

Os alternativos dos alternativos: iniciativas comunicativas contra-hegemônicas em Teresina (PI)

The alternatives of the alternatives: counter-hegemonic communication initiatives in Teresina (PI)

Samária Andrade^a, André Gonçalves^b, Vitória Pilarc^c,
Ricardo Claro^d

Resumo Este estudo examina iniciativas comunicativas contra-hegemônicas, com foco em agentes surgidos em Teresina (Piauí), pós-junho de 2013, aqui descritos como “os alternativos dos alternativos” - marginais à comunicação *mainstream* e à comunicação contra-hegemônica central. Eles atuam em ambiente que oscila entre a concentração midiática das companhias convencionais de comunicação e a heterogeneidade das formas contestadoras que emergem junto a mudanças sociotecnológicas globais, operam num cenário dominado por grandes empresas de plataformas digitais e enfrentam incertezas, mas também revelam experiências longevas. A metodologia inclui observação empírica e aplicação de questionários junto a fundadores de oito dessas iniciativas. As análises elencam características básicas desses agentes comunicativos contra-hegemônicos e relacionam essas iniciativas ao contexto das mudanças globais e na comunicação.

Palavras-chave Iniciativas contra-hegemônicas. Mídia alternativa. Teresina. Comunicação. Pós-junho 2013.

Abstract *This study investigates counter-hegemonic communication initiatives, with a particular focus on agents emerging in Teresina (Piauí) after June 2013, referred to here as “alternatives of the alternatives”—operating at the margins of both mainstream communication and central counter-hegemonic discourses. These agents act within a context characterized by the media concentration of conventional communication companies and the heterogeneous contestatory practices that have arisen alongside global socio-technological transformations. Situated in a landscape dominated by major digital platform corporations, these initiatives contend with uncertainties yet also demonstrate enduring*

a Universidade Estadual do Piauí (UESPI). E-mail: samaria.andrade@hotmail.com

b Universidade Federal do Piauí (UFPI). E-mail: andre.goncalves@ufpi.edu.br

c Universidade Estadual do Piauí (UESPI). E-mail: vitoriaxxh@hotmail.com

d Universidade Estadual do Piauí (UESPI). E-mail: luisrclaro12@gmail.com

experiences. The methodology includes empirical observation and the administration of questionnaires to the founders of eight such initiatives. The analysis delineates the main characteristics of these counter-hegemonic communicative agents and connects their practices to the broader context of global and communicative transformations.

Keywords *Counter-hegemonic initiatives. Alternative media. Teresina. Communication. Post-June 2013.*

INTRODUÇÃO

Transformações na indústria da comunicação têm acelerado processos, alterado práticas e feito surgirem iniciativas comunicativas contra-hegemônicas diferentes por diversos lugares no mundo. Essas mudanças acontecem em um contexto de nova onda de reestruturação capitalista global, infotecnológica e desregulada, com grandes investimentos, em que ganham protagonismo, de forma mais visível nos últimos anos, empresas de plataformas digitais, as chamadas *big techs* (Morozov, 2018; Zuboff, 2020; Wark, 2022). Inclusive devido a esse contexto, as iniciativas emergentes de comunicação das duas últimas décadas não se resumem a explicações tecnológicas e devem ser compreendidas como fenômeno multifatorial, junto a mudanças sociais, econômicas, políticas, culturais e no mundo do trabalho.

As formas de produção e distribuição de informações que se disseminam, especialmente pós-Junho de 2013, 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, modelos de produção e organização.

Muitas dessas iniciativas vão se autodefinir como mídias alternativas e independentes ou livres. Elas se colocam como diferentes de modelos hegemônicos de comunicação de formato empresarial, buscando outras narrativas ou abordagens para acontecimentos, e também tentam recorrer a formas diversas de financiamento. Guardam semelhanças com outros momentos de surgimento desse tipo de mídia no Brasil, como a imprensa alternativa nos anos de ditadura militar, entre 1960 e 1970, e também com mídias sindicalistas, operárias e anarquistas. Se inspiram, no entanto, num movimento mais recente: o Junho de 2013 e as grandes manifestações de rua no Brasil. Estas, por sua vez, têm pontos de contato com movimentos que aconteciam pouco antes no mundo, como o Indignados, na Espanha, e Occupy, nos Estados Unidos e países da Europa. Estes movimentos de ocupação de rua e protestos contra desigualdades sociais colocaram em prática as ideias de mídia autonomista, descentralizada e colaborativa, produzida por jornalistas, mas

também por pessoas de áreas diversas, insatisfeitas com as mídias convencionais e tendo acesso a tecnologias de comunicação que permitem a produção e distribuição de conteúdos fora da mídia mainstream (Andrade, 2020; Cabral, 2019).

