

## **A Rede Cajueira e a sua relação com o território nordestino<sup>1</sup>**

Henrique Pimenta de Araujo Falcão<sup>2</sup>

Hérica Lene Brito<sup>3</sup>

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, BA

### **RESUMO**

A relação entre o território, visto como uma construção material e simbólica, e o jornalismo se dá quando consideramos que o último é condicionado e também condiciona o primeiro. A partir disso este artigo busca compreender a partir da revisão bibliográfica e da análise da aba “sobre” da Rede Cajueira, uma curadoria de conteúdo independente do Nordeste, a relação entre o território em que esta organização está inserida e como isso impacta o seu *ethos* discursivo. Para a continuidade da pesquisa se mostra essencial compreender como a Cajueira, que propõe em seu manifesto mudar a imagética-discursiva do Nordeste, coloca isso em prática.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo Alternativo; Jornalismo Independente; Território; Nordeste; Rede Cajueira.

### **1. INTRODUÇÃO**

Uma região não se define por suas delimitações físicas e naturais, de forma objetiva como proposto pela geografia física, e nem sua essência se define a partir da geografia humana (Barbalho, 2004). Esses territórios são, como todos os outros, construções materiais e simbólicas, ou seja, existem na relação espaço-tempo-vivido, e como destaca Oliveira e Felippi (2023, p. 122), eles “condicionam e são condicionados pelas atividades de produção que nele se estabelecem, mediadas por relações de poder”.

O Nordeste portanto não é algo dado, que sempre existiu e foi descoberto. Pelo contrário, ele é uma construção, que segundo Barbalho (2004), se dá a partir das práticas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Economia Política da Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 8º semestre do curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFRB, membro do Grupo de Pesquisa COMUNIME - Comunicação, Identidades e memória, email: [henriquepimenta.fsa@gmail.com](mailto:henriquepimenta.fsa@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho, Professora do curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFRB, coordenadora do Grupo de Pesquisa COMUNIME - Comunicação, Identidades e memória, email: [hericalene@ufrb.edu.br](mailto:hericalene@ufrb.edu.br).

discursivas e não discursivas a partir do século XX. O autor defende que essa região é fruto de uma elite política e intelectual que perdia seus privilégios com o declínio econômico, por isso utilizando a indústria da seca, fundaram o conceito de Nordeste aceitando a sua derrota, e o mantendo como uma região presa ao passado e ao atraso, que não podia assim se modernizar. O autor destaca também a importância da produção cultural para a construção do Nordeste da seca, da violência, da incivilização e do fanatismo.

Oliveira e Felippi (2023) observam que o jornalismo, sendo um fenômeno humano, está inserido nesses territórios e não são indiferentes a eles, sendo uma atividade de produção simbólica-cultural, política e de mercadoria. Segundo Barbalho (2004), o jornalismo foi vital para a construção da ideia Nordeste e que a imprensa tradicional foi fundamental para perpetuar a visão do Nordeste estereotipada e muitas vezes preconceituosa. O autor defende que somente iniciativas alternativas podem mudar essa visão.

Este estudo faz parte das pesquisas do autor para o Trabalho de Conclusão de Curso que está em andamento, que versa sobre a reinvenção do Nordeste através do jornalismo independente. Tendo isso em vista, o objetivo deste artigo é analisar através do discurso da Rede Cajueira, uma curadoria de jornalismo independente, como o território influencia a sua identidade, e portanto, a produção de seu conteúdo. Para isso faremos uma revisão bibliográfica de temas ligados aos aspectos do jornalismo independente ou alternativo, além do conceito de território e a sua relação com os meios de comunicação.

A investigação se dará a partir da aba “sobre” da Cajueira, pois como observa Almeida Filho e Silva (2017), é nesta seção que se encontra de forma mais visível a competência midiática dos veículos, e apresenta também de forma mais consolidada o seu *ethos* discursivo, que segundo os autores expressam a identidade do enunciador.

## **2. JORNALISMO INDEPENDENTE E O TERRITÓRIO**

O jornalismo tradicional enfrenta, segundo Ramonet (2015), não só uma crise no seu modelo de negócios, trazida pela revolução tecnológica, como também uma crise na sua credibilidade e confiança junto com a audiência. Mick e Tavares (2017) entendem que essa crise se dá pela governança do modelo tradicional de se fazer jornalismo. Os autores defendem que mudanças nessa governança é o caminho para superar as transformações que o jornalismo está passando.

Se admitirmos essa premissa, o caminho de superação da crise reside menos em perseguir novas maneiras de rentabilizar o jornalismo como um negócio oferecido por empresas, que em conceber formas alternativas de governança,

que recriem, sob outras bases, as relações entre os jornalistas e seus públicos (Mick, Tavares, 2017, p.121).

A partir das transformações da profissão e da crise do modelo tradicional, surgem novas iniciativas de jornalismo alternativo, que, como o próprio nome já diz, buscam caminhos para contornar os problemas encontrados no jornalismo hegemônico (Oliveira, 2021), profundamente interessados na manutenção do *establishment*, ou seja, na preservação da ideologia dominante.

