

ANÉZIA LIMA
BEATRIZ MELO
PAULO GIRALDI
THIAGO NUNES
(Organizadores)



COMUNICAÇÃO, TECNOLOGIAS E TRABALHO

Indicativos para o Desenvolvimento Regional no Amapá

Anézia Maria Brito Lima
Beatriz Melo Castro
Paulo Vitor Giraldi Pires
Thiago Felipe Nunes de Freitas
(Organizadores)

COMUNICAÇÃO, TECNOLOGIAS E TRABALHO:

INDICATIVOS PARA O
DESENVOLVIMENTO
REGIONAL NO AMAPÁ

Macapá
UNIFAP
2021

Copyright © 2021, Autores

Reitor: Prof. Dr. Júlio César Sá de Oliveira
Vice-Reitora: Prof.^a Dr.^a Simone de Almeida Delphim Leal
Pró-Reitor de Administração: Msc. Seloniel Barroso dos Reis
Pró-Reitor de Ensino de Graduação: Prof. Dr. Almiro Alves de Abreu
Pró-Reitor de Planejamento: Prof. Msc. Erick Frank Nogueira da Paixão
Pró-Reitor de Gestão de Pessoas: Isan da Costa Oliveira Junior
Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação: Prof.^a Dr.^a Amanda Alves Fecury
Pró-Reitor de Extensão e Ações Comunitárias: Prof. Msc. Steve Calheiros

Diretor da Editora da Universidade Federal do Amapá
Madson Ralide Fonseca Gomes

Editor-chefe da Editora da Universidade Federal do Amapá
Fernando Castro Amoras

Conselho Editorial

Madson Ralide Fonseca Gomes (Presidente), Ana Flávia de Albuquerque, Ana Rita Pinheiro Barcessat, Cláudia Maria Arantes de Assis Saar, Daize Fernanda Wagner, Danielle Costa Guimarães, Elizabeth Machado Barbosa, Elza Caroline Alves Muller, Janielle da Silva Melo da Cunha, João Paulo da Conceição Alves, João Wilson Savino de Carvalho, Jose Walter Cárdenas Sotil, Norma Iracema de Barros Ferreira, Pâmela Nunes Sá, Rodrigo Reis Lastra Cid, Romualdo Rodrigues Palhano, Rosivaldo Gomes, Tiago Luedy Silva e Tiago Silva da Costa

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

L7324c
Comunicação, Tecnologias e Trabalho: indicativos para o Desenvolvimento Regional no Amapá / Anézia Lima, Beatriz Castro, Paulo Giraldi, Thiago Nunes - Macapá: UNIFAP, 2021.
154 p.
ISBN: 978-65-89517-23-8
1. Comunicação. 2. Tecnologias. 3. Trabalho I. Paulo Giraldi. II. Fundação Universidade Federal do Amapá. III. Título.
CDD 070

Imagem da capa: Paulo Giraldi

Editoração e diagramação: Paulo Giraldi



Editora da Universidade Federal do Amapá
www2.unifap.br/editora | E-mail: editora@unifap.br / Telefone (96) 4009-2801
Endereço: Rodovia Juscelino Kubitschek, Km 2, s/n, Universidade,
Campus Marco Zero do Equador, Macapá-AP, CEP: 68.903-419



Editora afiliada à Associação Brasileira das Editoras Universitárias

É proibida a reprodução deste livro com fins comerciais sem permissão dos Organizadores.
É permitida a reprodução parcial dos textos desta obra desde que seja citada a fonte.
As opiniões, ideias e textos emitidos nesta obra são de inteira e exclusiva responsabilidade dos autores dos respectivos textos.

SUMÁRIO

Apresentação	04
Relatos de Experiência na Iniciação Científica	05
Capítulo 1 ciclo 2018-2019	10
Novos Arranjos Econômicos de Comunicação na Região Norte: Um Olhar Sobre o Trabalho em Macapá	11
<i>Beatriz Melo Castro e Paulo Vitor Giraldi Pires</i>	
Capítulo 2 ciclo 2019-2020	29
Comunicação independente e alternativa na Amazônia Amapaense: empreendedorismo digital	30
<i>Anézia Maria Brito Lima e Paulo Vitor Giraldi Pires</i>	
Jornalismo Alternativo na Amazônia Amapaense: o empreendedorismo digital na pandemia da Covid-19	45
<i>Anézia Maria Brito Lima e Paulo Vitor Giraldi Pires</i>	
Comunicação e Trabalho na Amazônia Amapaense: mutações da notícia e tendências das redações virtuais na pandemia da Covid-19	64
<i>Anézia Maria Brito Lima e Paulo Vitor Giraldi Pires</i>	
Comunicação e Trabalho no Amapá: mercado, transformações profissionais e empreendedorismo digital	79
<i>Anézia Maria Brito Lima e Paulo Vitor Giraldi Pires</i>	
Capítulo 3 ciclo 2020-2021	98
Trabalho digno para o desenvolvimento democrático: análise das iniciativas digitais em arranjos econômicos no Amapá	99
<i>Anézia Maria Brito Lima, Thiago Felipe Nunes de Freitas e Paulo Giraldi</i>	
Da utopia à necessidade: o trabalho no jornalismo tucuju e os apelos ao empreendedorismo de comunicação no Amapá	122
<i>Anézia Maria Brito Lima, Thiago Felipe Nunes de Freitas e Paulo Giraldi</i>	
Perfil dos Autores	154

Apresentação

O desenvolvimento é fruto das possibilidades, oportunidades e investimentos em Políticas Públicas e na Ciência. Nada acontece do dia para a noite: o conhecimento é o grande aliado do progresso de qualquer país democrático. O desenvolver exige envolver-se! O tempo é o segredo das grandes invenções, ideias, inovações e crescimento – seja ele humano, social, econômico ou estrutural. Nossa conversa neste manuscrito percorre muitos ideais. Sim, pois acreditamos em um Brasil melhor, mais justo, solidário e de igualdade de oportunidades para todas e todos. O nosso olhar sobre o Amapá também é um desejo de um país do bem-viver, que respeite sua gente e a mãe-natureza. Esse livro é resultado de quatro anos de reflexões e estudos vinculados ao Departamento de Pesquisa (DPq) e Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), com participação de bolsistas do Programa de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq). Sob a minha supervisão e orientação, esses jovens inovadores e promissores, puderam desbravar novos mundos, a partir da investigação científica. Trouxeram à tona debates pertinentes e importantes acerca do trinômio: Comunicação, Tecnologias e Trabalho. O projeto de pesquisa surgiu em 2018, por meio de parceria com o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT - ECA/USP), sob a coordenação da Profa. Dra. Roseli Fígaro. Pontes e diálogos foram estabelecidos, entre São Paulo e Macapá, entre Macapá e o Brasil. Os estudos presentes neste livro analisam diferentes vertentes inerentes à vida na Região Norte, com recorte na Amazônia Amapaense. Aqui são apresentadas discussões sobre o desenvolvimento regional, por meio dos potenciais da comunicação local, tecnologias sociais e trabalho digno. Expresso minha gratidão aos meus alunos e alunas, que tornaram possível essas pesquisas: Anézia Lima, Beatriz Melo e Thiago Nunes. O mundo irá conhecer os potenciais do Amapá, por meio do conhecimento científico e do jornalismo ético praticado por vocês. Entre a utopia e a necessidade, o desenvolvimento é nossa meta!

Meu abraço, Prof. Paulo Giraldi.

Macapá, 12 de outubro de 2021 – *Celebração de Nossa Senhora Aparecida.*

Jovens Cientistas: geração inovadora

Relatos de Experiência na IC

***Anézia Lima**

Na Universidade, iniciei uma nova etapa de aprendizados que surgiu como um acréscimo ao curso de Jornalismo. Durante os anos de 2019 a 2021, tive a oportunidade de ser bolsista de Iniciação Científica e, desde então, tudo o que aprendia em sala de aula fazia mais sentido. Nessa caminhada, pude entender a complexidade da Comunicação e a necessidade de simplificá-la, para assim, ter um entendimento mínimo dos diversos âmbitos para atuar na área com mais segurança.