Passados mais de 10 anos de Junho de 2013, convivem diferentes interpretações para o que ocorreu, suas causas e consequências. Os eventos, no entanto, trouxeram ou renovaram características nos movimentos sociais e foram fundamentais na eclosão de mídias contra-hegemônicas digitais. Entre essas características podemos destacar a formação de organizações coletivas mais descentralizadas, fluidas e horizontalizadas; a distinção em relação a organizações mais burocráticas (Gohn; Bringel, 2017; Perez, 2020, 2024); o investimento em pautas de direitos humanos, LGBTQIA+, mulheres, pessoas negras; o uso intenso de mídias sociais digitais – seja para convocar eventos ou divulgar informações.

Perez (2024, p. 2) lembra que a organização de coletivos não é um fenômeno brasileiro nem é uma novidade no país, mas considera que “há uma relação entre a proliferação desse tipo de organização com as Jornadas de Junho de 2013”. Muitos coletivos participaram das manifestações das chamadas Jornadas de Junho e, nesses eventos, os jovens foram socializados com a ideia de organizações mais horizontais e inclusivas como mais eficientes (Perez, 2019).

Os agentes de comunicação que se difundiram pós-Junho de 2013 são heterogêneos, não se limitando 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 – estes com organização mais vertical. Dessa forma, as próprias nomenclaturas “alternativo” e “independente” entram em discussão, exigindo refinamentos teóricos. 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 atual como movediço, desconfia da validade dos termos “alternativo” e “independente” para o contexto de grande poder das *big techs* e usa o termo “arranjos de comunicação”, reconhecendo caráter provisório no modelo.

Os diferentes arranjos de comunicação emergentes nas primeiras décadas do século XXI têm confluído em algumas características: a) atuam dependentes de plataformas digitais desreguladas, com processos não transparentes, fora do controle dos participantes; b) reúnem pessoas e trabalhadores diversos que estão experimentando e tensionando formas de atuação 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) no pós-junho de 2013, com viés ideológico tido como progressista, adotando práticas e/ou 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 e também são utilizados por Roseli Fíguro em suas pesquisas). Ao investigar agentes contra-hegemônicos surgidos em local não central de produção e distribuição de informações, investigamos o que aqui chamamos 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 jornalísticas – ou que se aproximem de diferentes modos do jornalismo - surgidas em uma região não central e elencar suas características básicas, 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 de caráter jornalístico em Teresina (PI), selecionados por pesquisa exploratória, que ainda 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 oito 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. Outra metodologia consistiu na aplicação de questionários respondidos pelos criadores/fundadores dessas oito iniciativas de comunicação na capital do Piauí. Os questionários são parte de uma entrevista maior aplicada a esse público. Para este estudo, nos concentramos em nove questões que permitem caracterizar e conhecer melhor esses arranjos.

Abordamos na próxima seção o contexto geral em que as iniciativas contra-hegemônicas contemporâneas emergem em todo o mundo, onde interagem fenômenos como mudanças tecnológicas, capitalismo avançado e alterações no

mundo do trabalho. A seção posterior vai apresentar os arranjos alternativos surgidos em Teresina que se enquadram no interesse desta pesquisa, com dados sobre data de surgimento e o que costumam publicar. Na sequência, apresentamos, por meio de tabelas e discussão de dados, cada uma das nove questões colhidas junto aos fundadores dessas iniciativas por meio de questionários, na busca de fornecer um panorama dessas iniciativas.

CONTEXTO: TECNOLOGIA, CAPITALISMO E TRABALHO

Observando uma onda de crescimento do jornalismo dito alternativo na América Latina, o relatório *Ponto de Inflexão* (2016)¹ registrou o 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 e 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 conteúdo, 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

1 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. O relatório levantou dados da Argentina, Colômbia, México e Brasil – incluído pela proximidade da língua e geográfica e pelo crescimento do modelo no país. A produção do Relatório tem apoio da *Omidyar Network* - organização americana 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. 2024.

