

Recebimento: 30/04/2019

Aceite: 30/05/2019

## **TERRITORIALIDADE E *ETHOS* EM INICIATIVAS DE JORNALISMO INDEPENDENTE DO NORDESTE DO BRASIL<sup>1</sup>**

## **TERRITORIALITY AND *ETHOS* IN INDEPENDENT JOURNALISM INITIATIVES IN THE NORTHEAST OF BRAZIL**

**Edgard Patrício de Almeida Filho<sup>2</sup>**  
**Naiana Rodrigues Silva<sup>3</sup>**

### **Resumo**

O jornalismo contemporâneo vive processos de reconfiguração econômica, cultural e tecnológica que incidem em seus discursos, nas condições de trabalho e na identidade do jornalismo e do jornalista. Esses reordenamentos incluem o aparecimento de iniciativas de jornalismo independente sob novas condições de trabalho. Em 2016, a Agência Pública lançou o Mapa do Jornalismo Independente, que cataloga iniciativas em todo o Brasil. Destas, 17 iniciativas estão na região Nordeste do Brasil. Esse estudo visa identificar marcas de territorialidade no *ethos* dessas iniciativas de jornalismo independente do Nordeste. Analisamos as seções ‘Sobre’ e ‘Quem somos’ nos sites desses coletivos para reconhecer a presença do território como aporte simbólico, e perceber como a regionalidade define as identidades das iniciativas. Os resultados da análise apontam que os diversos *ethé* das iniciativas de jornalismo independente, aqui analisadas, dão conta da diversidade dos grupos. Estão vinculados a uma identidade cultural, a territórios físicos e ao território do jornalismo, envoltos, assim, em resultados e projeções que ampliam sua complexidade de análise. Esses *ethés* vinculados a territórios físicos ainda admitem uma subdivisão de espaço delimitado, indo de um bairro, passando por uma cidade e chegando a ‘zonas’ de atuação, como as regiões periféricas. Essa delimitação de ‘ocupação’ está quase sempre vinculada a uma percepção de identidade cultural.

**Palavras-chave:** Jornalismo independente. Território. Ethos. Região Nordeste.

### **Abstract**

Contemporary journalism is experiencing processes of economic, cultural and technological reconfiguration that affect its discourses, working conditions and the identity of journalism and journalist. These reorganizations include the emergence of independent journalism initiatives under

<sup>1</sup> Versão anterior desse trabalho foi apresentada durante o 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor 2018 (São Paulo, 7 a 9 de novembro de 2018).

<sup>2</sup> Doutor em Educação Brasileira (UFC). Professor da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE – Brasil. E-mail: edgard@ufc.br

<sup>3</sup> Doutoranda em Comunicação (USP). Professora da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE – Brasil. E-mail: naianarodrigues@gmail.com

new working conditions. In 2016, the Agência Pública launched the Map of Independent Journalism, which catalogs initiatives throughout Brazil. Of these, 17 initiatives are in the Northeast region of Brazil. This study aims to identify territoriality marks in the ethos of these independent journalism initiatives in the Northeast. We analyze the 'About' and 'Who we are' sections on the sites of these collectives to recognize the presence of the territory as a symbolic contribution, and to understand how regionality defines the identities of the initiatives. The results of the analysis indicate that the diverse ethos of the independent journalism initiatives analyzed here account for the diversity of the groups. They are linked to a cultural identity, to the physical territories and to the territory of journalism, thus wrapped in results and projections that amplify its complexity of analysis. These ethos linked to physical territories still admit a subdivision of delimited space, going from a neighborhood, through a city and reaching 'zones' of action, such as the outlying regions. This delimitation of 'occupation' is almost always linked to a perception of cultural identity.

**Keywords:** Independent journalism. Territory. Ethos. Northeast Region.

## Introdução

É possível se pensar numa *startup* de produção de jornalismo? A cadeia produtiva do jornalismo se modifica. Esses processos refletem características mais amplas das transformações sociais. E presenciam-se alterações cada vez mais vertiginosas no âmbito de atuação dos profissionais. Atente-se para o fato de que a relevância dos jornalistas freelancers na pesquisa do campo foi notada depois de quase um século de uma estruturação organizacional centrada no ambiente da redação, e sua inserção no modo fordista de produção. Do trabalho como freelancer ao aparecimento de organizações de jornalismo independentes com amplo impacto na sociedade, não se passaram mais que 30 anos! Na base dessas transformações, aparece a inserção tecnológica como variável preponderante.

O uso e acesso da tecnologia no processo de produção e disseminação da informação jornalística não se verificam de forma equânime entre as corporações midiáticas. Muitas empresas de comunicação estão condicionadas às especificidades regionais, sejam de ordem cultural ou financeira, para implantação de ambientes de produção com a presença intensiva da tecnologia. Mesmo sendo uma variável comum, a utilização intensiva da tecnologia não atende a um único padrão, mesmo entre os grupos independentes de produção do jornalismo, incluindo aqueles que são nativos digitais. De acordo com as estratégias de sustentabilidade financeira dessas iniciativas, as rotinas produtivas se modificam - de certa maneira, a disponibilidade de recursos financeiros impacta mais as rotinas produtivas, e o alcance da cobertura, que os processos de disseminação da informação, que mantêm custos uniformes independentemente da quantidade de tráfego.

Nessa cadeia de articulações, o capitalismo orienta a estruturação organizacional do jornalismo; um componente básico dessa estruturação é a inserção tecnológica; a inserção tecnológica 'chega' em diferentes momentos temporais às práticas de jornalismo - exemplo perceptível é o processo de convergência midiática das corporações convencionais de produção de jornalismo. A convergência foi realidade inicialmente no *The New York Times*, em momento posterior na Folha de São Paulo e só depois no Jornal O Povo, de Fortaleza. Diferentes contextos, diferentes processos, regionalidades diversas vão condicionando as práticas, os fazeres jornalísticos. Poderíamos falar em identidades também diversas, ou uma convivência de modos de produção de jornalismos.