No decorrer dos ciclos, com a participação em eventos e congressos consegui captar muitos conhecimentos para a pesquisa, graduação e relação com os participantes/entrevistados. Foram espaços de treinamentos, aulas e trocas essenciais para a construção do meu pensamento crítico. Nesses vários momentos, também apresentei alguns trabalhos divulgando os estudos desenvolvidos na pesquisa, o caminho percorrido e os resultados desses processos.

Com as produções bibliográficas, tive a possibilidade de reunir e ‘concretizar’ grande parte dos nossos levantamentos, achados, discussões e apontamentos sobre a temática e objeto de pesquisa. Mesmo com as minhas limitações, em uma avaliação pessoal antes de descrever essas percepções, percebo o processo de aprendizagem nessa experiência, que foi notável. Como aprendiz, sinto que o caminho aos poucos vai sendo percorrido.

Por meio do contato com os participantes das pesquisas, notei a importância do jornalismo e do profissional jornalista. Tendo papel relevante e a necessidade de evidenciar a realidade, muitas vezes, pouco refletiva, por isso, acredito na prática do jornalismo como “indutor democrático, prática social e forma de conhecimento” (CHRISTOFOLETTI, 2019, p. 5).

Essas experiências não transformaram apenas a minha formação técnica, mas principalmente aspectos pessoais. Consegui aprender tantas coisas, sobre mim, inclusive. Percebi a necessidade de trabalhar esse desfazer do que já era feito, para assim, continuar a fazer-me. E ao fazer ciência, com as trocas de conhecimentos diárias, nas entrevistas, conversas, produções, trocas de ideias, orientações e apresentações, relembra a citação de um autor que alimentou esse processo. “O caminho mais doce e inofensivo da vida passa pelas avenidas da ciência e do saber; e, quem quer que possa remover quaisquer obstáculos desta via ou abrir uma nova perspectiva, deve ser considerado um benfeitor da humanidade” (HUME, 2012, p. 23).

Caracterizo esse ‘benfeitor’ como alguém disponível a ouvir humanamente as pessoas envolvidas no processo, pois diante das dramáticas do trabalho, entendi que a escuta já era um sinal de atenção a esses trabalhadores que sofrem a desumanização da precarização; mesmo sendo mínima a contribuição, o agradecimento e a reflexão (alguns revelaram que nunca foram interrogados sobre esse assunto) dessas pessoas já me fortaleciam para a continuação do trabalho de pesquisa.

Aproveito esse espaço para registrar meus agradecimentos ao professor Paulo Giraldi, pela parceria na orientação durante os dois anos de Iniciação Científica. Sem dúvidas, foram momentos de grandes aprendizados, resiliência e obstáculos superados para alcançar os objetivos das pesquisas. Destaco a competência profissional, a confiança que nos repassa, e a autonomia dada, sempre acompanhando nossos voos. Desejo uma caminhada de luz e prosperidade. Gratidão!

Referências

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

HUME, David. **Investigação sobre o entendimento humano**. 2 ed. São Paulo: Escala, 2012.

***Beatriz Melo**

Ingressei no ensino superior em 2017, para o curso de Bacharel em Jornalismo na Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). Antes de mim, uma geração já havi ingressado no ensino superior também, então eu já tinha conhecimento da tríade que regia o ensino superior: ensino, pesquisa e extensão (não com essas nomenclaturas, mas sabia os papéis que a universidade poderia exercer dentro e fora dos muros dos tantos campus espalhados pelo Brasil.

Logo no primeiro semestre do curso eu e minha turma fomos “desafiados” a escrever um artigo científico, mesmo que muitos de nós sequer soubessem por onde começar. Fiz o primeiro, o segundo, o terceiro... peguei gosto pela pesquisa. Poucos alunos faziam parte de programas de iniciação científica dentro do Jornalismo, tinha poucas referências e não sabia como consrguir fazer parte de uma pesquisa. Em 2018, o Prof. Paulo Giraldo me convidou para ser pesquisadora júnior, no programa de bolsas da própira UNIFAP. Aceitei imediatamente, queria muito fazer aquilo.

Ao me deparar com as leituras sobre a temática geral da minha pesquisa (Comunicação e Trabalho) um mundo de possibilidades se abriu em minha cabeça. Conheci autores incríveis através dos livros e artigos, me apaixonei pela temática e me indignei muito também. A pesquisa só reforçou meu senso de questionamento, algo que um bom jornalista deve ter afiado feito com faca. Como meu estudo era em parceria com um mapeamento nacional, encabeçado pela Profa. Dra. Roseli Fígaro da Universidade de São Paulo (USP) me senti conectada com a pesquisa naconal nos encontros que tive com ela.

Na pesquisa pude conhecer comunicadores locais, entrevistei o máximo que pude e vi de perto a realidade profissional de jornalistas e publicitários em Macapá. O mapeamento, as entrevistas, a pesquisa bibliográfica e os debates que levantei dentro de sala de aula (a partir dos dilemas que surgiram ao decorrer da minha pesquisa) possibilitaram a minha presença em muitos lugares.

Estive no INTERCOM 2019, que aconteceu na Universidade Federal do Pará (UFPA), como pesquisadora Jr. levando um dos artigos que produzi

dentro de minha IC, ali fui ouvida por outros estudantes e debates importantes foram levantados através dos apontamentos que fiz. Ainda no evento também participei da mesa 'Os novos arranjos do trabalho do jornalista: mapeando as iniciativas no Brasil' enquanto palestrante, ao lado de minhas maiores referências intelectuais (Edgard Patrício, Luciana Miranda, Claudia Nonato, Fernando Pachi Filho, Rafael Grohmann e Roselí Fíguro) na área da comunicação e trabalho.

Alguns meses depois, ainda em 2019, participei da XIV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã, na Universidade Federal Fluminense (UFF), onde tive resumo aprovado de mais um artigo que escrevi na iniciação científica. Ali, a minha pesquisa extrapolou as barreiras geográficas do norte do país e foi para o sudeste do Brasil. No evento também pude conhecer outros pesquisadores essenciais para a produção científica comunicacional do Brasil e da América Latina.

Cresci como acadêmica e como pessoa durante os 12 meses que fui pesquisadora. Gostaria de salientar a importância que a pesquisa tem na vida dos estudantes que conseguem acessar esse lugar. A remuneração também é essencial, haja vista que pesquisar também é trabalho árduo e requer horas e horas de dedicação. O ensino superior brasileiro precisa de mais pesquisadores engajados para pesquisar problemáticas em aberto e auxiliar na construção de um país mais justo.

***Thiago Nunes**

A jornada no campo acadêmico é construída por diversas etapas e a minha começou a partir do momento que entrei na universidade. Após algum tempo na graduação tive a oportunidade de realizar conquistas pessoais, como a iniciação na pesquisa científica dentro do mundo acadêmico. Orientado pelo Prof. Dr. Paulo Giraldo e, em parceria com a Anézia Lima, consegui efetuar trabalhos significativos que contribuem não só com a academia, mas com a sociedade que está em torno da universidade.

Tendo em vista que as discussões levantadas dentro do meu projeto de iniciação científica são de total importância para o cotidiano e futuro do amapaense. Além das pesquisas abordadas dentro da iniciação científica, tive a oportunidade de estender meus conhecimentos para outros locais, publicando artigos alinhados diretamente ao estudo abordado na minha pesquisa acadêmica e colaborando com estudos de outras universidades.

Como exemplo cito a colaboração com o Centro de Pesquisa de Comunicação e Trabalho da Universidade de São Paulo (USP) em e-book organizado pela Profa. Dra. Roseli Figaro, que contou com a parceria de universidades de todo o Brasil. Também cito a publicação realizada no I Congresso Internacional Comertec e IV Comertec JR, o texto publicado no XIII Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, assim como a publicação realizada no 4º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies.