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, econômicas, políticas, sociais e culturais trazendo também questionamentos de valores, o que tensiona práticas adotadas. No início da segunda década do século XXI, uma série de demissões em massa em grandes empresas 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 rupturas, 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, marcadas por uma desaceleração de crescimento e reestruturação produtiva de modo geral, ao tempo em que se vive uma diminuição do número de empregos formais, da remuneração, organização sindical e direitos trabalhistas. Nos últimos anos cresce o universo do trabalhador chamado flexível, multifunção, e também do subcontratado, terceirizado, plataformizado, precarizado e outros termos, quando o trabalho vai ficando mais fluido, adquirindo formas heterogêneas, provisórias e fragmentadas (Antunes, 2011, 2022; Fíguro, 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 online, o poder adquirido pelas grandes corporações de plataformas digitais – as chamadas big techs –, e também, no Brasil, a reforma trabalhista de 2017, que diminuiu poder dos trabalhadores e aumentou instabilidades.² Se essas alterações são sentidas nas mais diversas profissões, elas se tornam centrais para os trabalhadores do campo da comunicação, uma vez que grande parte das mudanças que transformam o mundo do trabalho de forma acelerada nas primeiras décadas deste século estão ligadas a mudanças tecnológicas nas comunicações e na produção e circulação de informações.

2 A reforma trabalhista de 2017, sancionada pelo ex-presidente Michel Temer, alterou a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e foi a maior reformulação das leis trabalhistas desde a sua criação, nos anos 1940. Algumas de suas mudanças foram: inclusão do trabalho remoto e intermitente; alteração da jornada de trabalho, em férias, compensação de horas, pagamento de horas extras e salários; possibilidade de rescisão do contrato de trabalho por acordo entre o trabalhador e o empregador.

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 digitais, 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, 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 emergência 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 perseguição de efeitos de rede (Bolaño; Martins; Valente, 2022, p. 4).

As iniciativas contra-hegemônicas de comunicação atuam, assim, em cenário concorrido, instável e contraditório, com menos vagas de emprego formal e mais possibilidades de agir “por conta própria” no terreno da comunicação. Revelam-se dependentes de plataformas digitais que são grandes corporações com interesses de mercado, mas que possibilitam a existência de agentes antes fora do modelo concentrado de poucas mídias e grande poder econômico e político.

Passaremos agora a falar dos agentes contra-hegemônicos de comunicação que emergem em Teresina, tentando relacioná-los às questões do contexto mais geral apontado e buscando seguir o que indicaram Le Cam e Ruellan (2014): descentralizar o olhar sobre a comunicação, o jornalismo e o jornalista, de forma a que se pesquise essas categorias também a partir de suas margens.

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 selecionadas por esta pesquisa, sendo elas as que se enquadram no conceito de arranjos alternativos, entendidos como agentes 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 que circula 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 Teresina³, 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. Ele foi fundado em 2018 e se apresenta como “o portal da maior quebrada do Piauí”. A iniciativa 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 e 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 manifestações culturais e artistas do Piauí. Sua equipe de colaboradores escreve sobre produções e artistas nas áreas da literatura, música, cinema, fotografia, dança, folclore, patrimônio, turismo e artes visuais. Também são compartilhadas recomendações de eventos e postagens com sugestões de manifestações artísticas/culturais, 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

3 O Fala Dirceu mantém uma segunda versão do arranjo na cidade de Diadema, São Paulo, chamado Fala Diadema. A pesquisa enfoca somente a iniciativa que atua em Teresina.

principal objetivo é ampliar a visibilidade sobre questões de interesse das mulheres e suas histórias. O *podcast* também realiza séries especiais temáticas, como a série *Justiça Reprodutiva para Mães-Mulheres com Deficiência*, com depoimentos e reflexões sobre maternidade de mulheres com deficiência. Os episódios do Malamanhadas são disponibilizados no site www.malamanhadas.com, no YouTube próprio do canal e em plataformas de áudio.

