

Experiências alternativas nas margens: iniciativas comunicativas contra-hegemônicas em Teresina (PI)¹

Samária ANDRADE²

André GONÇALVES³

Vitória PILAR⁴

Ricardo CLARO⁵

Universidade Estadual do Piauí (UESPI)/
Universidade Federal do Piauí (UFPI), Teresina, PI.

RESUMO

Este estudo examina transformações na indústria da comunicação, destacando iniciativas comunicativas contra-hegemônicas no cenário atual, alterado e dominado por grandes empresas de plataformas digitais. Estas iniciativas são heterogêneas e oscilam entre a concentração midiática e a contestação à mídia convencional, apresentando formas variadas de produção, distribuição e financiamento. A pesquisa foca em agentes contra-hegemônicos em Teresina (Piauí), surgidos após 2010, descritos como "os alternativos dos alternativos", ou seja, agentes marginais à comunicação *mainstream* e também à comunicação contra-hegemônica central. A metodologia inclui observação empírica e aplicação de questionários. As análises buscam entender características e relações dessas iniciativas com o contexto de mudanças globais na comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: transformações comunicativas; iniciativas contra-hegemônicas; Teresina; big techs; comunicação alternativa.

1. Introdução

As transformações na indústria da comunicação na última década, alvo de grandes investimentos, aceleram processos, alteram práticas e veem surgir iniciativas comunicativas contra-hegemônicas diversas e por todos os lugares. São mudanças que acontecem num cenário de nova onda de reestruturação capitalista global, infotecnológica e desregulada, onde ganham protagonismo grandes empresas de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Doutora em Comunicação (UnB), Professora do Curso de Jornalismo da UESPI (PI), líder do Grupo de Pesquisa TRAMPO (UESPI), membro do grupo de pesquisa COMUM (UFPI), email: samaria.andrade@hotmail.com.

³ Mestrando em Comunicação (UFPI), membro do grupo de pesquisa TRAMPO (UESPI); membro do grupo de pesquisa IPÊ - Informação Pública e Eleições (UnB), email: andrepiaui@mail@gmail.com.

⁴ Graduada em Jornalismo (UESPI), membro do grupo de pesquisa TRAMPO (UESPI), email: vtoriapilar@aluno.uespi.br.

⁵ Graduando em Jornalismo (UESPI), membro do grupo de pesquisa TRAMPO (UESPI), email: luisclaro@aluno.uespi.br.

plataformas digitais, as chamadas *big techs* (Morozov, 2018; Zuboff, 2020; Wark, 2022).

As formas de produção e distribuição de informação que emergem nesse cenário são heterogêneas e se movimentam entre a concentração da mídia - renovada pelos oligopólios digitais - e uma contratendência que abre espaço a formas contestadoras, dispostas a disputar a narrativa de acontecimentos públicos com veículos convencionais de comunicação, produzindo conteúdos em diferentes formatos e modelos de organização. Muitas dessas iniciativas se autodefinem como mídias alternativas e independentes ou livres, e se colocam como diferentes de modelos hegemônicos de comunicação de formato empresarial, buscando outras narrativas ou abordagens para acontecimentos e também tentando recorrer a formas diversas de financiamento.

Sendo heterogêneas, elas não se limitam aos modelos mais progressistas, como historicamente sugerem os termos “alternativo” e “independente” (Kucinski, 2003). Vê-se surgir, também, iniciativas mais publicitárias e de marketing que jornalísticas, e ainda formatos conservadores, reacionários ou de extrema-direita. Dessa forma, as próprias nomenclaturas “alternativo” e “independente” entram em discussão num contexto que tem usado outra expressão: “disputa de narrativas”. Alguns autores consideram que “alternativo” e “independente” continuam se aplicando melhor às experiências progressistas, que buscariam pautas de interesse público e de responsabilidade social (Gohn, Bringel, 2017). Fígaro (2018) admite o campo da comunicação dita alternativa como *movediço*, e usa o termo “arranjos” de comunicação para o trabalho de jornalistas, reconhecendo caráter provisório no modelo.

Os diferentes arranjos para o trabalho de jornalistas têm confluído em algumas características: a) atuam dependentes de plataformas digitais desreguladas, com processos não transparentes, fora do controle dos profissionais; b) reúnem trabalhadores diversos que estão experimentando e tensionando formas de trabalho em comunicação e áreas afins; e c) a despeito de serem diversos, esses atores continuam atuando em um modelo de capitalismo concentrado.