Com a iniciação científica pude compreender a importância da pesquisa para a comunicação e outros campos de estudo e essa etapa foi de extrema importância para o meu início da minha jornada na ciência que será continuada com o fim da graduação e início do mestrado o mais breve possível.

CAPÍTULO 1 |

Ciclo 2018-2019

A primeira fase da pesquisa busca analisar, por meio da abordagem teórico-metodológica do binômio 'Comunicação e Trabalho', as condições da produção jornalística e as relações de comunicação em 'arranjos alternativos', a partir de startups de Jornalismo Digital criadas por jornalistas no Amapá. O estudo foi iniciado em parceria com Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA/USP). Os resultados contribuem para um entendimento sobre o papel da comunicação nos processos de trabalho e do produto jornalístico 'alternativo' na região Norte do Brasil. O Mundo do Trabalho do Jornalista passa por profundas transformações. As redações brasileiras e no exterior vivem um momento de reciclagem em suas estruturas físicas e de capital humano, o que modifica, principalmente, o processo de produção da notícia. Essa realidade pode ser confirmada com a perda do emprego por centenas de profissionais jornalistas experientes, que migraram para outras organizações, criaram novas empresas - as startups, ou até deixaram a atividade na área da comunicação.

Novos arranjos econômicos de Comunicação na Região Norte: um olhar sobre o Trabalho em Macapá

Beatriz Melo Castro e Paulo Vitor Giraldi Pires

“Esta pesquisa traz questionamentos a respeito do futuro do Mercado de Trabalho de Comunicação em Macapá e, busca compreender como os profissionais desta área vêm se organizando e configurando novos perfis de trabalho (novos arranjos), diante do advento das novas tecnologias e a transição do analógico para o digital”.

A ascensão de tecnologias digitais, desde a chegada da Rede Mundial de Computadores no Brasil, em 1988, reconfigurou as estruturas sociais, atingindo das relações humanas ao exercício do trabalho. A mecanização das atividades produtivas demandou não somente a capacitação da mão de obra como, também, a adaptação dos instrumentos de trabalho ao campo tecnológico automatizado. A comunicação, como os demais serviços, também vem sofrendo esse processo de transformação do sistema produtivo do analógico para o digital.

Para a compreensão sobre os rumos do mercado e das relações de trabalho faz-se necessário observar o macro, por meio da percepção das particularidades, como propõe Morin (2005, p. 88) em sua ‘reforma do pensamento’ “o conhecimento das partes depende do conhecimento do todo, como o conhecimento do todo depende das partes”.

Existe uma crise iminente no Mercado de Trabalho no Brasil, como constata o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE¹). No primeiro trimestre de 2019, o quantitativo da população desempregada chegou aos 13,2 milhões. O Amapá, desde 2017, passou a ser a capital brasileira líder em desemprego no âmbito dos demais Estados da federação. Dados da Pesquisa

¹Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/24691-pnad-continua-taxa-de-desocupacao-e-de-12-5-e-taxa-de-subutilizacao-e-24-9-no-trimestre-encerrado-em-abril-de-2019>>. Acesso em: 11 jun. 2019

Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD), divulgada pelo IBGE², confirmam que o desemprego cresceu em 14 unidades federativas. O Amapá está no topo da lista, com 20,2% da população com força de trabalho, não possui empregos formais.

O atual contexto de crises e de déficit empregatício da mão de obra profissional qualificada, torna-se pretexto para novos modelos de produção diante de inúmeras profissões -aqui denominados de 'arranjos econômicos'³. O mercado midiático, na qualidade de sistema produtivo, não está isento de tais metamorfoses sociais e econômicas. No Amapá, não foi estabelecido, para o ano de 2019, um piso salarial e salário normativo das atividades de comunicação, segundo dados da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ)⁴.

Os reflexos dessa ausência de remunerações pré-estabelecidas atingem também a estrutura das redações, que sofrem um processo de redução no número de colaboradores. Os cargos que anteriormente eram ocupados por profissionais formados na área e aspirantes a comunicólogos, passam a ser preenchidos por jovens estagiários, sem formação conclusa, com carga horária de trabalho reduzida/acúmulo de funções e, conseqüentemente, variações dos salários.

Desta forma, esta pesquisa traz questionamentos a respeito do futuro do Mercado de Trabalho de Comunicação em Macapá e, busca compreender como os profissionais desta área vêm se organizando e configurando novos perfis de trabalho (novos arranjos), diante do advento das novas tecnologias e a transição do analógico para o digital.

Estas indagações são pertinentes, haja vista que o mundo do trabalho, com a ascensão do Neoliberalismo no Brasil, após o fim do regime militar, proporcionou o encurtamento do tempo de elaboração do conteúdo em comunicação, a aceleração nas demandas por informação e o barateamento do

² Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/24486-pnad-continua-trimestral-desocupacao-cresce-em-14-das-27-ufs-no-1-trimestre-de-2019>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

³ Conceito utilizado em pesquisas anteriores, por Roseli Fígaro da USP, há mais de 10 anos.

⁴ Disponível em: <<http://fenaj.org.br/sindicatos/convencoes-e-acordos-coletivos/pisos-salariais-atuais/>> Acesso em: 14 jun. 2019.

serviço, que tornaram-se problemas desgastantes à confecção de jornais, revistas impressas e eletrônicas, programas televisivos e radiofônicos.

Portanto, com este estudo busca-se investigar, ainda, como a capital do Amapá (Macapá) está inserida nas modificações no Mundo do Trabalho⁵, a partir do panorama econômico, social e cultural dos produtores de conteúdo e seus arranjos. Para que assim, sejam discutidas as possibilidades de futuro para a atuação de profissionais, visando debater novos caminhos e cunhar novas ideias para superar as crises no mercado de trabalho e romper com o domínio de grupo hegemônicos de imprensa no país. Este artigo traz resoluções parciais que já anunciam que o mercado de trabalho formal comunicacional em Macapá é dominado por grupos restritos; o modelo econômico hegemônico vigente está em crise e pode ser inovado; indivíduos envolvidos com a comunicação inauguram novos arranjos independentes e/ou alternativos que podem desenvolver caminhos frutíferos para a mídia local, desconstruindo assim a identidade dos produtores de conteúdo no Estado.

Para a fundamentação teórica, o artigo busca amparo nas discussões de autores do jornalismo e da Comunicação Social, como Marcondes Filho (1989), Traquina (2012), Fígaro (2011), Lima (2009) e Travancas (2011). Ao que diz respeito à metodologia, métodos e técnicas da pesquisa, as referências abrigam-se nos conhecimentos de Gil (2008) sobre Método Exploratório e técnicas de coleta de dados, mapeamento e entrevista, e ainda, Gerhardt e Silveira (2009) para a revisão bibliográfica e análise qualitativa.

Este texto é o desdobramento das atividades da primeira fase do Projeto de Pesquisa “Mercado midiático e novos arranjos econômicos: carreira e identidade profissional” (2018-2019), que objetiva viabilizar futuras pesquisas no Norte do Brasil sobre comunicação, mercado de trabalho e as modificações nos sistemas produtivos através da adoção das tecnologias digitais móveis no funcionamento social. Coordenado pelo professor Dr. Paulo Giraldi, com orientação da bolsista, Beatriz Melo Castro, vinculada à Iniciação Científica, por meio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PROBIC/VS),

⁵ Termo explorado por Isabel Travancas, em sua obra “O Mundo dos Jornalistas”.

da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), em parceria com o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA/USP).

Crise mercadológica: comunicação em foco

Os processos de transformação estão híbridos ao desenvolvimento do indivíduo ao longo da vida. As mudanças sociais, econômicas e culturais são comuns à história da humanidade, tendo em vista que o ser humano vem aprimorando suas práticas laborais e ressignificando as relações sociais no decorrer dos tempos.