O Estado do Piauí, fundado em 2021, é um site que realiza coberturas em áreas 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. Em termos editoriais e de organização é o mais próximo de um veículo de comunicação convencional, com editorias definidas, funções delimitadas e repórteres e editora contratada. 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, no formato impresso, a revista *Revestrés* foi fundada pelo então publicitário e escritor André Gonçalves e pelo professor de Literatura Wellington Soares. Circulando por uma década com veiculação bimestral, o periódico aborda temas relacionados à cultura – de modo amplo – e manifestações de arte, tendo como principal objetivo discussões sobre produtores e produção artística e cultural regional e suas relações com produções nacional e internacional, mas indo além disso. A proposta da revista é servir como espaço de reflexão, crítica e estímulo a debates de temas também sociais e antropológicos, se caracterizando por grandes entrevistas (cerca de 12 páginas) e reportagens, com artistas, produtores culturais e estudiosos locais e nacionais. Também publica ensaios fotográficos e

de artes visuais, resenhas, contos, poesia, crônicas e textos acadêmicos. Ainda dá espaço a discussões sobre racismos, gêneros e feminismos. Na Revestrés as editorias não são fixas, os repórteres são remunerados por produção e a linha editorial é conduzida por um conselho editorial. 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 nove questões para caracterizar as mídias contra-hegemônicas teresinenses. São elas: 1) gênero com o qual se identifica(m) o/a(s) fundadores(as); 2) idade; 3) nível de escolaridade; 4) área de formação dos fundadores dos arranjos com graduação; 5) tipo de vínculo dos colaboradores; 6) formas de sustentação da iniciativa/arranjo; 7) quantitativo de colaboradores na iniciativa/arranjo; 8) fundação da iniciativa/arranjo; e 9) como definem o que fazem e se consideram jornalismo aquilo que fazem.

Apresentamos a seguir tabelas com o resultado obtido pelas questões levantadas, permitindo uma cartografia das iniciativas alternativas de comunicação surgidas em Teresina pós-Junho de 2013.⁴

DADOS DAS MÍDIAS ALTERNATIVAS EM TERESINA

Em relação à questão de gênero, a pesquisa indagou com qual gênero o/as fundadores/as dos arranjos analisados 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 de mídia alternativas. Isso pode se relacionar com um contexto mais estrutural em que pessoas do gênero masculino costumam ter mais oportunidades

4 A revista Revestrés é a única dessas iniciativas surgidas pouco antes de 2013, circulando pela primeira vez em 2012, em formato impresso. No entanto ela cresce e passa a operar no formato digital pós-Junho de 2013. Vale destacar ainda que Junho de 2013 foi antecedido por grandes protestos de rua localizados em algumas cidades do Brasil, entre elas, Teresina, com as manifestações “Contra o aumento”, mobilizadas no final do ano de 2011, com protestos de estudantes pela diminuição do valor da passagem no transporte coletivo – exatamente como iniciou Junho de 2013, logo depois apresentando uma pauta mais difusa, entre o direito à cidade, o combate a injustiças e o reconhecimento de direitos à grupos excluídos. A edição número 1 de Revestrés impressa foi produzida no período em que aconteciam os protestos de 2011 em Teresina, sendo lançada em 29 de fevereiro de 2012. A revista passou a ser disponibilizada online em 2015 e desde o início já estava presente nas redes sociais digitais.

e acessos. O dado também pode ser visto em contraponto com o encontrado pelo Perfil dos Jornalistas Brasileiros 2021 (2022), pesquisa nacional que verificou 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 o/a(s) fundadores(as) dos arranjos alternativos em Teresina?

	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM
Masculino	10	71,42%
Feminino	4	28,57%
Outros	0	0%
TOTAL	14	100%

Fonte: Elaborada pelos autores

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 majoritariamente jovem e adulto à frente das iniciativas teresinenses.

Tabela 2. A que faixa etária pertencem os fundadores dos arranjos alternativos em Teresina?