A epistemologia e conceituação na pesquisa do campo também não acompanharam o mesmo ritmo das transformações.

A conceituação do jornalismo como uma prática estável ou como um conjunto de rotinas seguido por um conjunto limitado de atores, que é empiricamente acessada através do ponto de acesso da redação e entendida exclusivamente através da sua importância para a democracia, simplesmente não permite uma visão sobre a miríade real de práticas, conceituações, implicações, bem como para a diversidade de atores e atuantes que moldam de uma forma ou de outra o que o jornalismo é (ou o que ele está se tornando). (DEUZE; WITSCHGE, 2015, p. 23)

Desse modo, a condicionante das regionalidades, com todas suas variáveis imbricadas, deve ser considerada nas definições e desenvolvimento da pesquisa nos jornalismo. E as pesquisas sobre as iniciativas de jornalismo independente não poderiam estar excluídas desse direcionamento. Passa-se de uma perspectiva estanque de compreensão - o que o jornalismo é; para uma percepção dinâmica dos jornalismo que estão sendo praticados, uma compreensão pautada pelo vir-a-ser.

### **Novos jornalismo, novos arranjos, novas identidades**

A pluralidade ou pluralismo é vista como pré-requisito para que a mídia seja plataforma de um discurso democrático (UNESCO, 2010). Assim, um dos elementos essenciais para que o Jornalismo atenda à sua função social é a promoção da pluralidade, entendida como a diversidade de pontos de vista e de opiniões acerca dos diversos temas debatidos no espaço público, em especial daqueles que tratam de assuntos do interesse da coletividade. Numa sociedade oligopolizada por conglomerados midiáticos, o aparecimento de iniciativas independentes de jornalismo pode contribuir para o fortalecimento da pluralidade na cobertura. Nesse contexto, “La aparición de nuevos actores comunicativos surge en un escenario propicio para la innovación, por el auge de la web social y el empleo de tecnologías de la información y la comunicación por importantes sectores de la población (...)”. (LÓPEZ-GARCÍA; NEGREIRA-REY; RODRÍGUEZ-VÁSQUEZ, 2016, p. 226).

Se as redações ficam cada dia mais enxutas, com a lógica do profissional multimídia e das demissões constantes, o empreendedorismo acaba surgindo como solução possível para um número cada vez maior de profissionais que se veem fora do mercado mesmo com grande experiência. Em paralelo, há uma crítica generalizada de que os meios tradicionais quebraram ‘o pacto’ que tinham com o público (CRISTOFOLETTI, 2016), especialmente em pautas que abordam política, direitos humanos e movimentos sociais. Realidades que impulsionariam as iniciativas independentes, organizadas em coletivos e com um sentimento mais forte de responsabilidade social.

Iniciativas de jornalismo independente, no Brasil, foram sistematizadas a partir da elaboração do Mapa do Jornalismo Independente, um projeto da Agência Pública. Para a inserção dos projetos no mapa, a Pública considerou “aquelas que nasceram na rede, fruto de projetos coletivos e não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas”<sup>4</sup>. A noção de independência está relacionada a projetos em plataformas digitais, que sejam uma iniciativa coletiva e sem vinculação com os tradicionais ‘proprietários’ dos veículos de comunicação. Essa última característica apontaria para outro elemento de independência, o financiamento, a partir da autossustentabilidade, “uma das marcas desta geração que está surgindo no jornalismo nacional”.

Mas o movimento de iniciativas de jornalismo independente não é uma novidade. Reis (2017) elenca, num período bem anterior, as experiências de jornais humorísticos impressos nos anos 1930, como ‘A Manhã’, sem esquecer das revistas ‘Pasquim’ e ‘Realidade’, durante a ditadura brasileira. Os processos de comunicação comunitária, alternativa e popular na América Latina, com repercussão no jornalismo, no processo de transição dos regimes ditatoriais na região, são reconhecidos também como independentes (FESTA, 1984). Então, quais as diferenças que permeiam esses momentos e que exigem um olhar mais minucioso sobre as novas iniciativas?

Batista e Patrício (2017) tencionaram analisar os elementos de identidade jornalística presentes nas autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. Percorreram o texto que aparece nas abas ‘Quem somos’ e ‘Sobre’ de 11 (onze) grupos de jornalistas que se autodeclararam como independentes e disseminam suas produções em plataformas digitais, presentes no Mapa do Jornalismo Independente, da Agência Pública. A análise tentava responder como as novas práticas profissionais constroem os conceitos de jornalismo e jornalistas para esses grupos.

No entanto, houve uma reorientação na pesquisa, que foi redirecionada, a partir de seus achados. Percebeu-se que os discursos das iniciativas centravam-se na justificativa de sua independência. Daí a opção de analisar qual a compreensão, dessas iniciativas, da própria noção de independência, vinculada a seus projetos. Perceber que elementos dão conta dessa independência e são justificáveis pelo discurso dos coletivos. No entanto, constatou-se que as iniciativas analisadas

<sup>4</sup> Texto de apresentação do ‘Mapa do jornalismo independente’. Disponível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 15/04/2019.

muitas vezes não conseguem explicitar, em seu próprio discurso, qual vinculação teriam com essa pretensa ‘independência’.

Em algumas iniciativas, apenas a característica de serem ‘coletivos’, como condição de independência, é explicitamente mencionada em seus discursos –partindo-se da pressuposição que todas as iniciativas são disponibilizadas em plataformas digitais. Outras iniciativas seguem as condicionalidades da Agência Pública e reafirmam que a independência está vinculada ao contraponto estabelecido entre mídia independente e mídia convencional ou em relação aos modelos de propriedade e financiamento inerentes a seu funcionamento. (BATISTA; PATRÍCIO, 2017, p. 13)

Pela pesquisa de Fígaro e Nonato (2017), centrada na percepção dessas iniciativas como arranjos econômicos alternativos de produção jornalística, esses empreendimentos ainda carregam características de precariedade, justamente uma das motivações que os levaram à diáspora das corporações midiáticas convencionais. Para além dessa contradição, os jornalistas participantes desses ‘arranjos econômicos’ alternativos “apropriam-se das tecnologias digitais da comunicação para atuar em coletivos organizados horizontalmente, em busca de independência dos grandes grupos de comunicação. Apostam em um modelo de jornalismo sem fins lucrativos para manterem a autonomia” (p. 55).