Essa quebra com a estrutura dominante leva a uma busca por independência, tanto econômica como editorial, sendo que elas estão intimamente conectadas. Daí também a possibilidade da nomenclatura jornalismo independente. Nesses modelos, é possível identificar uma visão crítica da realidade, que defende abertamente posições sociais, políticas, econômicas e culturais (Oliveira, 2021).

O jornalismo alternativo propõe assim dar voz a pessoas e temas que não têm espaço nos veículos tradicionais, visando levantar questões importantes para a sociedade, pois o jornalismo não apenas comunica conhecimento sobre a realidade, mas é uma ator ativo que a produz e reproduz. Oliveira (2021) também identifica no jornalismo independente um agente de mudança, que impacta diretamente o território em que é produzido, pois ela mediatiza a esfera pública garantindo participação política. Ainda segundo a autora, o jornalismo se constitui na relação entre cultura e espaço, na qual sua materialização se dá nos territórios. O território seria, segundo a autora, “um recorte espacial de construção material e simbólica, a partir das atividades de produção, definido pelo uso dos sujeitos em sociedade e suas relações de poder, sendo, um espaço-tempo-vivido” (Oliveira, 2021, p. 59).

Segundo Oliveira e Felippi (2023), o jornalismo realizado dentro desses territórios se constitui como atividade de produção cultural-simbólica, política e econômica, e por isso é condicionado por ele, e em contrapartida condiciona o próprio território. Partindo deste conceito o jornalismo independente “se apropria dos territórios, especialmente dos territórios simbólicos, e faz disso uma estratégia, consciente ou não, de diferenciação e identidade, expressando subjetividades de uma identificação coletiva com essas territorialidades” (Oliveira, 2021, p. 196).

### **3. A REDE CAJUEIRA E O NORDESTE**

A Rede Cajueira, objeto desta pesquisa, foi criada em 2020 por quatro nordestinas como uma Newsletter quinzenal voltada para a curadoria de jornalismo independente do Nordeste. Observando o *discurso* da organização, através da análise da aba “sobre”, propomos

identificar a relação entre território e comunicação, e como isto impacta seu conteúdo. A partir da revisão teórica realizada, discutiremos como a relação entre o jornalismo independente e o território se materializa no *ethos* discursivo da Cajueira.

Como observa Oliveira (2021) os veículos independentes que se ancoram no território, como o caso da Rede Cajueira, além da matriz racional-iluminista, ativa também a matriz popular, dessa forma, “reconhece e valoriza as especificidades desse espaço, assim como também identifica e denuncia suas mazelas, dando, de alguma maneira, sustentação às dinâmicas de desenvolvimento regional” (Ibid, 2021, p. 314).

Já na primeira oração da aba “sobre”, a Rede Cajueira declara sua busca como uma organização: “descentralizar a mídia no Brasil e fortalecer o jornalismo independente feito no Nordeste”. Aqui identificamos duas coisas, a primeira é que ela se coloca como uma entusiasta do jornalismo independente, identificando que existe um monopólio da mídia no Brasil que não é capaz de dar conta da diversidade de temas, locais e vozes. A segunda é que entre o dito e o não-dito ela identifica que esse monopólio se concentra em uma espacialidade, mais especificamente no eixo Rio-São Paulo.

Na sua continuidade a Rede Cajueira declara quem a produz, quatro nordestinas que objetivavam na sua fundação “produzir uma newsletter quinzenal e gratuita, com uma curadoria de conteúdos dos nove estados da região”. Destacar isso para a Rede Cajueira é fundamental, pois ela entende que quem está por trás impacta diretamente como esse conteúdo será produzido e de qual ponto de vista ele será dito, ao passo, que está declarando porque ela tem competência para falar do Nordeste (Charaudeau, 2006 *apud* Almeida Filho & Silva, 2017).

No segundo parágrafo da aba “sobre” a Cajueira continua a listar suas prioridades, que também se dá ao “valorizar a diversidade de produções da mídia independente nordestina, combatendo preconceitos e a reprodução de estereótipos sobre o Nordeste”. Citar o combate dos preconceitos e estereótipos é mais uma forma de declarar que além de buscar falar do Nordeste e dos nordestinos, ela também busca desconstruir a imagética-discursiva que se tem sobre essa região e seu povo.

Para Freire Filho (2004) os estereótipos são ferramentas ideológicas que visam a organização da sociedade, ou seja, é um dos aspectos da luta pela hegemonia, que visa nesse sentido a manutenção das forças dominantes e de sua tentativa de “modelar toda a sociedade de acordo com sua visão de mundo, seu sistema de valores e sua sensibilidade” (Hall, 1997 *apud* Freire Filho, 2004, p. 48).