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

Fonte: Elaborada pelos autores

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

Esse dado pode se relacionar com o descontentamento em relação as mídias convencionais existentes, quando, tendo acesso às formas de produzir e distribuir conteúdos, pessoas com bom nível de escolaridade formal preferem criar suas formas de trabalho a se integrar aos modelos já existentes. Por outro lado, também pode se relacionar com a diminuição da oferta de emprego formal e ao aumento da precarização no mundo do trabalho, com formas diversas de subcontratados, salários reduzidos e tendência de exploração da mão de obra, empurrando os

trabalhadores a “se virarem” por conta própria, com uso das tecnologias disponíveis e desreguladas, sem garantias de trabalho, competição crescente, diminuição das fronteiras entre jornalismo, publicidade e outros tipos de conteúdo e, muitas vezes, estimulando a adesão ao discurso empreendedor

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

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

Fonte: Elaborada pelos autores

No que diz respeito à área de formação em curso superior, menos de 30% são graduados em Jornalismo. Ao passo que isso demonstra o diálogo interdisciplinar de profissionais de outras áreas na comunicação, também aponta que o perfil dos fundadores de veículos alternativos é o de pessoas de formações variadas que buscam criar outras formas de, fora das mídias hegemônicas, fazer circular informações acerca de temas de seu interesse. Os fundadores não graduados em Jornalismo declararam formação nas áreas de Administração, Direito, História, Letras, Publicidade. Isso também pode indicar dificuldades para pessoas formadas nessas outras áreas encontrarem atuação em sua área de formação original, o que se relaciona com a precarização do trabalho de modo geral.

Tabela 4. Área de formação dos fundadores dos arranjos com graduação

	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM
Jornalismo	3	28,37%
Outras áreas: Administração, Direito, História, Letras, Publicidade.	5	71,43%
TOTAL	8	100%

Fonte: Elaborada pelos autores

Número expressivo das iniciativas funciona com prestação de trabalho voluntário (62,5%). Das oito iniciativas, apenas uma possui atividade regular com remuneração definida. Esses números também impactam diretamente na manutenção, capacidade e volume de produção dos arranjos, na quantidade de trabalhadores ativos e na própria existência e permanência dos veículos. Além disso, se 62,5% afirmam trabalhar de forma voluntária, essa é uma informação mais nítida e reveladora sobre a precarização no trabalho. Soma-se a isso a porcen-

tagem que afirma ser freelancer (12,5%) e a que diz não ter frequência definida para receber remuneração (12,5%).

Tabela 5. Qual o tipo de vínculo de trabalho nos arranjos?

	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%

Fonte: Elaborada pelos autores

Sobre a forma de sustentação financeira dos arranjos, das oito iniciativas, seis afirmam que são mantidas por meio de patrocínio. As iniciativas recorrem a mais de uma fonte de obtenção de recursos. Outras formas complementares, como comercialização de produtos e prestação de serviços, são estratégias usadas por outras duas mídias, que também fazem uso de patrocínio para sua sobrevivência. A veiculação de anúncios nos sites foi a forma de manutenção citada por dois arranjos. Em três veículos, os editais de fomento foram destacados como formas de financiamento para manutenção das iniciativas. Nenhum dos arranjos cobra por acesso aos conteúdos, que são disponibilizados gratuitamente. Essa é outra ideia defendida pelo midialivrisimo incentivado com as Jornadas de Junho de 2013 e os movimentos mundiais que a antecederam, os já citados Indignados, na Espanha, e Occupy, nos Estados Unidos e países da Europa.

Tabela 6. Qual a forma de sustentação financeira do arranjo?

	FREQUÊNCIA
Patrocínio	6
Comercialização de produtos	2
Prestação de serviços	2
Veiculação de anúncios	2
Editais	3
TOTAL DE ARRANJOS	8
TOTAL DE RESPOSTAS	15

Fonte: Elaborada pelos autores. Obs.: As iniciativas recorrem a mais de uma fonte de obtenção de recursos.

A sustentabilidade das iniciativas contra-hegemônicas, somada a outros dados – como tipo de vínculo com o arranjo (Tabela 5) e quantidade de participantes (Tabela 7) – é um desafio tornado visível nesta pesquisa. Como grande parte das pessoas se integra de modo voluntário e o modelo tende ao formato coletivo e colaborativo, é interessante recorrer a Cefäi, Veiga e Mota (2011), estudiosos de movimento e formações coletivas, que lembram que a continuidade é um problema prático com o qual os grupos estão sempre tendo que lidar. Para Enriquez (1999), os grupos

estão fadados a um sucesso temporário e a um processo de enfraquecimento. Este autor argumenta que, ao afirmar isso, não está condenando a renovação social, mas destacando os obstáculos inerentes a todo trabalho dessa ordem.