A presente pesquisa se interessa por agentes de comunicação contra-hegemônicos surgidos em Teresina (Piauí), a partir do ano de 2010, com viés ideológico tido como progressista, adotando práticas e ferramentas do jornalismo e não pertencendo ou estando ligados a grandes grupos econômicos, políticos ou de

comunicação em sua constituição (esses são critérios adotados pela Agência Pública para mapear um jornalismo independente no Brasil). Ao pesquisar agentes contra-hegemônicos surgidos em local não central de produção e distribuição de informações, investigamos o que se pode chamar de “os alternativos dos alternativos”. Esse estudo faz parte de uma pesquisa maior, em andamento.

O referencial teórico se baseia em autores que investigam: a) mudanças infotecnológicas digitais e suas consequências (Valente, 2019; Zuboff, 2020; Wark, 2022); b) experiências contra-hegemônicas de comunicação (Fíguro, 2018; Rovai, 2018; Mick, Tavares, 2017; Gohn, Bringel, 2017); e c) Economia Política da Comunicação (EPC) e fenômenos como a concentração, o papel das plataformas digitais e sua relação com processos e práticas do mundo do trabalho (Bolaño, 2000; Antunes, 2011, 2022; Bolaño, Martins, Valente, 2022).

O objetivo é produzir um panorama de iniciativas surgidas em uma região não central e elencar suas características básicas principais, buscando avaliar como elas são impactadas por transformações do contexto global.

Para alcançar esse objetivo, a metodologia utilizou, além da pesquisa bibliográfica, observação empírica de agentes contra-hegemônicos em Teresina (PI) e a aplicação de questionários respondidos por criadores/fundadores de oito arranjos de comunicação na capital do Piauí⁶. Os arranjos foram selecionados por uma pesquisa exploratória que recorreu ao uso da técnica da “bola de neve”, em que participantes de uma iniciativa indicavam outras, até se chegar a uma lista de agentes com as características que se procurava. Da lista inicial, a pesquisa consolidou as iniciativas aqui elencadas, considerando tanto os critérios usados pela Agência Pública e adotados nos estudos de Fíguro (2018), como a constância na produção e veiculação de informações e o impacto/repercussão que alcançam no universo pesquisado.

Abordamos a seguir o contexto onde essas iniciativas emergem e, em seguida, apresentamos as iniciativas contra-hegemônicas pesquisadas em Teresina, bem como os dados colhidos e analisados nessa fase da pesquisa.

2. Contexto: tecnologia, capitalismo e trabalho

⁶ Os questionários fazem parte de entrevista maior, ainda em fase de tabulação.

Observando uma onda de crescimento do jornalismo dito alternativo na América Latina, o relatório *Ponto de Inflexão* (2016)⁷ observou aumento de iniciativas na região nas primeiras décadas do século XXI, e considerou que essa onda está ligada aos avanços infotecnológicos, às ferramentas de *web design* mais fáceis de utilizar e ao advento das mídias sociais, que tornaram possível um jornalismo digital quase inteiramente com patrimônio e esforço próprios. O relatório se refere ao formato como jornalismo alternativo, jornalismo digital e usa termos como *startups* de jornalismo digital e empreendedores digitais. Segundo esse documento, os jornalistas estão sendo impelidos a produzir jornalismo independente em países polarizados do ponto de vista político e onde a propriedade de empresas de mídia é muito concentrada, com a publicidade governamental usada para recompensar veículos de grande circulação.

Outros estudos apontam que essas iniciativas também crescem devido a jornalistas e outros produtores de conteúdo se ressentirem da ausência de pautas e abordagens que não veem na chamada grande mídia. Buscando independência editorial e tendo acesso às formas de produzir e distribuir conteúdos, novos agentes passam a experimentar formatos de comunicação, testando também formas de financiamento (Mick, Tavares, 2017; Fígaro, 2018; Rovai, 2018). Rovai (2018) identifica a emergência do que chama “um novo ecossistema midiático”, onde se somam diferentes atores.

Esse ecossistema diverso e multifacetado não se explica apenas por avanços infotecnológicos. Para Fígaro (2018), ele resulta da confluência entre disponibilidade tecnológica, mobilização social e crise no mundo do trabalho do jornalista, com ascensão de novas relações, agrupamentos e formas de produção, que dão espaço a um modelo de comunicação alternativo às grandes companhias convencionais.