No tópico “Manifesto Cajueira”, a organização continua sua abordagem de como o Nordeste é visto pela mídia nacional, que abordam o chão rachado, e que cristalizam a imagem da miséria, da fome, no imaginário popular de um Nordeste homogêneo. E continua:

Pesquise ‘Nordeste’ no Google e verá. Predominantemente, você vai encontrar imagens de paisagens ressequidas ou de belas praias. Essa visão polarizada persiste, de muitas formas, no discurso da mídia hegemônica, que trata a região com termos como “rincões” e “Brasil profundo”.

Autoridades usam chapéu de couro, traje de boiadeiro, evocando o imaginário de um território carente e atrasado, onde vive uma população inculta, em luta pela sobrevivência. Quando retratado como o “lugar de férias”, alimenta-se a falácia do “nordestino preguiçoso”, ignorando a importância histórica, cultural e econômica dos estados da região.

Ao dizer isso, a Rede Cajueira está identificando as suas condições de produções, que como define Eni Orlandi (2015), pode ser consideradas no sentido estrito, que seria as circunstância da enunciação ou o contexto imediato, e também no sentido amplo, o contexto sócio-histórico e ideológico. Ao considerar a Rede Cajueira como um veículo alternativo, ou contra-hegemônico, e o local de onde ela enuncia, entendemos como seu conteúdo será moldado na busca por uma superação de preconceitos e estereótipos estabelecidos através da diversidade e dando voz aos nordestinos, levando muitas vezes a repetição de palavras como descentralização e pluralidade.

Ainda na aba “sobre”, a Cajueira traz o conceito de Invenção do Nordeste do historiador Muniz Albuquerque Júnior, que entende que essa região é uma construção social, que se dá por uma elite que busca ver no nordeste como local do passado, das velhas glórias. Como também uma elite política que busca na indústria da seca atrair olhares e recursos federais. Ao trazer esse conceito a Rede Cajueira coloca o Nordeste na possibilidade de uma mudança, pois da mesma forma como foi construída, vislumbra-se uma desconstrução para, então, ter uma reinvenção, pois assim como os meios de comunicação são moldados pelo território, eles também são capazes de moldar os territórios nos quais estão inseridos (Oliveira, 2021).

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da curadoria de jornalismo independente do Nordeste e enxergando de forma crítica o local em que está inserido, é que a Rede Cajueira molda o seu *ethos* discursivo, fortemente conectado com o território, pois sem ele a identidade da organização seria completamente anulada. Ao mesmo tempo se nota a preocupação com a imagética-discursiva sobre o Nordeste, e sobretudo, a organização age em busca da mudança dessa imagem.

O território é fundamental para a Rede Cajueira, pois estando no cerne da sua identidade, ela impacta a sua produção, que busca o distanciamento com jornalismo tradicional e de sua cobertura preconceituosa sobre o Nordeste, seja de forma consciente ou não.

O presente artigo não dá conta de estudar a complexidade da relação entre o jornalismo independente e a mudança dessa imagem negativa sobre o Nordeste, porém, como uma pesquisa introdutória, se mostra fundamental para entender a relação entre o território e a Rede Cajueira. Na continuidade da pesquisa é fundamental entender como se deu a perpetuação da imagem do Nordeste para o restante do país e como a Rede Cajueira pretende modificá-la através da sua curadoria.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA FILHO, Edgard Patrício de; 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. Disponível em <<https://www.rbhdr.net/revista/index.php/rbhdr/article/view/4851>>. Acesso em: 09 mar. 2024.

BARBALHO, Alexandre. Estado, mídia e identidade: políticas de cultura no Nordeste contemporâneo. **Revista Alceu**, v. 4, n. 8, p. 156-167, 2004. Disponível em <<https://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=157&sid=17>>. Acesso em: 05 mar. 2025.

FREIRE FILHO, João. Mídia, estereótipo e representação das minorias. **Revista Eco-Pós**, v. 7, n. 2, p. 45-71, 2004. Disponível em <[https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/1120](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/1120)>. Acesso em: 30 out. 2024.

MICK, Jacques; TAVARES, Luisa. Governance of Journalism and Alternatives to the Crisis. **Brazilian Journalism Research**, v. 13, n. 2, p. 114-140, 2017. Disponível em <<https://doi.org/10.25200/BJR.v13n2.2017.948>>. Acesso em: 18 mar. 2024

OLIVEIRA, Vanessa Costa de. **A configuração da forma cultural do jornalismo independente nos territórios latino-americanos**. 2021. 339 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional). Universidade de Santa Cruz do Sul, Curitiba, 2021.

OLIVEIRA, Vanessa Costa de; FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. Jornalismo independente latino-americano: a configuração de uma forma cultural. **Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 154, p. 119-137, 2023.

ORLANDI, Eni P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 12ª Edição. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015.

RAMONET, Ignacio. Meios de Comunicação: um poder a serviço de interesses privados? In: DE MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. *Mídia, poder e contrapoder: Da concentração monopólica à democratização da comunicação*. Boitempo Editorial, 2015. **Mídia, poder e contrapoder: Da concentração monopólica à democratização da comunicação**. Boitempo Editorial, p. 50-68, 2015.