Outras características, no entanto, a partir da análise com uma base de dados bem reduzida, apropriada ao espaço disponível no momento da discussão realizada por Batista e Patrício (2017), sugerem que outros elementos podem subsidiar a pesquisa sobre as iniciativas de jornalismo independente, e referendar sua orientação de diversidade. Uma, “bastante significativa, é relacionada ao contraponto estabelecido entre centro versus periferia, numa correlação entre mídia independente e mídia convencional” (p. 13). Para os autores, “É interessante que, do ponto de vista de que essas iniciativas sejam associadas à utilização de tecnologia intensiva, o parâmetro espacial físico ainda seja apropriado como definição de independência jornalística” (p. 13).

Assim, assume-se a necessidade de um estudo mais aprofundado sobre as condicionantes regionais e como elas impactam a percepção identitária dos profissionais participantes das iniciativas independentes de produção de jornalismo.

### **Novos territórios no jornalismo**

O tempo e o espaço figuram como variáveis de ordenamento da vida humana desde a mais tenra evocação da modernidade. Percorrer grandes extensões físicas de espaço em pouco tempo se tornou uma verdadeira ambição do homem moderno que, de tanto persistir, acabou comprimindo espaço e tempo por meio de recursos tecnológicos que aceleraram ainda mais a já movimentada dinâmica da vida.

Harvey (1993), ao discorrer sobre a ascensão do modernismo como formação cultural, enfatiza o desenrolar das transformações sociais e, principalmente, a ascensão das formas capitalistas de poder a partir da alteração dos referenciais espaciais, sem perder de vista a importância da aceleração do tempo implicada nas novas formações sociais e nos movimentos estéticos. No âmbito espacial, as consequências decorrentes da compressão do espaço pelo tempo são os fenômenos de desterritorialização e reterritorialização.

Na sociedade pós-industrial agravam-se as crises de fronteiras e, conseqüentemente, de controle sobre os territórios (físico, econômico, informacional, cultural, subjetivo). A sensação é de uma desterritorialização generalizada. Surgem claramente problemas com os limites (corpo, Estado, identidade) estabelecidos na era moderna. (LEMOS, 2005, n.p)

Contudo, para compreender as rupturas e reorganizações territoriais mobilizadas, sobretudo, pela imbricação das novas tecnologias no cotidiano, é preciso remontar à noção de território. Haesbaert (2003) faz uma síntese das concepções de território no âmbito acadêmico:

Jurídico-política: a mais difundida, onde o território é visto como um espaço delimitado e controlado, através do qual se exerce um determinado poder, na maioria das vezes visto como o poder político do Estado. • Culturalista: prioriza a dimensão simbólico-cultural, mais subjetiva, em

que o território é visto sobretudo como o produto da apropriação/valorização simbólica de um grupo sobre o seu espaço. • Econômica (muitas vezes economicista): bem menos difundida, enfatiza a dimensão espacial das relações econômicas, no embate entre classes sociais e na relação capital-trabalho. (p. 13).

O autor adverte que seja lá qual for a definição de território com a qual se queira trabalhar deve-se, sobretudo, considerar seus aspectos simbólicos.

O território envolve sempre, ao mesmo tempo (...) uma dimensão simbólica, cultural, através de uma identidade territorial atribuída pelos grupos sociais, como forma de 'controle simbólico' sobre o espaço onde vivem (sendo também, portanto, uma forma de apropriação), e uma dimensão mais concreta, de caráter político-disciplinar: a apropriação e ordenação do espaço como forma de domínio e disciplinarização dos indivíduos. (HAESBAERT apud HAESBAERT 2003, 1999, p. 42)

Lemos (2005) sintetiza a noção de território, mesmo reconhecendo a polissemia do termo, em torno da ideia de controle de fronteiras, estas que podem ser físicas, sociais, simbólicas e subjetivas. O território, portanto, é forjado pelo controle das fronteiras. Territorializar é construir significados no interior de fronteiras e desterritorializar não implica 'retirar os significados', mas sim em atualizá-los, reorganizá-los.

Haesbaert (2003) aprofunda-se na discussão de desterritorialização apresentando abordagens que ora levam em conta apenas a geografia física do terreno, ora a compressão do espaço pelo tempo e ora a perda das relações sociais em um dado lugar. Para evitar pensamentos monocausais, ele propõe um olhar multidimensional para os fenômenos de desterritorializações. "O olhar geográfico multiescalar é imprescindível para entendermos a desterritorialização, pois como se trata sempre de um processo concomitante de desterritorialização e reterritorialização, é preciso que ele seja interpretado em diversas escalas". (p. 18)

As rupturas provocadas pelas novas tecnologias e por outros processos da pós-modernidade (HARVEY, 1993), como o enfraquecimento do Estado-Nação e a financeirização do capital, mobilizam deslocamentos físicos e simbólicos que tensionam as fronteiras dos territórios (culturais, geográficos e subjetivos) forçando as desterritorializações e reterritorializações. Nesse sentido, o próprio jornalismo, enquanto um território cultural e econômico, sofre ações desterritorializantes e se reorganiza em busca de novos significados para si e para os sujeitos que habitam esse território.

Podemos considerar a descentralização da redação como local de trabalho (DEUZE E WITSCHGE, 2015) um processo de desterritorialização no jornalismo. Por sua vez, o aparecimento de grupos de jornalismo independente organizados em torno de novos arranjos produtivos de trabalho (FÍGARO E NONATO, 2017) caracteriza uma reterritorialização das fronteiras jornalísticas, implicando a construção de novos sentidos para o jornalismo que é performado dentro desses novos limites (econômicos, simbólicos, culturais e jornalísticos) e para os jornalistas que atuam nesses novos territórios da profissão.