Propostas alternativas de produção, historicamente, costumam surgir em momentos de crises financeiras, econômico-políticas, sociais e culturais, trazendo também questionamentos de valores, que tensionam práticas adotadas. No início da segunda década do século XXI, uma série de demissões em massa em grandes empresas

⁷ O Relatório *Ponto de inflexão – impacto, ameaças e sustentabilidade: um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos* (2016), foi produzido por *SembraMedia* - organização espanhola que se define sem fins lucrativos e estuda o crescimento de mídias alternativas digitais em países de língua espanhola. Ao desenvolver o relatório que levanta dados da Argentina, Colômbia e México, incluiu o Brasil pela proximidade da língua e geográfica e por observar o crescimento do modelo no Brasil. A produção do Relatório tem apoio da *Omidyar Network* - organização americana de investimento filantrópico que afirma defender a mídia independente e o jornalismo investigativo. A organização é uma das principais mantenedoras da *Agência Pública* no Brasil. O Relatório *Ponto de Inflexão* está disponível em: <http://data.sembramedia.org/> Acesso em: 01 mar. 2023.

de comunicação acendeu a discussão sobre “crise no jornalismo”, intensificada pelos avanços nas Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC), contribuindo para desestabilizar formatos do que se tinha como modelo. Para Pereira e Adghirni (2011) o jornalismo deve ser visto como espaço atravessado por uma tensão permanente entre estabilidade e mudança, não imune a inovações e mudanças constantes, sendo sempre permeado por continuidades e descontinuidades, ordem e dispersão.

Mesmo levando isso em conta, há que se avaliar um quadro estrutural mais amplo que atinge diversas formas de produção e profissões, atravessadas por uma desaceleração de crescimento e reestruturação produtiva de modo geral, que atingiu o mundo do trabalho desde as décadas finais do século XX, diminuindo o número de empregos formais, remuneração, organização sindical e direitos trabalhistas. Nos últimos anos se viu crescer o universo do trabalhador chamado flexível, multifunção, e também do subcontratado, terceirizado, plataformizado, precarizado e outros, quando o trabalho vai ficando mais fluido, adquirindo formas heterogêneas, provisórias e fragmentadas (Antunes, 2011, 2022; Fígaro, 2018; Grohmann, 2021; Wark, 2022). Antunes (2011) fala em “trabalhadores multifuncionais” e alerta que a “desespecialização” também significa um ataque ao saber profissional dos trabalhadores qualificados. Somaram-se, a esse quadro, alterações trazidas pela pandemia de Covid-19, os incrementos digitais e online e o poder adquirido pelas grandes corporações de plataformas digitais.

Para Bolaño, Martins e Valente (2022, p.3) “a emergência das plataformas demarca um momento particular do capitalismo e mesmo do processo de reestruturação iniciado nos anos 1970.” Desde essa época, as TICs ganhavam centralidade por possibilitarem a mundialização do capital e a financeirização. Com as *big techs*, os autores apontam que foram modificados setores tradicionais e também o novo, agora adotando um modelo de plataforma que busca se beneficiar da economia nos custos operacionais, com esse modelo se expandindo para outros setores.

Leituras otimistas sobre as TICs de base digital, surgidas na década de 1990, reverberam até hoje, porém com menos força em meio ao atual cenário de domínio das plataformas digitais. O ranking das 100 empresas com maior capitalização em 2021 mostra que o setor de tecnologia teve maior participação, com 20 companhias listadas. Entre as 10 corporações que lideraram esse crescimento estão Apple, Microsoft,

Alphabet, Facebook (todas norte-americanas) e, em seguida, Tencent (chinesa). “Uma distribuição que é indicativa da geopolítica atual e de sua relação com as tecnologias” (Bolaño; Martins; Valente, 2022, p.4).

Wark (2022) fala sobre o poder de um novo tipo de classe dominante, que ela chama de vetorialista, capaz de dominar o trabalho e o capital por meio da propriedade e do controle da informação de forma jamais vista. Os contornos mais visíveis e a aceleração de algumas características nos últimos anos têm feito surgir novas nomenclaturas, como “capitalismo de vigilância”, por Zuboff (2020); “capitalismo pandêmico”, por Antunes (2022); ou, talvez, algo que não seja mais nem capitalismo, nem neoliberalismo, “mas algo pior?”, como em Wark (2022).

Nessas condições, o entusiasmo com o crescimento de um jornalismo contra-hegemônico - porém dependente do espaço fornecido pelas *big techs* -, convive com análises mais céticas. No cenário de emergências de iniciativas de comunicação diversas observa-se, ainda, a presença de discurso neoliberal surgido desde as décadas finais do século XX, que prega o empreendedorismo e a iniciativa própria, aclamando e beneficiando o capital privado mesmo quando grande parte dessas iniciativas buscam recursos públicos, a exemplo de muitas *startups*.