De certa maneira, os setores de mercado são afetados pelas ações orgânicas da sociedade em mutação. O jornalismo, por exemplo, acompanha as metamorfoses do mundo desde seu surgimento, modificando formato e linguagem no apresentar de notícias, conforme o surgimento de novos mecanismos midiáticos: prensa, transmissores de sinais AM, computadores, equipamentos de audiovisual e, por fim, a internet/tecnologias e dispositivos *mobile*.

A evolução tecnicista da comunicação, visualizada no refinamento da publicidade (LIMA, 2009), deixou a tipografia para dar lugar às peças de design gráficos computadorizadas. Assim como no jornalismo, com a obsolescência dos formatos tradicionais e analógicos, especialmente no jornalismo impresso, com o uso do *Lead* e a organização da notícia em pirâmide invertida (TRAQUINA, 2012), até o que se aplica, atualmente, no Webjornalismo, como a pirâmide deitada (CANAVILHAS, 2006).

A estrutura organizacional das redações jornalísticas adaptou-se a inserção do modelo de Convergência (JENKINS, 2009), alinhando o texto às produções de rádio e da televisão, obrigando os profissionais (Jornalistas, Publicitários, Relações Públicas etc.) a sustentar posturas polivalentes e, assim, assumissem multitarefas no exercício do ofício. Como recorda Fígaro (2011, p. 294):

As empresas requerem um profissional com habilidades em multiplataformas, com destreza no uso da língua e das linguagens para poder produzir enunciados de acordo com os requisitos das diferentes plataformas e dos objetivos de consumo.

Diante dessa realidade observada pela autora, o antigo modelo de produção capitalista, no qual os profissionais exerciam funções definidas dentro das empresas, deu lugar a uma composição fomentada pela disputa dentro dos ambientes de trabalho, por visibilidade e protagonismo. E, por fim, a extinção de determinadas funções corroboraram para o estabelecimento de uma crise da profissão, como reforça Mazzeo (1995, p. 57), ao tratar da Sociologia Política Marxista:

Quando analisamos, por exemplo, as novas formas de organização da produção, as formas de controle, como CCQ, o *"just in time"* etc., percebemos que seus elementos constitutivos básicos são justamente a competição entre os trabalhadores, a quebra da solidariedade, a realização individual dentro da empresa, apontando para a ideia de autorrealização individual, que desconsidera o coletivo.

Mas, quais são as origens dessas problemáticas levantadas por Mazzeo? A ausência de uma legislação específica a esta classe trabalhadora que garanta a regulamentação do ofício, refletindo no desamparo jurídico e não obstante, econômico diante da crise que se instala no Brasil na atualidade. Ademais, as inquietações individuais potencializam essa situação, com egressos do sistema de ensino superior nem sempre preparados para atender as nuances do novo Mundo do Trabalho em transformação, como será refletido no tópico a seguir.

Transições no Mundo do Trabalho: inovação e criatividade

O mercado de trabalho está presente na base estrutural de todas as sociedades, desde que o homem passou a usufruir de sua força física e intelectual para realizar atividades laborais. O trabalho é consequência do meio social, cultural e econômico e, suas transformações, implicam na interferência

destes fatores que o compõe. O desequilíbrio no processo produtivo do mundo do trabalho, como dito antes, trata-se de uma circunstância em que cabe a reorganização e reformulação das forças produtivas.

De acordo com o censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE⁶) de 2010, a cidade de Macapá, capital do Amapá, situada na região Norte do Brasil, possuía 398.204 habitantes. Atualmente, conforme o censo de 2018, a cidade conta com 493.634 habitantes, o que resulta no acréscimo de 95.430 pessoas vivendo na capital. Tal avanço populacional também é resultante da imigração existente no Estado, considerando que o funcionalismo público é característico do mercado de trabalho local. Profissionais de diversas áreas, naturais de outros estados do Brasil, passaram em concursos públicos locais.

O crescimento populacional provoca a necessidade de implantar na cidade instituições de ensino superior, que capacitem os indivíduos para o mercado de trabalho formal competitivo, em inúmeras áreas do conhecimento. Os cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, chegaram na capital amapaense apenas em 2000 e 2003, respectivamente, em uma faculdade privada. Já na Universidade Federal do Amapá, a graduação em Jornalismo foi instituída apenas em 2011. O exercício da comunicação em Macapá não é derivado apenas da instalação de cursos em Comunicação Social, considerando que os profissionais antigos da área não possuem educação superior em Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Marketing ou Relações Públicas. São considerados profissionais pela prática da comunicação amadora.

A oferta de cursos de graduação em comunicação nas instituições de Macapá, modificou o mercado tradicional de trabalho para este âmbito, concomitante, às transformações no Mundo do Trabalho no país como um todo. A especialização da mão de obra possibilitou, ainda, a reorganização do trabalho, oportunizando a chegada de novos arranjos na organização do mundo do trabalho dos comunicadores locais.

⁶ Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ap/macapa/panorama>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

Os novos arranjos alternativos e independentes ao modelo de produção tradicional impactam na reorganização do trabalho, em contrapartida aos conglomerados de mídia, comuns na ascensão do Neoliberalismo no país. Esse ideal trouxe a idealização “genérica da organização espontânea da sociedade civil” (MAZZEO, 1995, p. 63), e corroborou para a ascensão de grupos empresariais que monopolizam as mídias, como é o caso dos grupos Rede Globo, Rede Record, SBT, Grupo Bandeirantes etc.

Em conformidade com a Pesquisa Brasil Conectado (2016)⁷, o Estado do Amapá possui 29 veículos de comunicação, onde 12 destes veículos são de rádio, 9 são de emissoras de televisão, 6 são de jornais impressos e apenas 2 são de revistas. Dentre as 12 emissoras de rádio, 10 são de iniciativa privada. O rádio no amapá está diretamente ligado aos interesses políticos de famílias específicas, o que corrobora para um monopólio deste veículo, como apontam Giraldi Pires e Wanderley (2018):

Como muitos estados brasileiros, o Amapá possui vários veículos de comunicação nas mãos de uma só família. A família Borges detém a concessão de 17 rádios no estado. Nela podemos perceber a tríade comunicacional que permeia a história da radiodifusão no país: comunicação x família x política. Vários membros da família Borges possuem ligação partidária direta, sendo mais expressivos o ex-senador Gilvam Borges, o atual deputado Federal Cabuçu Borges e o ex-prefeito de Mazagão, Dilson Borges (GIRALDI PIRES; WANDERLEY, 2018, p. 84-85).

A respeito do controle dos meios de comunicação, a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 assegura que a informação se trata de um direito cidadão, e por isso não pode ser dominada por grupos de poder hegemônico, pois desta forma não atenderá democraticamente a sociedade. Quando postas estas realidades, alguns indivíduos apresentam iniciativas alternativas ao modelo padrão – contra hegemônicos, já que este fere princípios básicos da ética. Tais produções tendem a ser independentes financeiramente

⁷ Disponível em: <<https://redebrasilconectado.wordpress.com/>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

ou politicamente, para que assim exerçam seus ofícios de forma que atende a sociedade integralmente, sem ferir a diversidade política, religiosa, econômica ou cultural da mesma.

Caso o modelo tradicional de mercado não atenda ao caráter ético das profissões desta área, os indivíduos atuantes arriscam-se em elaborar novos arranjos de trabalho. Munidos com as tecnologias digitais móveis e alterando as relações de poder social e de trabalho, os comunicadores macapaenses despertam para as possibilidades tecnológicas e midiáticas de trabalho no meio do mundo, na linha do Equador.