O Mapa do Jornalismo Independente elaborado pela Agência Pública figura como uma cartografia dos novos territórios jornalísticos, cujas fronteiras, pelo menos, em termos de circulação dos conteúdos, não ficam restritas à espacialidade física. Organizados em suportes digitais, os grupos de jornalismo independente podem ter um alcance global por meio do acesso pela web. Contudo, o que mobilizou essa investigação foi a curiosidade em torno da vinculação simbólica desses grupos ao local, à região, ao espaço geográfico em que os jornalistas que atuam nessas iniciativas estão situados.

Inseridos na cibercultura, uma cultura por natureza de desterritorializada (LEMOS, 2005), será que esses coletivos ou novos arranjos reterritorializam o jornalismo ancorando-se em um discurso que valoriza os símbolos associados ao local (cidade, bairro, comunidade, área), à região (Nordeste) a qual pertencem? Para perceber essa dinâmica optou-se por analisar o *ethos* de iniciativas materializado nas seções 'Sobre' ou 'Quem somos' em seus sites.

A motivação para investigar essa relação entre território e jornalismo independente se dá também pela simbologia da região Nordeste, a maior do país em extensão físico-geográfica, e objeto de uma série de imagens que se formam em torno do que é o Nordeste e do que é ser nordestino. Como observa Barbalho (2004. p.156),

(...) uma região não é uma delimitação natural baseada em critérios objetivos, fornecidos por uma geografia física, nem uma essência cultural definida por uma geografia humana. Uma região é, antes, uma construção resultado de interesses - alguns convergentes, outros divergentes - e agentes diversos (sociólogos, geólogos, etnógrafos, economistas, políticos, artistas...) que disputam e/ou tecem alianças entre si para conquistar o poder de divisão de um espaço atribuindo-lhe identidade(s).

A região Nordeste é, portanto, uma invenção recente na história do Brasil, cujas referências nacionais, por séculos, se subdividiam em Norte e Sul, cabendo ao primeiro a imagem da pobreza e ao segundo da abundância. “As imagens discursivas sobre o Nordeste, postas em ação pela imprensa paulista nas primeiras décadas do século XX, em especial pelo jornal O Estado de São Paulo, qualificam a região como atrasada, rural, bárbara, assolada permanentemente pela seca, servil, ignorante” (BARBALHO, 2004, p. 157).

Levando-se em consideração que a identidade cultural constrói-se a partir do jogo de identidade e diferença com uma alteridade (WOODWARD, 2000), a representação construída pelo jornalismo do sudeste serviu de amálgama para a identidade cultural nordestina. No entanto, esse não é o único substrato simbólico que compõe a identidade da região:

(...) a saudade e a tradição foram os elementos que deram substância ao discurso regionalista, no momento em que os elementos mais dinâmicos do capitalismo se instalavam no Sul do país, em especial em São Paulo. Com uma economia em decadência, restava às elites nordestinas evocar um passado glorioso e inventar uma tradição que resguardasse elementos positivos de identificação. (BARBALHO, 2004, p. 158)

Na esteira dos discursos que forjaram o Nordeste até os anos de 1960, as figuras do cangaceiro, do beato e do coronel animaram o imaginário da região, ora como representações de docilidade e cordialidade, ora como líderes, heróis de um povo atravessado por uma série de conflitos econômicos, políticos e culturais (BARBALHO, 2004, p. 159). O autor, ao investigar as políticas culturais dos estados da Bahia, Pernambuco e Ceará na virada para o novo milênio, concluiu que o imaginário do Nordeste e de suas tradições ainda era tido como referência discursiva pelos Estados que capitalizaram essa tradição para o turismo (Bahia), a reforçaram de modo idílico (Pernambuco) e a negaram em nome da globalização (Ceará) (BARBALHO, 2004, p. 165).

Apesar da tradição ainda ser um forte componente simbólico da identidade cultural nordestina, esta é negociada, atualizada a todo momento por novos discursos, entre eles está o do jornalismo. Como um território que se ressignifica, será que o jornalismo independente ancora-se em uma espacialidade para forjar sua própria identidade e, assim, se diferenciar das demais iniciativas independentes e ainda da mídia convencional?

## O ethos discursivo no jornalismo

Paralelamente ao discurso de informação, as instituições jornalísticas constroem discurso que justificam sua razão de ser, como se além de dizer, ‘eis o que é preciso saber’, as mídias dissessem o tempo todo: “eis porque temos a competência para informar” (CHARAUDEAU, 2006, p. 34). As competências das instituições midiáticas podem ser identificadas de modo mais visível em espaços discursivos definidos para essa finalidade, como é o caso de textos institucionais, a exemplo de editoriais no jornalismo tradicional ou de seções como ‘Quem Somos’ e ‘Sobre’ disponíveis nos sites de novos coletivos e arranjos jornalísticos.

Essa representação de si está presente em todas as manifestações discursivas – afinal, conforme já postulava a retórica clássica, cada forma de enunciação comporta uma imagem do próprio orador. Considerando-se que a mídia, seja ela convencional ou independente, é um orador público contemporâneo, seus discursos também serão perpassados por imagens de si, que objetivarão um conjunto de valores culturais e ideológicos, mas cuja finalidade é, sobretudo, demonstrar credibilidade ao público (CHARAUDEAU, 2006).