O domínio das plataformas digitais tem revelado que, mesmo permitindo a emergência de atores diversos e por todos os locais, esse modelo foi incapaz de alterar uma característica fundamental do capitalismo: a concentração de capital.

Bolaño, Martins e Valente avaliam:

Além de não terem possibilitado recuperação econômica, as corporações associadas às tecnologias digitais hoje estão no centro de questionamentos devido à desinformação, à vigilância e à precarização do trabalho mediado por elas, para citar alguns exemplos. Elas também têm sido associadas a uma maior concentração e centralização de capital em âmbito internacional, motivando, na esteira disso, debates sobre políticas de combate ao monopólio e ao oligopólio, tendo em vista a tendência histórica à monopolização e as particularidades desse processo, com barreiras relacionadas também à propriedade de dados e à persecução de efeitos de rede (Bolaño; Martins; Valente, 2022, p. 4).

As iniciativas contra-hegemônicas de comunicação atuam, assim, num mundo de trabalho concorrido, instável, com menos vagas de emprego formal e mais possibilidades de agir “por conta própria” no terreno da comunicação – porém dependentes de plataformas digitais que são grandes corporações com interesses de

mercado. Passaremos agora a falar dos agentes nessas condições que emergem em Teresina, tentando relacioná-los às questões do contexto mais geral apontado nesse tópico e buscando seguir o que apontou Ruellan (2011): descentralizar o olhar sobre o jornalismo e o jornalista, de forma a que se pesquise essas categorias também a partir de suas margens.

3. Iniciativas comunicativas contra-hegemônicas em Teresina

Neste tópico são apresentados e analisados os dados das mídias contra-hegemônicas que atuam em Teresina com base em questionários aplicados. Ao todo, oito mídias alternativas foram alvo desta pesquisa, sendo elas as que se enquadram no conceito de arranjos alternativos, entendidos como meios de comunicação que não se encaixam nos atores hegemônicos, praticam jornalismo ou utilizam ferramentas do jornalismo, buscam se manter de modo independente a grandes grupos econômicos ou políticos e procuram formas diversas de financiamento. Esses arranjos, assim identificados são: Acrobata (site), Coar (site), Fala Dirceu (site), Geleia Total (site), Malamanhadas (podcast), O Estado do Piauí (site), Ocorre Diário (site) e Revista Revestrés (impresso/site).

O site de cultura Acrobata é uma iniciativa fundada por quatro amigos de áreas diversas: Aristides Oliveira, Demétrios Galvão, Thiago E. e Meire Fernandes. Juntos, criaram e desenvolveram uma revista digital que aborda temas como literatura, cinema, música, teatro e artes visuais. O principal objetivo apontado pelo arranjo é divulgar a produção cultural local e nacional e incentivar a leitura e reflexão crítica. Desde 2013 em atividade, a revista publicou nove edições impressas, de forma independente, cujas versões online podem ser acessadas gratuitamente no endereço www.revistaacrobata.com.br.

Coar é um projeto de combate à desinformação e boatos que circulam nas redes sociais, especialmente no Norte e no Nordeste do Brasil. A iniciativa foi criada em 2020, pela jornalista Martha Alencar. Ela se sensibilizou com o caso de Fabiane Maria de Jesus, mulher que foi linchada por vizinhos, em Guarujá, litoral de São Paulo, após ser acusada falsamente de sequestrar e matar crianças. Uma das missões do Coar, segundo sua organizadora, é levar educação midiática para pessoas que vivem em áreas

com pouca ou nenhuma cobertura jornalística (os chamados desertos e semidesertos de notícias). O *fact-check* pode ser acessado gratuitamente no endereço www.coarnoticias.com.br.

O Fala Dirceu, de Teresina⁸, é um portal de comunicação comunitária que concentra suas informações sobre a região sudeste da cidade, onde se localiza o Grande Dirceu, bairro populoso na capital do Piauí. O portal também produz e distribui conteúdo em vídeo, em forma de TV comunitária, que transmite programas próprios, com pautas locais e regionais, e se caracteriza como iniciativa de comunicação popular, afirmando buscar dar visibilidade às questões e aos moradores de sua comunidade. Entre as reportagens, denúncias de problemas sociais enfrentados por moradores, como falta de infraestrutura, saneamento básico, violência, desemprego e discriminações. Também é possível encontrar conteúdos como agenda cultural, destacando o que acontece no bairro. O portal pode ser acessado pelo endereço eletrônico <https://faladirceu.com.br/>.