Novos arranjos em Macapá: projetos embrionários

Esta pesquisa, sobre as mudanças no mercado e trabalho, a ascensão das tecnologias móveis digitais e novos arranjos econômicos de comunicação na cidade de Macapá, iniciou em setembro de 2018. No plano de execução, a pesquisa organizou-se nas seguintes etapas: 1) revisão bibliográfica, 2) mapeamentos dos arranjos, 3) coleta de dados, 4) entrevistas, 5) estruturação dos resultados. Para a execução desta pesquisa social (qualitativa), o método Exploratório foi escolhido para orientar a pesquisa. Como recorda Gil (2008, p. 21) “Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”.

No primeiro momento, da coleta de dados, a busca por novos arranjos alternativos e/ou independentes na cidade de Macapá foi realizada por intermédio da observação sistemática (GIL, 2008). Nesta etapa os pesquisadores sabem previamente o que procurar. Para alcançar o objetivo do estudo, a pesquisa deu-se através da internet, não à toa, uma das características fundamentais destes modelos de trabalho é o uso de ferramentas virtuais para executar seu trabalho. Neste momento primordial, os pesquisadores investigaram todos os endereços eletrônicos dos possíveis arranjos, averiguando a imagem que apresentam em suas redes sociais e no próprio conteúdo. O fato de ser um campo instável, no que diz respeito a localização,

configurou-se como um empecilho no levantamento, pois ainda se trata de um campo em ascensão.

A busca na internet através do *Google Search*, enquetes em redes sociais (*Instagram*, *Twitter* e *Whatsapp*) e especulação face a face com colegas de faculdades, familiares ou desconhecidos estiveram pautadas em perguntas específicas sobre este tema, como: “Jornais alternativos e/ou independentes em Macapá”; “Você conhece um coletivo de comunicação em Macapá?”; “Já viu sites, revistas ou blogs independentes em Macapá?”. As respostas ou resultados destas indagações raramente existiam, contudo o índice reduzido nas respostas revigora o levantamento destes arranjos.

Ao fim deste primeiro momento, os arranjos identificados/mapeados foram organizados em planilha, onde estão nome, endereço eletrônico, idealizador e conteúdo analisado. Na escolha dos sistemas que poderiam compor este mapeamento, deveriam prevalecer características recorrentes nestes novos modelos de trabalho, como: produção de conteúdo político e/ou humanizado, alternativo/independente/colaborativo, iniciativa jornalística, formato e/ou linguagem jornalística, exercício de atividades financeiras complementares (os idealizadores), a forma como financiam as produções, capacidade inovadora, egressos ou estudantes do ensino superior, utilizam das redes sociais para a pulverização e construção dos materiais, que estivessem em atividade nos últimos sete anos, que estão desvinculadas de ambições financeiras antiéticas. Vale salientar que a planilha dos arranjos levantados poderia sofrer alterações, com entrada ou saída de organizações, após a realização da revisão bibliográfica.

A escolha dos critérios acima mencionados é fruto da vasta revisão bibliográfica, que aponta o perfil recorrente dos novos arranjos em comunicação. Para além, este método oportuniza o filtro que determinará se tais produções fazem ou não parte de uma configuração comum que estes novos modelos vêm seguindo. Como resultado, os arranjos alternativos e/ou independentes presentes no levantamento são: Blog ‘Espia!’, Site ‘Amapá no Mapa’, coletivo ‘Teia Ativista’, site ‘Bem Tucuju’, podcast ‘Vírgula Quebrada’,

podcast '19h da manhã'. Em andamento, a pesquisa está em fase de entrevista com os responsáveis pelos arranjos e pesquisa de campo, para que a investigação sobre o tema seja aprofundada, através de roteiro de perguntas aberta/fechadas a respeito do que os idealizadores dos projetos creem, esperam e anseiam.

A entrevista tem estrutura Focalizada, de acordo com Gil (2008). Livre, informal e pouco estruturada, mas não pode haver fuga ao tema. De acordo com o autor, o entrevistador/pesquisador não deve permitir que a fonte desvie a conversa para assuntos que não tangenciam o tema central. São realizadas face a face, para que haja uma relação confortável para ambas as partes e assim, o tema seja amplamente explorado.

Quanto às perguntas, costumam ser as mesmas para todos os responsáveis pelos arranjos. São essas: "Conte um pouco da sua história de vida"; "Qual sua relação com a comunicação?"; "Quem idealizou o projeto?"; "Qual a importância da internet para a o seu coletivo/blog/site/podcast?"; "Qual o tema central da produção?"; "Você é solitário no processo? Caso contrário, quem colabora com você?"; "A equipe tem pessoas negras?"; "Qual a frequência das publicações?"; "Você exerce outras atividades? São remuneradas?"; "Considera a produção alternativa e/ou independente?"; "Os colaboradores têm formação acadêmica em Comunicação Social?"; "Já trabalhou no mercado formal e tradicional da Comunicação macapaense?"; "Já se frustrou?"; "Já ganhou dinheiro com o projeto?".

Para a compreensão da trajetória de tais produções organizadas de forma independente e/ou alternativa na internet, entrevistou-se Alcinéa Cavalcante, idealizadora do primeiro blog de jornalismo, poesia e história do Amapá, em 1996, quando a internet ainda não era popular entre os Amapaenses, por motivos geográficos, culturais e econômicos.

Para a jornalista, outrora correspondente de jornais nacionais como Folha de São Paulo e Estadão, o blog pessoal era o espaço virtual onde exercia o jornalismo como queria e acreditava, com a liberdade de expressão e ética profissional que os jornais tradicionais não permitiam. Os critérios de

noticiabilidade e o patrocínio de tais meios direcionam as pautas tratadas. Por essa razão, pautas importantes são negligenciadas e temas importantes não são tratados com a imparcialidade que deveriam.

O binômio do Trabalho independente e alternativo não diz respeito apenas ao conteúdo que os blogs/sites/coletivos/podcast produzem, mas também a forma como se organizam financeiramente para manter as iniciativas em comunicação. Esses projetos são reconhecidos como Sistemas Locais de Produção e estão definidos pela Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais (RedeSist)⁸ em dois conceitos: arranjos produtivos locais e sistemas produtivos e inovativos locais. Os projetos em comunicação alternativos e/ou independentes mapeados em Macapá encaixam-se na definição de 'sistemas produtivos e inovativos locais' da RedeSist, conforme relato abaixo:

Sistemas produtivos e inovativos locais são aqueles arranjos produtivos em que interdependência, articulação e vínculos consistentes resultam em interação, cooperação e aprendizagem, com potencial de gerar o incremento da capacidade inovativa endógena, da competitividade e do desenvolvimento local. [...] Tais sistemas e formas de articulação podem ser tanto formais como informais (CASSIOLATO; LASTRES, 2003, p. 2).

Após o levantamento dos sistemas produtivos e revisão bibliográfica, partimos para a fase de entrevistas. Até o presente momento, devido ao andamento deste estudo, três dos arranjos do levantamento já passaram pela fase de entrevista individual e a partir disso, traçamos o perfil econômico e das relações de trabalho das produções. Quanto aos demais, ainda há certa resistência na participação ou incompatibilidade nos horários ('Bem Tucuju'; 'Vírgula Quebrada'; '19h da manhã'). Contudo, os pesquisadores têm dialogado democraticamente para que o êxito da pesquisa sobre os novos arranjos econômicos das produções em comunicação em Macapá.

⁸ Disponível em: <http://www.redesist.ie.ufrj.br/>. Acesso em: 22 jun. 2019.

Perfil dos arranjos mapeados

Em uma pesquisa exploratória, todos os dados coletados no decorrer da revisão bibliográfica, levantamento de dados e entrevistas auxiliam no aprofundamento do tema e reflexão da problematização apresentada. Quanto aos sistemas de produções locais em comunicação independentes e/ou alternativos que já colaboraram com a fase de entrevistas individuais, terão seus perfis descritos a seguir, para que assim compreenda-se como configura-se o processo comunicacional, criativo e expressivo dos arranjos.

O tema tratado na entrevista permite que pesquisador e entrevistado expressem livremente suas preconcepções sobre a atividade de comunicação e Mundo do Trabalho. Os relatos permitem também que se tenha uma síntese objetiva sobre o tema da pesquisa.