Também é relevante lembrar que o sentimento de incerteza, contemporaneamente, não é privativo dos participantes de organizações alternativas. Goyanes e Rodriguez-Gómez (2018) encontraram o mesmo sentimento de instabilidade em jornalistas de mídia empresarial, provocado por um estado de turbulências nas organizações de notícia de todos os lugares, que estão tentando se adaptar a um cenário de mudanças que inclui os processos de produção e veiculação de notícias, consumo, diminuição das receitas, concorrência com outras fontes de informação e com outros produtores de conteúdo.

Também se relaciona às questões financeira o quantitativo de pessoas em atuação nas iniciativas contra-hegemônicas. Tendo em vista que mais de 60% dos participantes de arranjos atuam de modo voluntário, a quantidade de pessoas em cada arranjo não é grande: 50% das iniciativas atuam com até cinco colaboradores. Por outro lado, o modelo colaborativo também é mais fluído, menos burocrático e está aberto às participações, podendo oscilar em seu número de colaboradores, tendo ora mais ora menos participantes, com iniciativas declarando ser compostas por 20 pessoas ou mais (25%).

Tabela 7. Quantas pessoas atuam nos arranjos?

	FREQÜÊNCIA	PORCENTAGEM
Até 5 pessoas	4	50%
Até 10 pessoas	2	25%
Até 20 pessoas	1	12,50%
Mais de 20 pessoas	1	12,50%
TOTAL	8	100%

Fonte: Elaborada pelos autores

Mais de 60% das iniciativas possuem até cinco anos de existência, enquanto duas circulam há mais de 10 anos. Esses dados indicam que grande parte das iniciativas é recente e teriam surgido em resposta aos desafios, demandas e oportunidades do cenário pós-Junho de 2013. Fruto de adaptações tecnológicas e experimentações de novas linguagens, também surgem como meios de comunicação para públicos mais nichados. O fato de 25% das iniciativas existirem há mais de 10 anos, por outro lado, revela certa longevidade em alguns desses arranjos, mesmo em meio a 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 8. Há quanto tempo os arranjos existem?

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

Fonte: Elaborada pelos autores

Dentre as iniciativas analisadas, 50% classificam o conteúdo que produzem como jornalístico - Fala Dirceu, Ocorre Diário, O Estado do Piauí e Revista Reves-trés. Arranjos como Geleia Total e Acrobata não se classificam como jornalismo e definem 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”.

Tabela 9. Como classificam o conteúdo que veiculam?

	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM
Jornalístico	4	50%
Divulgação cultural	2	25%
Com práticas de Jornalismo e comunicação	1	12,5%
Checadora de fatos	1	12,5%
TOTAL	8	100%

Fonte: Elaborada pelos autores

Nota-se que as iniciativas que se classificam como jornalísticas, que correspondem à metade dos agentes observados, são aquelas que, a princípio, seguem práticas e critérios comumente utilizados no jornalismo chamado profissional, como coleta e apuração de informações, procura por fontes e uma maior preocupação com periodicidade das publicações, ainda que essa frequência possa variar. É possível observar, nesses arranjos intitulados jornalísticos, a busca de pautas, fontes e abordagens que consideram ausentes nas mídias hegemônicas e a busca por reflexões e análises a respeito de questões da realidade local e regional.

Entre as iniciativas que não se classificam como jornalísticas ou têm posição ambígua sobre isso, pode-se encontrar mais facilmente princípios e normas de outros campos, como a arte e a literatura, e de outras áreas da comunicação, vizinhas do Jornalismo, como a publicidade e relações públicas. Entre os arranjos que classificam seu conteúdo como divulgação cultural (25%), é possível observar um interesse maior em abordar produções e produtores artísticos sob o ponto de vista

da divulgação de seus nomes e/ou trabalhos, investindo num serviço de agenda sobre eventos e produções culturais da região.

CONCLUSÕES

Os resultados obtidos conformam uma inédita cartografia de agentes alternativos digitais em comunicação operando em Teresina (PI) pós-Junho de 2013. Dado que os arranjos de comunicação são modelos que tendem à fluidez e instabilidade, novas iniciativas podem ser incluídas nessa amostra e os arranjos elencados podem ter suas configurações alteradas, logo as conclusões apresentadas constituem um retrato desse momento. Os dados coletados indicam tendências e contribuem para que seja possível pesquisar e acompanhar transformações no fazer jornalístico e de comunicação de modo geral e nas configurações dos grupos que atuam nessas iniciativas e/ou se utilizam de ferramentas de comunicação na sua operação.