O *ethos* discursivo forma o que Charaudeau (2006) chama de condição de identidade de quem enuncia. A identidade do enunciador, expressa através de seu *ethos* discursivo, é uma parte essencial do contrato de comunicação estipulado entre as instituições midiáticas e seu público. Maingueneau

(2006, p. 70) também relaciona o *ethos* discursivo à identidade do enunciador: “A especificidade de um *ethos* remete, de fato, à figura de um ‘fiador’ que, por meio de sua fala, se dá uma identidade que está de acordo com o mundo que ele supostamente faz surgir”. O *ethos* discursivo da mídia irá reforçar sua competência informativa e/ou seu papel social que, ao serem articulados, irão compor a identidade dessa instituição. Afinal, como observa Woodward (2000), a construção da identidade é tanto simbólica quanto social e irá se materializar a partir de ações de nomeação e de classificação, ou seja, através do discurso. Maingueneau (2006, p. 60) reforça que o *ethos* discursivo é um processo interativo que influencia o outro e é construído a partir de uma noção híbrida, envolvendo um movimento entre o social e o discursivo. O *ethos*, portanto, não pode ser visualizado fora de uma situação comunicativa definida, que, por sua vez, está atrelada a um contexto sócio-histórico determinado.

A situação discursiva escolhida para análise nesta pesquisa foi a definição editorial de coletivos e arranjos de jornalismo independente expressa em abas ou seções de seus sites convencionalmente nomeadas de ‘Sobre’ ou ‘Quem somos’. Nesses espaços, será possível perceber qual a identidade jornalística construída por esses coletivos e como ela se articula com as noções de território e de região aqui discutidas. Para tanto, dos 17 arranjos mapeados pela Agência Pública na região Nordeste, foram desconsiderados aqueles que não trazem um espaço editorial, dois no total. Um terceiro arranjo também não foi analisado, pois o site encontrava-se fora do ar. Dos 14 arranjos habilitados para o estudo, nove apresentaram em sua denominação ou no texto das seções referências ao Estado ou região em que são realizados, o que os tornou prioritários para análise. Os *ethé* desses grupos serão a partir de agora conhecidos.

### Análise dos marcadores territoriais

O primeiro arranjo ou iniciativa que figura no Mapa da Pública e faz referência ao território é o **Apartamento 702**. “A equipe do Apartamento 702 trabalha com amor para te fazer redescobrir Natal e incentivar a discussão de temas importantes sobre a cidade.” Nesse enunciado, já é possível perceber o território geográfico e simbólico em que o grupo atua: a cidade de Natal. O verbo redescobrir é um indicativo da reterritorialização simbólica que o coletivo espera construir por meio de seus conteúdos, estes que como o próprio enunciado mostra são temas relevantes para a cidade.

Os objetivos editoriais do grupo ficam evidentes no enunciado seguinte: “Afinal, a nossa missão é ajudar a fazer de Natal uma cidade mais sustentável e mais plural”. Aqui o *ethos* do grupo começa a ser desenhado, um *ethos* missionário, que busca engajar o público nas causas da sustentabilidade e pluralidade, aqui representadas pelas questões de gênero e ética, como o próprio grupo verbaliza.

O público-alvo para o qual a iniciativa se destina está explícito: são os habitantes da cidade. “O Apartamento 702 é um trabalho coletivo de jornalistas e publicitários que tem como único objetivo cavar aquela informação importante para quem mora em Natal”. Nesse sentido, as fronteiras do jornalismo praticado pelo grupo coincidem com as fronteiras físicas de onde se situa, vinculando-se, portanto, à dinâmica simbólica do lugar ao qual se restringem, valorizando-o.

No discurso sobre a cidade construído pela iniciativa, há espaço também para a identidade regional. No enunciado “A equipe é coordenada por uma dupla arretada”, tem-se uma marca da identidade cultural da região nordestina. O adjetivo ‘arretada’ figura no vocabulário local e no imaginário cultural do Nordeste remetendo a uma identidade romântica que alude ao cangaceiro (figura arretada), lançando mão assim de uma imagem tradicional.

A nomenclatura, o título do coletivo não é explicado na seção ‘Sobre’. Contudo, dele pode partir a inferência de se tratar do lugar em que o conteúdo é produzido, da sede da iniciativa, no caso, um apartamento com o número 702. Apesar da não vinculação à cidade de Natal explícita no nome, a ideia de ser em um apartamento remete à moradia, à familiaridade. No caso, familiaridade com a cidade em que se vive, assim pode ser resumido o *ethos* do arranjo, este que por si só é um exemplar da (des) (re) territorialização do jornalismo que pretende reterritorializar a cidade Natal por meio de seus conteúdos.

A **Desabafo Social** dá pistas do local em que se situa já na frase de abertura de sua autodefinição. “Criado em 2011 pela soteropolitana Monique Evelle, a Desabafo Social é uma organização que utiliza a comunicação e novas tecnologias para promover Educação em Direitos humanos através de formação e produção de conteúdo”. A naturalidade da fundadora da organização

deixa implícito o raio de atuação da iniciativa que mescla comunicação com ação social. Subentende-se que o lugar de abrangência do trabalho é a cidade de Salvador, capital da Bahia.

No enunciado, “O **Redes Vivas** reúne profissionais e serviços da área de saúde e assistência para promover ações nos territórios junto com coletivos e organizações”, subentende-se que o Rede Vivas seja um dos projetos da instituição e este atende a ‘territórios’. Supõe-se aqui que o uso da palavra territórios, em vez de bairros e comunidades, é uma menção aos territórios urbanos formados informalmente (ao contrário dos bairros e comunidades que são criados de modo institucional), geralmente delimitados pelas fronteiras da violência, das facções criminosas e do tráfico de drogas.

A paisagem urbana de grandes cidades como Salvador, quarta maior capital do País<sup>5</sup>, é marcada por esse tipo de territorialidade, que é de conhecimento da população que reside e frequenta essas áreas e do público em geral por meio da cobertura midiática<sup>6</sup>. Nesse contexto, o uso da palavra território em vez de bairros ou comunidades intenta mostrar que a cobertura do projeto vai além das fronteiras institucionais, pois é justamente nesses domínios da informalidade que as carências estão. Levar projetos em saúde e Direitos Humanos seria uma iniciativa de reterritorialização desses espaços.