Fundado em 2014, o projeto Geleia Total atua divulgando produções artísticas realizadas por todo o estado do Piauí. Sua equipe de colaboradores escreve sobre temas relacionados com a arte e a cultura piauienses, como literatura, música, cinema, fotografia, dança, folclore, patrimônio, turismo e artes visuais. Também por meio da plataforma são compartilhadas recomendações de eventos e postagens com sugestões de manifestações artísticas/culturais no estado, com ênfase em Teresina. "Nossos artistas homenageados aqui são das mais diferentes áreas, faixas etárias, estilos, influências", diz o site, que pode ser acessado pelo endereço <https://www.geleiatotal.com.br/>.

Malamanhadas é um arranjo que, através de um *podcast*, discute questões diversas, como cultura, política, saúde, educação e direitos humanos, sempre levando em conta as perspectivas feministas e nordestinas. Fundado em 2018, seu principal objetivo é ampliar a visibilidade sobre questões de interesse das mulheres e suas histórias. O *podcast* também realiza séries especiais sobre assuntos relevantes, como na série *Justiça Reprodutiva para Mães-Mulheres com Deficiência*, que traz depoimentos e reflexões sobre a maternidade de mulheres com deficiência. Os episódios do Malamanhadas são disponibilizados no site oficial (www.malamanhadas.com), no

⁸ Atualmente o fundador mantém outra versão do arranjo na cidade de Diadema, São Paulo, o Fala Diadema. No entanto, a pesquisa se refere somente à iniciativa que atua em Teresina.

YouTube (www.youtube.com/@malamanhadaspodcast7190/videos) e em plataformas de áudio.

O Estado do Piauí, fundado em 2021, é um site que realiza coberturas em algumas das principais áreas de interesse público, como política, economia, educação, tecnologia, saúde, cultura, esporte e meio ambiente. Em sua proposta editorial, explicitada em texto disponível no site - que prefere se definir como “plataforma de conteúdo” -, afirma que busca produzir reportagens, análises e opiniões que estimulem o exercício da cidadania e o debate de ideias: "Os assuntos são abordados com disposição crítica, incentivando debates saudáveis sobre todos os assuntos. Como princípio, a liberdade de questionamento, seja de autoridades ou quaisquer poderes estabelecidos, mantendo o respeito às instituições e às pessoas", destacam. O Estado do Piauí pode ser acessado pelo endereço eletrônico <https://oestadodopiauui.com/>.

No ar desde 2018, o site Ocorre Diário se posiciona como plataforma de comunicação popular e colaborativa, que busca fazer comunicação que "liberte as potências emancipatórias, dialógicas, plurais e decoloniais da informação", conforme declaram em sua *homepage*, acessível no endereço eletrônico <https://ocorrediarario.com/>. O Ocorre Diário aborda temas como meio ambiente, direitos humanos, educação, arte e cultura, entre outros, e tem como prioridade dar espaço para movimentos sociais. “Estamos entre jornalistas, fotógrafos, comunitários, arquitetos, artistas e colaboradores tantos, cartografando os afetos de quem tá no corre diário dessa vida”, afirmam.

Criada em 2012, a revista Revestrés foi fundada pelo publicitário André Gonçalves e pelo professor de Literatura Wellington Soares. Com veiculação impressa inicialmente bimestral e, posteriormente, trimestral, o periódico aborda temas relacionados à literatura, arte e cultura, tendo como principal objetivo discussões sobre a produção artística e cultural regional, estabelecendo relações entre essa produção e a nacional e internacional. Sua proposta é servir como espaço de reflexão, estímulo a debates, crítica e divulgação de temas, obras e autores locais e nacionais, trazendo reportagens, entrevistas, ensaios fotográficos, artes visuais, resenhas, contos, poesia, textos acadêmicos, crônicas e discussões sobre racismos, gêneros e feminismo. Em sua versão impressa, Revestrés circulou até a 51ª edição, em 2022, editada, produzida e impressa pela Editora Quimera e vendida em bancas e por meio de assinaturas. Agora,

está ativa apenas digitalmente, com conteúdo gratuito, pelo endereço eletrônico <https://revistarevestres.com.br/>.