‘Amapá no Mapa’

Beatriz Belo, 21 anos e Lorrان Costa, 30 anos, são irmãos e idealizadores. Beatriz, ex-estudante de Artes Visuais na Universidade Federal do Amapá e hoje, estudante de Jornalismo na mesma universidade. Lorrان é formado em Administração em uma universidade particular de Macapá, pelo Programa Universidade para todos (PROUNI), mas trabalha com marketing há alguns anos. Atualmente, ela mora em Macapá e ele em Goiânia. Beatriz e a mãe moram em um conjunto habitacional, Macapaba, na Zona Norte de Macapá. Ambos se consideram aspirantes a Jornalistas

A ida de Lorrان para a capital de Goiás, na região Centro-Oeste do país fez com que se deparasse com a falta de informação que o resto do país tem sobre o Amapá ou em relação à região Norte em geral. Além disso, o turismo enfraquecido no Estado sempre incomodou os irmãos, pois os visitantes encontravam-se desinformados quanto ao que fazer, comer e conhecer na Amazônia amapaense.

Assim, o ‘Amapá no Mapa’ nasceu, um site que reúne cultura, lazer e gastronomia do Amapá, levando o Estado para o mundo, no dia do aniversário da cidade de Macapá, em 4 de fevereiro de 2018. Julgam ser alternativos e

independentes, por abordarem assuntos negligenciados pela mídia tradicional hegemônica e por não receberem nenhum tipo de financiamento de empresas ou entidades políticas.

Beatriz viabiliza as produções de informes, reportagens, vídeos e fotografia do site sozinha, multifunções, o que fomentou no enfraquecimento do engajamento do site e das redes sociais nos últimos meses. Não há uma equipe executiva. O trabalho é espontâneo, no que diz respeito à organização econômica, os fundadores cobrem os gastos da manutenção do site e as despesas com a produção das reportagens. O público-alvo paira entre amapaenses e turistas. O 'Amapá no Mapa' ganhou o prêmio Tucuju de Ouro, como "Melhor Portal de Cultura". Beatriz e Lorrann exercem outras atividades, remuneradas, para sua sustentação. O site, até o momento, nunca recebeu remuneração ou incentivo para continuar com as produções. O 'Amapá no Mapa' não possui CNPJ, não emite nota fiscal, é informal.

'Espia!'

Camila Karina, 34 anos, branca. Formada em Jornalismo em uma faculdade particular, em Macapá. Trabalha com assessoria de imprensa desde a graduação. Pais aposentados. Mora no Amapá e neste território criou o blog 'Espia!', no dia 30 de maio de 2017, para falar sobre moda, cultura, música e arte. Acompanhada de mais cinco colegas, Naiane Feitoza, Vanessa Albino, Josi Rizari, Mariana Distéfano e Bruna Cereja, todas formadas em comunicação, buscam produzir conteúdo diverso e livre para o blog, atendendo a demanda do público-alvo: jovens de 20 a 35 anos.

O arranjo econômico do blog pautava-se em solidariedade, companheirismo e colaboração coletiva. Sem retorno financeiro, o blog existiu para fortalecer a cena cultural amapaense, por vezes esquecida pela mídia tradicional. Sem financiamento de empresas ou políticos, o blog era sustentado pelo desejo da idealizadora e colaboradoras em concretizar o trabalho que acreditava ser necessário, inclusivo e plural.

O ‘Espia!’ não foi o primeiro produto independente concebida por Camila, anos antes criou o blog ‘Eu sou do Norte’⁹, com o intuito de aproximar seu público da cena alternativa e independente musical de Macapá, especialmente a cultura *underground*¹⁰, desconhecida para a grande maioria. As atividades do antigo blog encerraram-se em 2015, por motivos pessoais da jornalista. Logo depois, ainda em 2015, Camila produziu a ‘Revista Dossiê’¹¹, essencialmente sobre moda. A revista digital foi patrocinada por marcas de roupas, o que não caracteriza para Camila a independência. A quarta e última tiragem da revista deu-se em 2016.

O histórico de produção criativa e independente de Camila também foi marcado pela conciliação entre seus projetos jornalísticos pessoais e seu trabalho como assessora. Hoje, trabalha na assessoria de imprensa do Ministério Público de Macapá. O blog nunca foi sua fonte de renda, precisava de trabalhos fixos para custear suas despesas. A ansiedade e a frustração colaboraram para a desistência de Camila. O blog teve sua última publicação em novembro de 2018. Camila não pretende retornar às atividades por enquanto.

‘Teia Ativista’

Irlan Breno, Thales Lima, Karinny Magalhães, Gilzion Reis, Janaina Corrêa, Vinicius Trindade, Ianca Moreira e Thiago Mars, compõem a equipe executiva do coletivo ‘Teia Ativista’. Os jovens têm entre 19 e 26 anos, onde metade dos componentes estuda Jornalismo e Publicidade e Propaganda e o restante, cursa Ciências Sociais, na Universidade Federal do Amapá e em uma faculdade privada em Macapá. O grupo identifica-se como midiativistas, usam de ferramentas midiáticas para abordar as temáticas em que militam (direitos humanos e democracia). Dividem-se entre brancos, não brancos e negros – conforme se autodeclararam nas entrevistas.

⁹ Disponível em: <http://eusoudonorte.blogspot.com/>. Acesso em: 23 jun. 2019.

¹⁰ Termo em inglês, que significa ‘subterrâneo’. A cultura *underground* representa os “diferentes”, que comumente não estão em destaque social.

¹¹ Disponível em: <https://issuu.com/revistadossie>. Acesso em: 23 jun. 2019.

O então coletivo já trabalhava junto na cobertura e assessoria de manifestações sociais desde o #ELENÃO, em setembro de 2018, contra a candidatura do atual presidente da república, Jair Bolsonaro. Desde então, a parceria veio concretizando-se e em maio de 2019, durante as manifestações contra o corte de verbas para a educação no país, o conjunto decidiu definir-se como uma rede colaborativa em comunicação. Atualmente, as notas informativas, convocação para os atos e cobertura audiovisual é veiculada a partir das redes sociais *Instagram* e *Facebook*¹².

O Instagram foi escolhido como meio principal pela dinamicidade e fácil interação com o público-alvo, definido como “público em geral, presente nas redes sociais; ativistas e não ativistas que queiram entender os movimentos e mobilizações sociais, fugindo da ideia quadrada propagada tradicionalmente sobre isso” (BRENO, entrevista ao autor, 2019). O coletivo ainda não mantém financeiramente os jovens estudantes, mas este é um objetivo. Utilizam equipamentos pessoais. As reuniões da equipe acontecem on-line, via *Hangouts* ou em espaços colaborativos e/ou públicos.

A maioria exerce outras atividades, remuneradas. Usam da internet como ferramenta de comunicação. Já se frustraram com a produção alternativa e independente. A maioria dos jovens mora na zona periférica de Macapá. Não se consideram empreendedores. A criação de conteúdo e mobilização do coletivo é solidária, não configura um arranjo solitário. Projeto recente, tem outros ideais para expansão do conteúdo. Planeja produzir reportagens, notícias, conteúdos investigativos e produzir um site colaborativo, para ampliar a teia.

Considerações

A crise no mercado formal de trabalho desperta em grupos ou indivíduos a criatividade, por meio da necessidade, para a reinvenção e superação dos padrões mercadológicos dominantes. A inovação é a carta na manga destes jovens comunicadores, egressos do ensino superior. Não se trata,

¹² Disponível em: <<https://m.facebook.com/teiativista>> e @teiativista.

portanto, de jovens empreendedores, mas uma geração que não comunga de ideias capitalistas de um sistema monopolizado. As plataformas digitais móveis são as ferramentas acessíveis para executar atividades de comunicação alternativas de jornalismo, publicidade, marketing e afins, com a atuação de profissionais que acreditam fazer a diferença social no meio em que vivem. Podendo, também, usufruir de novos modelos de negócio, como as *startups*, formato emergente e promissor, que dispõe da inovação e das tecnologias como diferencial aos modelos tradicionais de negócio.