A partir dos dados levantados percebe-se que os arranjos alternativos de comunicação em Teresina foram fundados por pessoas com formação universitária. Essa formação não se restringe ao curso de Jornalismo - no recorte da pesquisa, esse perfil corresponde a quase um terço dos fundadores dos arranjos -, mas também se verificou formação em Administração, Direito, História, Letras e Publicidade.

A tendência dos arranjos é serem compostos por pessoas majoritariamente jovens, com parcela significativa tendo menos de 30 anos e pelo menos a metade deles tendo menos de 40 anos. Esse dado pode indicar alguma dificuldade para a inserção de jovens profissionais nos veículos da mídia convencional, necessitando-se de observação mais acurada para identificar se isso é reflexo de aspectos econômicos do setor ou de transformações no mundo do trabalho – menor quantidade de vagas formais de emprego, por exemplo - ou se estão relacionadas a escolhas dos próprios componentes desses grupos, que, tendo acesso a formas de produzir e distribuir informações e possuindo habilidades com as tecnologias digitais, podem encontrar nos arranjos alternativos maiores possibilidades de produzir conteúdos e modos de atuação que não encontram nas mídias convencionais.

Os arranjos enfrentam um problema em comum para se manterem em atividade: a escassez de recursos, com ausência de anunciantes ou dificuldade em mantê-los com certa regularidade, o que acaba por se traduzir em impossibilidade de planejamento que permita fôlego financeiro às iniciativas.

No entanto, verifica-se que a maior parte dos fundadores e primeiros participantes dessas iniciativas contra-hegemônicas permanece nos arranjos, mesmo com as dificuldades de remuneração de modo constante. Esse dado merece um olhar direcionado à identificação e compreensão de 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, acontecimentos e aspectos culturais, a partir da conjuntura política – que é constantemente observada. Muitas vezes terminam fazendo um contraponto à mídia convencional local, que costuma se debruçar maciçamente em pautas com personagens da política tradicional, instituições oficiais e baseada em jornalismo declaratório, com ausência de crítica.

Todas essas experiências emergiram pós-Junho de 2013⁵ e partilham algumas das características que ajudaram a demarcar esse movimento: costumam ser formações de caráter coletivo – sendo mais ou menos abertas às participações; têm pouca ou nenhuma formalidade no pertencimento ao grupo e ao desenvolvimento do trabalho, com ausência ou poucos contratos formais, mas revelando certa fidelidade e permanência na adesão ao grupo; fazem bastante uso de redes sociais digitais – tanto para se organizarem como para divulgarem o que produzem – o que as deixa dependentes de empresas de plataformas digitais que não controlam; defendem pautas de direitos humanos, combate ao racismo e a preconceitos de gênero etc.; buscam intervir no debate público – logo, costumam defender uma inserção não-neutra, mas a favor de grupos e causas sociais; distribuem seus conteúdos gratuitamente - não obtendo recursos com isso, mas reforçando a ideia de mídia livre dos movimentos que antecederam Junho de 2013 e das próprias Jornadas de Junho; e têm organização horizontalizada – o que não significa ausência de lideranças, mas certa crítica ao modelo verticalizado de tomada de decisões mais comum em modelos convencionais.

Os dados apresentados nesta pesquisa buscam mapear e conhecer características dos arranjos de comunicação alternativos em Teresina, sabendo-se da complexidade do quadro observado e da possibilidade de modificações nesse quadro. Essa investigação buscou articular os dados obtidos localmente com um contexto mais amplo, articulado a fenômenos globais e suas interfaces e desdobramentos em cenários localizados, à margem dos grandes centros, mas também impactados por transformações gerais. Tais análises colaboram para uma melhor apreensão sobre mudanças na comunicação, nos movimentos sociais, no jornalismo,