As perguntas aplicadas aos fundadores dos arranjos tomaram como base o relatório da pesquisa "As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia" (Fígaro, 2018). Para a apresentação desta análise, foram levadas em consideração dez perguntas para caracterizar as mídias contra-hegemônicas teresinenses. São elas: 1) nome e gênero com o qual se identifica(m) o(s) fundadores (as), 2) idade, 3) nível de escolaridade, 4) profissão, 5) fundação da iniciativa/arranjo, 6) quantitativo de colaboradores na iniciativa/arranjo, 7) quantitativo de jornalistas na iniciativa/arranjo, 8) tipo de vínculo de colaboradores, 9) formatos de sustentação da iniciativa/arranjo e 10) como definem o que fazem e se consideram jornalismo aquilo que fazem.

Em relação às questões de gênero, a pesquisa indagou com qual gênero os entrevistados se identificam. O recorte majoritário de gênero masculino (71,42%) à frente dos arranjos pode apontar uma possível desigualdade de oportunidades, recursos e de acesso das mulheres à criação de iniciativas jornalísticas alternativas. Isso também alerta para o contexto mais estrutural. O dado também pode ser visto em contraponto com o encontrado pelo Perfil dos Jornalistas Brasileiros 2021 (2022), pesquisa nacional que encontrou uma profissão com predomínio feminino, com 57,8% de mulheres, contra 41,9% que se identificaram como gênero masculino.

Tabela 1 - Com que gênero se identificam fundadores dos arranjos alternativos de Teresina?

X	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM (%)
Masculino	10	71,42%
Feminino	4	28,57%
Outros	0	0%
Total	14	100%

A faixa etária dos fundadores de arranjos é bem ampla, indo dos 23 aos 64 anos. A predominância está na faixa de idade entre 23 e 40 anos, com mais de 70% do total, evidenciando um perfil jovem e adulto à frente das iniciativas teresinenses.

Tabela 2 - A que faixa etária pertencem os fundadores dos arranjos alternativos de Teresina?

X	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM (%)
Entre 18 anos e 22 anos	0	0%
Entre 23 anos e 30 anos	5	35,71%
Entre 31 anos e 40 anos	5	35,71%
Entre 41 anos e 50 anos	2	14,29%
Entre 51 anos e 64 anos	2	14,29%
Acima de 64 anos	0	0%
TOTAL:	14	100%

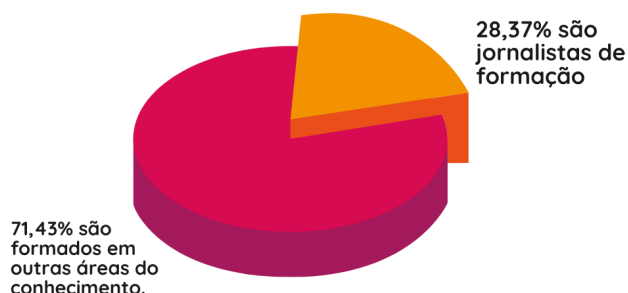
Os dados referentes à escolaridade revelam uma relação entre ensino superior e a criação dos arranjos contra-hegemônicos em Teresina. Nenhum dos fundadores têm apenas ensino médio. 57,14% possuem, no mínimo, graduação. Os com mestrado e doutorado somam quase 30%.

Tabela 3 - Qual o grau de escolaridade dos fundadores dos arranjos?

X	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM (%)
Médio	0	0%
Superior (Graduação)	8	57,14%
Pós-graduação	2	14,29%
Mestrado	2	14,29%
Doutorado	2	14,29%
TOTAL	14	100%

Por outro lado, no que diz respeito à formação jornalística, menos de 30% são graduados em Jornalismo. Ao passo que isso demonstra o diálogo interdisciplinar de profissionais de outras áreas na comunicação, também sugere que o perfil dos fundadores de veículos alternativos é o de pessoas que buscam criar outras formas de, fora das mídias hegemônicas, divulgar informações acerca de temas de seu interesse. Os demais fundadores declararam formação nas áreas de Direito, Publicidade, História, Letras, Administração e outras licenciaturas.

Gráfico 1 - Sobre a formação dos fundadores dos arranjos alternativos de Teresina



Número expressivo das iniciativas funciona com prestação de trabalho voluntário. Das oito iniciativas, apenas uma possui atividade regular com remuneração definida. Esses números também impactam diretamente na manutenção dos arranjos, na quantidade de trabalhadores ativos e na existência dos veículos. Durante a pesquisa foi verificado que, das oito iniciativas, quatro (50%) eram mantidas por meio de patrocínio. Outras formas complementares, como comercialização de produtos e prestação de serviços, são estratégias de outras duas mídias que também fazem uso de patrocínio para sua sobrevivência. Veiculação de anúncios dentro das plataformas foi a forma de manutenção de outros dois arranjos. Em três veículos os editais de fomento foram destacados como formas de financiamento para manutenção das iniciativas.