Compreender o cenário de transformações tem importância para a pesquisa científica em comunicação e para o diálogo sobre democracia, crises de mercado e tecnologias. Abre, ainda, outro importante debate que é a formação de profissionais de comunicação nas universidades públicas e privadas do país. A pergunta é: para qual mercado está sendo preparado para essa nova geração? Macapá, a cidade do meio do mundo, caminha a passos largos para o encontro com modelos mais ousados e desapegados de economia, política e trabalho monopolizado empresarialmente.

Os arranjos mapeados são protagonizados por jovens entre 19 e 34 anos, majoritariamente com formação em comunicação, de bairros periféricos, que exercem outras atividades remuneradas paralelas, patrocinam suas pequenas produções com o próprio dinheiro e acreditam na criação alternativa de conteúdo como caminho para novas possibilidades de organização dentro do Mundo do Trabalho dos comunicadores. São jovens que apostam em novas relações de comunicação mais democráticas, humanas e solidárias.

Tais sistemas produtivos são totalmente apoiados na Cultura Convergência e no uso da rede mundial de computadores, a internet. As reuniões de pauta, a busca por conteúdos e a veiculação dos trabalhos são processos executados por meio das mídias digitais, redes sociais e aplicativos. Não à toa, a internet proporciona maior acessibilidade, atendendo melhor a diversidade dos públicos-alvo de cada arranjo mapeado e entrevistado para essa pesquisa.

As relações de trabalho formais ainda são enrijecidas, por conta do arranjo tradicional empresarial predominante no país. Entretanto, esses novos arranjos e iniciativas de comunicação promissoras expostas aqui, pretendem estabelecer relações de trabalho mais horizontais, unilaterais, dispensando hierarquias depreciativas, destacando a ética no exercício dos trabalhos, pensando coletivamente e abolindo modelos competitivos do trabalho em equipe. Ainda caminham para um modelo mais sólido de produção, mas já anunciam sua missão: escrever novos caminhos para a atividade de comunicação em Macapá, mesmo que tal feito seja realizado voluntariamente, mas potencializado pela paixão dos que se propõem inovar.

REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o poder da liberdade**: a independência editorial e suas fronteiras com a indústria do entretenimento, as fontes, os governos, os corporativismos, o poder econômico e as ONGs. 2a ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602>. Acesso em: 10 jun. 2019.

CASSIOLATO, José Eduardo; LASTRES, Helena M. M. **Políticas para a promoção de arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas**: conceito vantagens e restrição dos equívocos usuais. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/redesist>>. Acesso em: 22 jun. 2019.

FIGARO, Roseli. **As relações de Comunicação e as condições de produção no trabalho dos jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídias**. São Paulo: ECA - USP, 2018.

FIGARO, Roseli. **Comunicação e trabalho para mudanças na perspectiva sócio-técnica**. Revista USP, v. 1, p. 96-107, 2010. Disponível em: <<http://migre.me/vtA3O>>. Acesso em: 24 nov. 2018.

FIGARO, Roseli. **A Abordagem Ergológica e o Mundo do trabalho dos Comunicadores**. Trab. educ. saúde (Online) vol.9 supl.1 Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://renastonline.ensp.fiocruz.br/recursos/revista-trabalho-educacao-saude-vol-9-suplemento-1-ergologia-yves-schwartz>>. Acesso em: 20 jan. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas da pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIRALDI PIRES, Paulo Vitor; WANDERLEY, Patrícia Teixeira Azevedo. **O rádio na Amazônia amapaense: a migração para FM**. (pp. 83-92) In: Migração do rádio AM para FM – Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Nair Prata e Nélia R. Del Bianco (orgs.). Florianópolis: Insular, 2018.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. Tradução Susana Alexandria. – 2ª ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão**. São Paulo: C. C. N Lima, 2015.

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **O Jornalista em Pauta: mudanças no mundo do trabalho, no processo de produção e no discurso**. Anais da Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1120-1.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2019.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção Social da segunda natureza**. 2ªed. São Paulo: Editora Ática, 1989.

MAZZEO, Antônio Carlos. **Sociologia Política Marxista**. SP: Cortez, 1995.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. Tradução de Eloá Jacobina. 11ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

NONATO, Claudia; FIGARO, Roseli. **A autocensura como aspecto da prática no mundo do trabalho dos jornalistas**. São Paulo: Cásper Líbero v. 19, n. 37, p. 71-80, jan./jun. de 2016.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. 4a ed. revista. São Paulo: Summus, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. 3a ed. Florianópolis: Insular, 2012.

CAPÍTULO 2

Ciclo 2019-2020

A segunda fase da pesquisa se justifica pela necessidade de compreender o mercado de comunicação na Amazônia Amapaense e novos arranjos independentes. Com as mudanças no mercado se faz necessário um diagnóstico da realidade atual dos novos nichos para atuação dos profissionais formados nas ciências humanas sociais - comunicação. As inovações tecnológicas e a reorganização do processo produtivo do jornalismo modificaram as condições da atividade do jornalista que passam a se organizar em 'arranjos econômicos' alternativos, conforme compreende os estudos de Fígaro (2012, 2013) e Lima (2015). O intuito desta investigação é compreender esse fenômeno comunicacional sob o viés da reorganização do trabalho jornalístico, a gestão da informação e as relações de comunicação em 'novos arranjos', por meio da análise das *startups* de Jornalismo Digital que utilizam o *crowdfunding* para subsistência. É proposta ainda desse estudo, dialogar com os procedimentos de análise da comunicação na contemporaneidade, ao investigar a atividade de comunicação independente e o trabalho do jornalista em arranjos alternativos na Amazônia Amapaense.

Comunicação independente e alternativa na Amazônia Amapaense: empreendedorismo digital

Anézia Maria Brito Lima e Paulo Vitor Giraldi Pires

“A investigação busca compreender essas novas formas de trabalho no mercado da comunicação amapaense, a partir da análise, diagnóstico do perfil e identidade desses profissionais egressos das Instituições de Ensino Superior do Amapá. O estudo se debruça na avaliação das condições de trabalho, relações de comunicação e a visão de empreendedorismo desses novos profissionais graduados”

Com a crise no mercado de Comunicação, muitos jornalistas tiveram que buscar outros ambientes de trabalho. Uma das saídas encontradas pelos profissionais foi a migração para o mercado alternativo e independente. Essas organizações e produções funcionam no modelo de cooperativas, formadas por grupos de interesse e dentro do editorial do jornalista proprietário. Com as mutações do mercado da notícia, a problemática volta-se em entender como os novos arranjos econômicos surgem como proposta de gerar transformação socioeconômica pelo empreendedorismo digital local, com foco no Amapá.

A investigação busca compreender essas novas formas de trabalho no mercado da comunicação amapaense, a partir da análise, diagnóstico do perfil e identidade desses profissionais egressos das Instituições de Ensino Superior do Amapá. O estudo se debruça na avaliação das condições de trabalho, relações de comunicação e a visão de empreendedorismo desses novos profissionais graduados. A metodologia utilizada nesta pesquisa é do tipo exploratória (GIL, 2002), com aplicação do método Qualitativo que pode empregar a “análise semiótica, a análise da narrativa, do conteúdo, do discurso, de arquivos e a fonêmica e até mesmo as estatísticas, as tabelas, os gráficos e os números” (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 20).

Desta forma, o estudo está dividido em duas etapas: o levantamento histórico e bibliográfico, à luz dos teóricos e temas: O mercado de jornalismo (TRAVANCAS, 2005); Comunicação e Mundo do Trabalho e as mudanças na atividade do jornalista (FÍGARO, 2001; 2013); as mudanças na ‘carreira profissional’ (BOURDIEU, 1977); Perfil socioprofissional do jornalista (FIDALGO, 2012).