No entanto, a organização também atua nos territórios formais. “Destá forma a Desabafo Social vem promovendo a Educação em Direitos Humanos nas ruas, nas escolas e nas universidades e incentivando o empreendedorismo social.” As ruas, escolas e universidades são espaços institucionalizados em que a organização também marca presença.

O *ethos* do arranjo, portanto, não se vincula a uma identidade cultural da cidade. Sua vinculação simbólica é ao campo dos Direitos Humanos e seus limites geográficos vão além da institucionalidade, abarcando territórios construídos na informalidade, às margens da ação do poder público.

Outro arranjo que também se destina a sujeitos que transitam pelas periferias, pelas margens do que está institucionalizado é o **Favela News**. O arranjo figura na cartografia da Pública localizado na cidade de Recife. Essa informação, contudo, não aparece na autodefinição da iniciativa. Segue o enunciado que materializa o *ethos* do coletivo:

FavelaNews usa mídias digitais para oferecer meios de reconhecimento a moradores da periferia e para destacar o lado bom da favela: seus líderes, sua educação, seu trabalho, sua arte, sua energia para mover o mundo. Também busca meios de organizar algumas das comunidades do Canal para resistir à violência e buscar um mundo melhor para os moradores dos bairros, especialmente para as crianças.

É interessante destacar as palavras vinculadas à ideia de localização geográfica que aparecem no texto do grupo. Favela, periferia, comunidades e bairros são os limites físicos e simbólicos do arranjo. Esses termos são expressões já formalizadas no repertório discursivo das cidades. Mesmo a favela, um lugar construído pela informalidade dos assentamentos populacionais, é um espaço instituído, reconhecido pelo Estado e pela própria sociedade. O coletivo se assenta, portanto, no terreno seguro das definições já amplamente conhecidas.

No primeiro enunciado, “FavelaNews usa mídias digitais para oferecer meios de reconhecimento a moradores da periferia e para destacar o lado bom da favela”, a periferia e a favela não são localizadas, elas aparecem como lugares globais, sem especificidades. As mídias digitais seriam, portanto, canais de veiculação dessas imagens globalizadas da periferia e da favela que estimulariam o sentimento de pertencimento. Lemos (2005) observa que a globalização favorece esse movimento de aproximação e de afastamento entre os sujeitos, os territórios e seus significados. “A cultura desterritorializa-se pelo multiculturalismo e pelo esfacelamento da identidade e desenraizamento do sujeito” (n.p).

O FavelaNews configura, portanto, uma ‘linha de fuga’ (LEMOS, 2005) do estereótipo, uma reterritorialização que visa preencher um espaço em branco deixado pela mídia tradicional: ‘o lado

<sup>5</sup> <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/ibge-brasil-ja-tem-206-milhoes-de-habitantes-bahia-chega-1528-milhoes/>. Acesso em 23/07/2018.

<sup>6</sup> Exemplo de matéria que mostra essa divisão territorial da violência na cidade de Salvador <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/bdm-comanda-o-trafico-em-sete-bairros-de-salvador/>. Acesso em 23/07/2018.



bom da favela'. O segundo enunciado do texto do coletivo reforça essa escolha editorial que se atrela à ação social. "Também busca meios de organizar algumas das comunidades do Canal para resistir à violência e buscar um mundo melhor para os moradores dos bairros, especialmente para as crianças". A expressão "comunidades do Canal" funciona como marcador de lugar, pois somente aqueles familiarizados com a cidade de Recife identificarão a quem ela se refere, quantos bairros abrangem, quais partes da cidade atravessam etc. Os demais ficarão apenas com o sentido óbvio: comunidades localizadas nas margens de canais urbanos.

Apesar de sutil, essa referência é definidora do público-alvo do arranjo: a população que mora às margens do canal, que tanto pode se empoderar por meio de ações promovidas pelo grupo, quanto pela representação construída por ele. Essa mesma representação é importante para aqueles que não vivem em periferias, na favela ou nas comunidades para a desconstrução de estereótipos, ou seja, para a atribuição no imaginário social de novos significados (positivos) para esses territórios.

O *ethos* do FavelaNews é o *ethos* da boa favela, da periferia com liderança, educação, trabalho e arte. Os conteúdos do site podem até mostrar a favela das contradições, contudo, na autodefinição, o sentido de favela aqui é de pacifismo, de lugar afetivo.

O *ethos* da **Marco Zero**, situada também em Recife, tem uma dupla natureza: jornalística e territorial.

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". Além disso publicamos material produzido por nossos parceiros editoriais espalhados por toda América Latina. 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.

A tríade temática 'semiárido nordestino, urbanismo e relações de poder' revela a ancoragem simbólica do grupo que, ao incluir as relações de poder no escopo editorial, mostra compreender que as representações de um lugar ou de uma região são erigidas sob interesses de grupos diversos (BARBALHO, 2004) por meio de lutas que são políticas, mas simbólicas e discursivas também, afinal, como bem pontuou Foucault (2009), a sociedade disputa o poder de discursar e não os objetos dos discursos. Nesse cabo de guerra representacional, a Marco Zero "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", assumindo assim a missão de qualificar o jornalismo.

Apesar da vinculação temática com a região Nordeste, a iniciativa se desterritorializa quando estabelece parcerias com outros grupos latino-americanos e autoriza a divulgação de seus conteúdos por qualquer veículo a partir da licença *creative commons*, uma norma de direito autoral advinda com a cibercultura. Os esforços da iniciativa presentes na sua autodefinição se dão no sentido de reterritorialização do 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 (...) 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.

O sentido de jornalismo defendido pela iniciativa é o de vigilante da sociedade, da democracia. O *ethos* que se sobressai, portanto, é de vigilância da democracia por meio da fiscalização do poder público. O *ethos* jornalístico é mais forte que o *ethos* regional ou territorial. Mesmo assim, a menção ao território do semiárido nordestino e a articulação com grupos da América Latina mostra sua inserção em uma geografia sul-sul, o que gera expectativa de conteúdos contra hegemônicos, que se diferenciem da abordagem da mídia convencional, que tende ao Eurocentrismo ou ao protagonismo norte-americano.