Tabela 4 - Qual o tipo de vínculo de trabalho nos arranjos?

X	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM (%)
Voluntário	5	62,5%
Atividade regular com remuneração definida	1	12,5%
Atividade regular com remuneração sem frequência definida	1	12,5%
Freelancer	1	12,5%
TOTAL	8	100%

O quantitativo de pessoas trabalhando também esbarra nas questões financeiras. Tendo em vista que mais de 60% das iniciativas funcionam no modelo voluntário de

serviço, o quantitativo de pessoas trabalhando nos arranjos também é menor: mais de 50% atuam com até cinco colaboradores.

Tabela 5 - Quantas pessoas trabalham nos arranjos?

X	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM (%)
Até cinco pessoas	4	50,00%
Até 10 pessoas	2	25,00%
Até 20 pessoas	1	12,50%
Mais de 20 pessoas	1	12,50%
TOTAL	8	100%

Mais de 60% dos veículos possuem até cinco anos de existência, enquanto somente duas iniciativas circulam há mais de 10 anos. A pouca idade dos veículos indica que são iniciativas recentes, surgidas em resposta aos desafios, demandas e oportunidades do cenário atual. Fruto de adaptações tecnológicas e experimentações de novas linguagens, eles também surgem como meios de comunicação para públicos mais nichados. Por outro lado, a pouca idade dos veículos alerta para as dificuldades e riscos para se manterem ativos e relevantes ao longo do tempo, tendo em vista que são mais suscetíveis a sofrerem com falta de recursos financeiros, humanos e materiais para desenvolvimento de suas propostas.

Tabela 6 - Há quanto tempo os arranjos existem?

X	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM (%)
Até cinco anos	5	62,50%
Até 10 anos	1	12,50%
Mais de 10 anos	2	25,00%
TOTAL	8	100%

Dentre as iniciativas analisadas pela pesquisa, 50% classificam seu conteúdo como jornalístico (Fala Dirceu, Ocorre Diário, O Estado do Piauí e Revista Revestrés - sendo esta, mais especificamente, autodenominada de jornalismo cultural). Arranjos como Geleia Total e Acrobatas não se classificam como jornalismo e reforçam que a existência de suas iniciativas, apesar de próximas do jornalismo cultural, se classifica como divulgação cultural. O podcast Malamanhadas destaca que usa "práticas do

jornalismo e de comunicação social", não posicionando seu conteúdo como jornalístico. O arranjo *fact-check* Coar, declarou que não se considera jornalismo, mas uma "checadora de fatos".

Nota-se que as iniciativas que se classificam como jornalísticas são aquelas que, a princípio, seguem práticas e critérios comuns do jornalismo considerado profissional, como coleta e apuração de informações e uma maior preocupação com periodicidade de publicações, ainda que essa frequência possa variar. Entre os objetivos desses arranjos se destacam a busca de pautas e fontes que podem estar ausentes das mídias hegemônicas e análises da realidade local e regional. Entre aquelas que não se classificam como jornalísticas ou têm posição ambígua sobre isso, pode-se encontrar mais facilmente princípios e normas de outras áreas, como a arte, e de outras formas de comunicação, como a publicidade e relações públicas. Nesses arranjos é possível observar um interesse maior em divulgação de produções e produtores e um serviço público, como agenda, sobre eventos e produções culturais da região.

Conclusões

Os resultados preliminares permitem comentários sobre algumas das características apresentadas pelos arranjos de comunicação que atuam em Teresina. Dado que esse trabalho segue em andamento, que novos arranjos podem ser incluídos nessa amostra e que os arranjos podem ter suas configurações alteradas a partir de suas formatações um tanto instáveis e, também, das incertezas quanto à manutenção financeira, cabe lembrar que as conclusões apresentadas são provisórias. Mesmo assim, os dados coletados até o momento indicam tendências e contribuem para que seja possível pesquisar e acompanhar transformações no fazer jornalístico e nas configurações dos grupos que atuam no segmento.

