública**, 1995, v. 29, n. 4, pp. 318-325.

PROJOR. **Atlas da Notícia**. 2020. Disponível em <https://www.atlas.jor.br/>

REVISTA BERRO. **A Revista**, 2020. Página de informações sobre a revista. Disponível em: <https://revistaberro.com/a-revista/>. Acesso em 20 abr. 2020.

SABORES DA CIDADE. **Quem somos**, 2020. Página de informações sobre o site e sua criadora. Disponível em: <https://saboresdacidade.com/quem-somos/>. Acesso em 20 abr. 2020.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos**: proposta de novos critérios de classificação. Covilhã: LabCom Books, 2009.

SHOEMAKER, Pamela J.; REESE, Stephen D. **Mediating the message**. White Plains, NY: Longman, 1996.

SOUZA, Jorge Pedro. Construindo uma teoria multifactorial da notícia como uma teoria do jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 1, p. 73-92, 2005.

STEARNS, Joshua. **Acts of journalism** - Defining Press Freedom in the digital age. New York: Free Press, 2013. Disponível em: https://www.freepress.net/sites/default/files/legacypolicy/Acts_of_Journalism_October_2013.pdf.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Volume I. Por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos

jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1993.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe, 2017. Disponível em <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-forresearch/168076277c>. Acesso em 10 fev. 2020.