Na análise do **Raízes do Mangue** fica evidente a identidade cultural pernambucana.

O Raízes do Mangue é um coletivo cultural, fundado em 9 de janeiro de 2013. A ideia surgiu numa tarde ociosa de um fã de Chico e do movimento mangue ao perceber que não havia nada nas redes sociais que abordasse o assunto que foi tão importante da década de 90 e que permanece vivo até os dias atuais. O nome da fanpage nasceu justamente da ideia dos manguezais serem o símbolo do Manguebit. Inicialmente a proposta da página era focar apenas em Chico Science e no movimento mangue, porém, viu-se que o contexto cultural pernambucano foi se renovando e cada dia mais diversificado, então notou-se que foi necessário abranger e acolher os herdeiros do manguebit. Com o passar do tempo a página adquiriu uma visão de responsabilidade social e tomou como meta a realização de ações sociais durante o ano. Com o sentimento de muita carência em eventos que proporcionem ricas experiências culturais entre as pessoas e por isso decidimos fomentarmos a cultura pernambucana não só na rede social, como também pelas cidades do estado.

No enunciado “A ideia surgiu numa tarde ociosa de um fã de Chico e do movimento mangue ao perceber que não havia nada nas redes sociais que abordasse o assunto que foi tão importante da década de 90 e que permanece vivo até os dias atuais”, é clara a ideia de reterritorialização da identidade cultural pernambucana por meio do Movimento Mangue Beat. Se até os anos de 1990 a identidade cultural do Estado se ancorou no movimento armorial, de Ariano Suassuna (BARBALHO, 2004), que propagava uma imagem do Nordeste ibero-barroco, com o Mangue Beat, movimento cultural liderado pelo músico Chico Science cuja característica era a hibridização de ritmos como maracatu, hip hop e música eletrônica, chega-se a uma identidade cultural pós-moderna, porém ainda com forte apelo para a regionalidade.

O objetivo da iniciativa é também de uma reterritorialização do próprio Mangue Beat. “Inicialmente a proposta da página era focar apenas em Chico Science e no movimento mangue, porém, viu-se que o contexto cultural pernambucano foi se renovando e cada dia mais diversificado, então notou-se que foi necessário abranger e acolher os herdeiros do manguebit”. O *ethos* do Raízes do Mangue é o de herdeiro cultural do Mangue Beat cujo papel é de atualização da identidade cultural pernambucana.

Na **Revista Gambiarra**, o nome da publicação já dá pistas do *ethos* que ela constrói para si.

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, inserindo debates e questionamentos através de entrevistas e grandes reportagens sobre os mais diversos temas. A revista é gerida por Ana Paula Marques e Rafael Flores e conta com uma gama de colunistas que tratam dos mais variados temas.

O sentido de Gambiarra escolhido pela iniciativa é o de experimento, ela tenta assim afastar as ideias de informalidade e precariedade, significados dominantes nas áreas mais periféricas das cidades e também na periferia do Jornalismo, composta por arranjos de trabalho jornalístico precários (FÍGARO, NONATO E PACHI, 2018).

O enunciado “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” desenha o *ethos* do grupo, que se centra em jornalismo experimental e regional. A territorialização do jornalismo aqui é maior do que da representação do lugar em que o arranjo está situado.

Outra iniciativa que também se propõe mais a redefinir as fronteiras do jornalismo do que a ressignificar a representação do lugar em que se encontra é a **Revista Rever**. A autodefinição do coletivo começa com uma diferenciação jornalística. “Ao detectar um grande público com a demanda por análises mais aprofundadas sobre a realidade sergipana, jovens jornalistas se juntaram e optaram por criar uma página que desse conta desse anseio”. A preocupação do grupo está centrada no jornalismo cuja qualificação aprofundada diferencia a iniciativa do restante da produção jornalística, considerada, portanto, superficial.

A delimitação territorial do coletivo se constrói em um jogo entre o local e o global. “Nossa perspectiva é garantir produções inéditas com os pés no estado de Sergipe e a mente na imensidão”. A imensidão aqui referida é a internet, lugar em que os conteúdos da revista circulam.

A autodefinição segue traçando os limites do jornalismo praticado pela revista. “A opinião, a pesquisa, a profundidade da investigação de um objeto pode ir além, trazendo elementos antes intocados ou desconhecidos pela maioria do público. Isso não cabe apenas ao jornalista. Da mesma forma que compreendemos que para produzir um jornalismo independente, crítico e de qualidade é necessário sair do lugar-comum”. Tem-se uma clara tentativa de reterritorialização dos sentidos do jornalismo, que assume a feição de independente, crítico, de qualidade e investigativo. Dessa forma, o *ethos* prevalecente é o jornalístico independente, que é local e global ao mesmo tempo.

O último *ethos* a ser analisado é do **Verminosos por futebol**, site cearense dedicado à cobertura de futebol que traz a seguinte autodefinição: “O site Verminosos por Futebol, no ar desde 14/8/2012, aborda cultura, memória e lado B do futebol. Entenda: “verminoso” é um sinônimo cearense para louco ou fanático”. O *ethos* da iniciativa se filia mais ao esporte e à cultura cearense do que ao jornalismo. Há assim a apropriação de uma gíria popular local para a delimitação do terreno editorial do site. A expressão “lado B” é usada também para reforçar esse aspecto editorial, cuja abordagem difere daquela feita pelo jornalismo “lado A”, ou seja, o jornalismo esportivo das grandes corporações jornalísticas. A identidade cultural cearense é usada para expressar o lugar de fala do enunciador, um fanático por futebol, mas não para limitar seu espectro de cobertura, sua abrangência temática.

Em poucas palavras, o *ethos* da iniciativa é definido como um jornalismo esportivo lado B, não prevalecendo assim a vinculação estrita ao local como elemento editorial.