5 A revista *Revestrés* é a única que surgiu em 2012, mas, como dito, cresceu e se tornou digital pós-Junho de 2013.

na atuação de grupos e em suas (re)invenções, em suas interseções com os campos sociais, políticos, econômicos, culturais e tecnológicos e como eles se influenciam uns aos outros. Estudar os contextos locais torna-se urgente pela oportunidade de revelar tanto aspectos particulares como características comuns, que se repetem em fenômenos espacialmente distantes, mas que partilham das mesmas transições e contradições dos eventos contemporâneos.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Samária (2020). *Comovidos: engajamentos e emoções na Mídia NINJA*. Tese. Brasília: Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília.
- ANTUNES, Ricardo (2011). *Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do trabalho*. São Paulo: Cortez.
- ANTUNES, Ricardo (2022). *Capitalismo pandêmico*. São Paulo: Boitempo.
- BOLAÑO, César (2000). *Indústria cultural: informação e capitalismo*. São Paulo: Polis.
- BOLAÑO, César; MARTINS, Helena; VALENTE, Jonas (2022). 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 Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, N° 24. DOI: <https://doi.org/10.62174/avatars.2022.7615> (acesso em 05/09/2024).
- CABRAL, Adilson (2019). *Centro de mídia independente: os primórdios do ativismo digital no Brasil*. Curitiba: Appris Editora.
- CEFÄI, D.; VEIGA, F. B.; MOTA, F.R. Introdução. In: CEFÄI, D. et al (Orgs). *Arenas públicas: por uma etnografia da vida associativa*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2011. P. 9-63.
- ENRIQUEZ, E. *Da horda ao estado: psicanálise do vínculo social*. Rio de Janeiro: Zahar: 1999.
- FÍGARO, Roseli (2018). *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*. Relatório de Pesquisa. São Paulo: ECA-USP.
- GOHN, Maria da Glória, BRINGEL, Breno (2017). *Manifestações e protestos no Brasil: correntes e contracorrentes na atualidade*. São Paulo: Cortez.
- GOYANES, M.; RODRÍGUEZ-GÓMEZ. Presentism in the newsroom: How uncertainty redefines journalists' career expectations. *Sage Journals*, abr. 2018.
- GROHMANN, Rafael (2021). "Trabalho plataformizado e luta de classes". *Margem esquerda*. São Paulo: Boitempo, n. 36, p. 40-46.

- KUCINSKY, Bernardo (2003). *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- LIMA, Samuel Pantoja (Coord.) (2022). *Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho*. Florianópolis: Quorum Comunicações.
- MICK, Jacques.; TAVARES, Luisa Meurer (2017). A governança do jornalismo e alternativas para a crise. *Anais do Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, SBPJor*. São Paulo/SP. file:///C:/Google%20Drive/_Notebook/Downloads/948-Article%20Text-3996-4052-10-20170830.pdf (acesso em 06/10/2024).
- MOSCO, Vincent (2009). *La economía política de la comunicación*. Barcelona: Editorial Bosch.
- MOROZOV, Evgeny (2018). *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu Editora.
- PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal (2011). O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. *In Texto*. Porto Alegre: UFRGS, v.01, n. 24. p. 38-57. <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/19208> (acesso em 10/09/2023).
- PEREZ, Olívia Cristina (2020). Relações entre coletivos com as Jornadas de Junho. *Opinião Pública*, v. 25, n.3, p. 258-256. <https://doi.org/10.1590/1807-01912019253577> (acesso em 01/08/2024).
- PEREZ, Olívia Cristina (2024). Legados de Junho de 2013: a proliferação dos coletivos para além do campo dos movimentos sociais. *Psicologia USP*, volume 35. <https://www.scielo.br/j/pusp/a/BG783xPfChnQ68FmkTv3knF/?format=pdf&lang=pt> (acesso em 02/10/2024).
- ROVAI, Renato (2018). *Um novo ecossistema midiático: a história do jornalismo digital no Brasil*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Clacso.
- LE CAM, Florence; RUELLAN, Dennis (2014). *Changements et permanences du journalisme*. https://www.researchgate.net/publication/301614798_Changements_et_permanences_du_journalisme (acesso em 08/10/2020).
- VALENTE, Jonas (2019). *Tecnologia, informação e poder: das plataformas online aos monopólios digitais*. Tese. Brasília: Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de Brasília.
- WARK, Mckenzie (2022). *O capital está morto*. São Paulo: Editora Funilaria e sobinfluência.
- ZUBOFF, Shoshana (2020). *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Rio de Janeiro: Intrínseca.