Percebe-se que esses arranjos são formados em sua totalidade por pessoas com formação universitária, porém não somente por jornalistas e estudantes de Comunicação e Jornalismo - no recorte da pesquisa, esse perfil está restrito a cerca de um terço dos que trabalham nos arranjos - mas, também, por profissionais de Publicidade, Direito, História, Letras, Administração, entre outros. Observa-se, ainda, a tendência de serem compostos por grupos majoritariamente jovens, com parcela significativa tendo menos

de 30 anos e pelo menos a metade deles tendo menos de 40 anos, o que pode indicar alguma dificuldade para a inserção de jovens profissionais nos veículos da mídia convencional, necessitando-se observação mais acurada para identificar se isso é reflexo de aspectos econômicos do setor - poucas vagas ou baixa remuneração, por exemplo - ou de divergências ideológicas em relação às abordagens da mídia convencional.

Todos os arranjos enfrentam o mesmo problema para se manterem em atividade: a escassez de financiamento, havendo ausência de anunciantes ou dificuldade em mantê-los ativos, o que acaba por se traduzir em impossibilidade de planejamento que permita fôlego financeiro às iniciativas. Verifica-se que a maior parte dos fundadores e primeiros participantes dessas iniciativas contra-hegemônicas permanece nos arranjos mesmo com as dificuldades de remuneração, o que indica que tal característica merece um olhar direcionado à identificação e compreensão das recompensas não materiais possivelmente encontradas nessa modalidade.. Tais recompensas podem ainda justificar os porquês desses modelos buscarem pautas e fontes em geral ausentes na mídia convencional, conseguindo encontrar soluções criativas e eventualmente com alguma repercussão. Esses arranjos costumam ofertar conteúdos de diversos tipos, abordando temas referentes a grupos, movimentos sociais e acontecimentos por meio de aspectos culturais, muitas vezes fazendo um contraponto à mídia convencional local, que costuma se debruçar maciçamente em pautas com personagens da política tradicional, instituições oficiais e ausência de crítica..

As análises produzidas até aqui se concentraram em conhecer minimamente como se organizam e atuam esses arranjos, sendo necessário avançar nos estudos em busca de novas respostas para atender à complexidade do quadro observado, sempre articulando fenômenos globais e suas interfaces e desdobramentos em cenários localizados à margem dos grandes centros, também impactados por transformações gerais. Tais investigações colaboram com o estudo das transformações pelas quais passa o jornalismo e para uma melhor apreensão sobre o que o jornalismo está se tornando.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, R. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do trabalho. São Paulo: Cortez, 2011.

_____. **Capitalismo pandêmico.** São Paulo: Boitempo, 2022.

BOLAÑO, C. **Indústria cultural**: informação e capitalismo. São Paulo: Polis, 2000.

BOLAÑO, C.; MARTINS, H.; VALENTE, J.C.L. Para a análise teórico-metodológica das plataformas digitais como estruturas de mediação a partir da Economia Política da Comunicação. **AVATARES de la comunicación y la cultura**, Revista de la carrera de Ciências de la Comunicación, Facultad de Ciências Sociales, Universidad de Buenos Aires, Nº 24, dez. 2022. Disponível em: file:///C:/Google%20Drive/_Notebook/Downloads/7615-22952-3-PB.pdf
Acesso em: 10 jun 2023.

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

GOHN, M. da G, BRINGEL, B.M. **Manifestações e protestos no Brasil**: correntes e contracorrentes na atualidade. São Paulo: Cortez, 2017.

GROHMANN, R. Trabalho plataformizado e luta de classes. **Margem esquerda**, N.36. São Paulo: Boitempo, 2021.

KUCINSKY, B. **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

MICK, J.; TAVARES, L.M. A governança do jornalismo e alternativas para a crise. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, SBPJor. **Anais [...]**. v.13, n.2, 2017. P.120-145.

MOSCO, V. **La economía política de la comunicación**. Barcelona: Editorial Bosch, 2009.

MOROZOV, E. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. O estudo do jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **In Texto**. Porto Alegre: UFRGS, v.01, n. 24, 2011. P. 38-57.

ROVAI, R. **Um novo ecossistema midiático**: a história do jornalismo digital no Brasil. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Clacso, 2018.

RUELLAN, D. Changements et continuités structurelles du journalisme. In: Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo. Brasília, abril 2011. **Atas [...]**. Brasília, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2011. P. 5-9.

VALENTE, J. C. L. **Tecnologia, informação e poder**: das plataformas online aos monopólios digitais. 2019. 400f., il. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

WARK, M. **O capital está morto**. São Paulo: Editora Funilaria e sobinfluência, 2022.

ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.