## Considerações finais

Os diversos *ethé* das iniciativas de jornalismo independente, aqui analisadas, dão conta da diversidade dos grupos. Estão vinculados a uma identidade cultural, a territórios físicos e ao território do jornalismo, envoltos, assim, em resultados e projeções que ampliam sua complexidade de análise. Além disso, os marcadores dos *ethés* vinculados a territórios físicos ainda admitem uma subdivisão de espaço delimitado, indo de um bairro, passando por uma cidade e chegando a ‘zonas’ de atuação, como as regiões periféricas. Essa delimitação de ‘ocupação’ está quase sempre vinculada a uma percepção de identidade cultural.

Disso tudo, podemos problematizar como esses marcadores de ‘territórios’ impactam a própria ideia de independência dessas iniciativas, estabelecendo zonas de conflito nessa percepção? Como essas ‘regionalidades’ ditam o funcionamento dessas organizações? Mais ainda, como impactam, de forma mais específica, a ‘qualificação’ do jornalismo, outra marca dos *ethés* reconhecidos pelos grupos? Tentando estabelecer um recorte de futuras análises, no âmbito do funcionamento, quais os impactos desses marcadores físico-simbólicos de regionalidades na sustentabilidade das iniciativas e sobre a práxis de seu jornalismo?

No âmbito mais amplo, esse impacto resvala na própria ideia de independência das iniciativas. Batista e Patrício (2017, p. 12) já chamavam atenção para o fato de que “as iniciativas, aqui analisadas, muitas vezes não conseguem explicitar, em seu próprio discurso, qual vinculação teriam com essa pretensa ‘independência’”. As análises também apontavam para outras dimensões da independência, vinculadas apenas à característica de serem ‘coletivos’, ao contraponto estabelecido entre mídia independente e mídia convencional ou em relação aos modelos de propriedade e financiamento inerentes a seu funcionamento. Outra característica acrescentada à definição de um jornalismo independente se situa no debate mais amplo sobre as esferas pública e privada de prospecção dos dados utilizados para as produções jornalísticas. Ainda chamam atenção para a dimensão da diferenciação das rotinas produtivas como indicador de independência. Outra dimensão que, inclusive, está na gênese desse artigo, se vincularia ao contraponto estabelecido entre centro versus periferia, numa correlação entre mídia independente e mídia convencional.

Sobre a noção de vinculação entre independência e rotinas produtivas, Assis, Camasão, Silva e Christofolletti (2017, p. 12) sistematizam os aspectos dessa correlação. Eles podem estar vinculados a: 1) Um sistema de crenças estabelecido em determinada sociedade, onde estão inseridas ideologia e cultura; 2) Instituições políticas e econômicas que desejam ver seus interesses representados no conteúdo levado a público; 3) Organizações de mídia e seus proprietários; 4) Rotinas organizacionais

das redações; 5) Preferências pessoais do indivíduo jornalista. Poderíamos acrescentar outros fatores, como a inserção tecnológica intensiva a essas rotinas produtivas, da produção à distribuição do conteúdo, e a presença, em certos casos, também intensiva, da participação do consumidor da informação na dinâmica de sua produção.

Os reflexos dos marcadores territoriais nas dimensões de independência apresentadas pelas iniciativas são o desdobramento que tencionamos nos debruçar sobre os próximos passos dessa pesquisa.

## Referências

ASSIS, Evandro de; CAMASÃO, Leonel; SILVA, Mariana Rosa; CHRISTOFOLETI, Rogério. Autonomia, ativismo e colaboração: contribuições para o debate sobre a mídia independente contemporânea. **Revista Pauta Geral – Estudos em Jornalismo**. Vol. 4, n.1, p.3 - 20, Jan/Jun 2017.

BARBALHO, Alexandre. Estado, mídia e identidade: políticas de cultura no Nordeste contemporâneo. **Alceu**. Vol. 4, Nº 8, Jan-Jul, 2004.

BATISTA, Raphaele e PATRÍCIO, Edgard. **Elementos de identidade jornalística em autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais**. 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais. ECA/USP – São Paulo – Novembro de 2017. Disponível em <file:///C:/Users/usuario/Downloads/740-2625-1-PB.pdf>.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. Além do jornalismo. **Leituras do Jornalismo**. Ano 02 - Volume 02 - Número 04. Julho-Dezembro de 2015.

FESTA, Regina. **Comunicação popular e alternativa: realidade e utopias**. São Bernardo do Campo: IMS, 1984. (Dissertação de Mestrado – Comunicação).

FÍGARO, Roseli; NONATO, Cláudia e PACHI, Fernando Felício Filho. Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. **Líbero**. Ano XXI, nº 41. Jan-Jul, 2018.

FÍGARO, Roseli; NONATO, Cláudia. Novos ‘arranjos econômicos’ alternativos para a produção jornalística. **Contemporânea - comunicação e cultura - v.15 - n.01 - jan-abr 2017 - p. 47-63**.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 18. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

HAESBAERT, Rogério. Da desterritorialização à multiterritorialização. **Boletim gaúcho de geografia**. Vol. 29, Ano 1. Jan-Jun, 2003.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro; Loyola, 1993.

LEMONS, André. Ciberespaço e Tecnologias Móveis. Processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura. **Carnet de Notes**, 2005. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons>>. Acessado em 18/07/2018.

LÓPEZ-GARCÍA, X.; NEGREIRA-REY, M.C.; RODRÍGUEZ-VÁSQUEZ, A.I. Cibermedios hiperlocales ibéricos: el nacimiento de una nueva red de proximidad. **Cuadernos.info**, (39) – 2016.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. Curitiba: Criar Edições, 2006.

REIS, Mariana. Comunicar, resistir: um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil. **Voices&Diálogo**. Itajaí, v. 16, n. 01, jan./jun. 2017.

UNESCO. **Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação**. Brasília: UNESCO, 2010.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença; uma introdução teórica e conceitual. In SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença – a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.



*Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.*