O estado do Amapá, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no primeiro trimestre de 2020, contabilizou 68 mil desempregados, ficando atrás apenas da Bahia (18,7%), sendo o segundo estado com mais pessoas fora do mercado, (17,2%). Com a crise no mercado amapaense, os profissionais buscam alternativas de trabalho como forma de sobrevivência. Com o uso das tecnologias e o maior acesso à internet, muitos jornalistas tentam se encaixar no mercado de trabalho com o ‘empreendedorismo digital’.

Os resultados indicam que o modelo estrutural dos novos arranjos de jornalismo, alerta para a necessidade de um debate acerca da formação de futuros jornalistas, a reestruturação do currículo acadêmico das Universidades - com foco nas tecnologias de mercado, tendo em vista o aumento do desemprego e enfraquecimento das políticas sociais e de acesso ao Mercado de Trabalho no Estado do Amapá. Portanto, o estudo segue com levantamento teórico das mudanças, processos de criação e formas de trabalho, para avaliar os modelos e formas de relação no trabalho dos jornalistas amapaenses, com objetivo de analisar o ‘fazer jornalismo’ no estado. Por fim, essa investigação abre caminhos para pensar o Campo da Comunicação na Amazônia Amapaense, seus desafios, possibilidades e, principalmente, o papel social da Universidade com a formação integrada e integrante das novas gerações.

Jornalismo (Comunicação) na Amazônia Amapaense

O estado do Amapá, de acordo com a estimativa anual do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), registrou em julho de 2019, 845.731 mil habitantes, distribuídos entre os 16 municípios. A capital Macapá possui

503.327 habitantes, sendo a 22^a capital mais populosa do Brasil e, onde também estão concentrados os principais meios de comunicação.

Em estudo, no ano de 2009, o comunicador social e historiador amapaense, Edgar Rodrigues, no texto intitulado *As Comunicações Sociais no Amapá*, constatou que a primeira prática jornalística no estado teve início em 15 de novembro de 1895, com o lançamento do jornal impresso semanal *Pinsonia*¹³, com última circulação em 1898. Após décadas de criação e fechamento de jornais impressos, foi apenas em 1974, que foi iniciada a produção dos primeiros exemplares diários com o *Jornal do Povo*.

Em 1946, instalou-se no estado a primeira emissora de rádio criada pelo Governo Federal. Na obra *Panorama do Rádio no Brasil*, Cunha (2011) destaca a criação da primeira emissora, com instalação de alto-falantes na Rua Cândido Mendes, na praça Veiga Cabral, no centro da capital Macapá. No início de suas atividades, a Rádio Difusora de Macapá divulgava informações sobre ações e planos do governo de Janary Nunes. Avançando quase três décadas, foi apenas no ano de 1975 que a primeira emissora de TV fixou-se no Amapá. Filiada à Rede Globo, a Rede Amazônica de Televisão - com sede em Manaus - foi a pioneira e, ainda realiza no estado a interação com imagens na prática da comunicação social, com a produção de telejornais.

A busca por informações sobre o histórico dos meios de comunicação no Amapá é laboriosa, pois os poucos registros encontrados fazem parte dos acervos de comunicólogos e historiadores, que relatam por meio da história oral detalhes das instalações e funcionamento dos veículos midiáticos amapaenses. O Amapá, talvez, pela posição geográfica ou ainda, pelos resquícios de dependência territorial, carrega em si a dificuldade da reconstrução histórica de sua comunicação local.

Sendo um dos mais recentes territórios elevados à categoria de estado no país, nota-se desde o início a forte presença e influência política, religiosa e

¹³ Nome dado em homenagem a Vicente Yanez Pinzón, um dos primeiros navegadores a percorrer a região Norte do Brasil, permeando inicialmente o município de Oiapoque —, criado pelo macapaense Joaquim Francisco de Mendonça Junior, junto ao comerciante José Antonio Cerqueira.

militar nos meios de comunicação. O monopólio da comunicação local torna-se retrocesso ao avanço de uma comunicação independente, criativa e inovadora. O capitalismo midiático empresarial ainda prevalece como única forma de lucro e atividade jornalística aos recém-formados.

O tardamento do conhecimento científico em relação à vinda do curso de Jornalismo à região Norte, e especificamente, ao Amapá¹⁴ -, são possíveis causas que refletem e apontam a desvantagem que o estado possui na formação de jornalistas e na atividade de Jornalismo profissional, quando colocado em paralelo a outros estados, como capitais da região Sudeste - SP e RJ, por exemplo, onde localiza-se a maior quantidade de ofertas de graduação do curso, no Brasil e, ainda, os conglomerados de mídias.

Reestruturação produtiva no Trabalho dos Jornalistas

Com o lançamento da World Wide Web (WWW), em 1991, os meios de comunicação passaram por diversas transformações, sendo ainda um desafio acompanhar e conceituar tais mudanças. Desde o início das primeiras publicações de notícias on-line, a difusão dessa plataforma aconteceu de maneira surpreendente. Segundo Ingher (2005), a internet, em cinco anos, contava com cerca de 50 milhões de usuários, aquisição acelerada em comparação à televisão aberta que demorou 16 anos e o rádio que levou 38 anos para atingir esse público.

Com o processo e fluxo de produção em multiplataformas foi necessário convergir diversas atividades em vários canais de transmissão de informações. Com essa característica multidimensional, a convergência refere-se:

ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação (JENKINS, 2008, p. 29).

¹⁴ O primeiro curso de Jornalismo do estado foi pela Seama (atual Estácio Macapá, privada) com início no ano de 2001, e apenas em 2011, iniciou a graduação na Universidade Federal do Amapá, sendo a última universidade do Norte a ofertar o curso.

Na comunicação, tratando o conceito de ‘convergência jornalística’, os autores Salaverría, Avilés e Masip (2010) destacam que o impacto dessas transposições é de caráter tecnológico, empresarial, profissional e de conteúdos.

Pelas inúmeras mudanças tecnológicas, mercadológicas, técnicas e socioprofissionais no campo de trabalho dos jornalistas, muitas habilidades tiveram que ser desenvolvidas para manter o público efetivo e alcançar novos receptores. Esses mesmos destinatários ocupam um novo lugar, frente a produção e compartilhamento de informações, sendo incentivados a buscar novas informações, participar no processo de criação de conteúdos e a estar sempre conectados (on-line). Os receptores ocupam um novo espaço na rede, antes sem muito tanto significado – visto apenas como consumidores passivos de informação. Nessa transição, os consumidores passaram a ser agentes ativos, ou seja, tornaram-se “consumidores que também produzem, leitores que também escrevem e espectadores que também participam” (JENKINS, 1992, p. 208).

Com a convergência midiática e a maior participação dos consumidores na produção dos conteúdos, as redações dos meios de comunicação passaram por reformulações. Essa mutação transformou as diversas práticas das redações, além do acúmulo de exigências profissionais, seja física, na integração dos profissionais em apenas um ambiente, dupla jornada e funções acumuladas, impactando na reestruturação no que tange ao Mundo do Trabalho dos Jornalistas¹⁵.

O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas de fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo (TRAQUINA, 2005, p.53).

Em pesquisa realizada pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT- ECA/ USP) denominada *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*, Figaro (2008) observa que essas

¹⁵ Neste conceito utilizado por Isabel Travancas no livro *O Mundo dos Jornalistas* (1992), o sujeito social é entendido pelas suas complexidades, multiplicidades e individualidade, sendo ainda, o centro das análises e pesquisas, o ponto de partida de todo o entendimento empírico e científico.

mudanças exigiram a reinvenção dos profissionais da comunicação. Trouxe, portanto, novos desafios no exercício da profissão, modificando o perfil socioprofissional dos jornalistas e a forma de trabalho, exigindo do comunicador diversas habilidades em multiplataformas, que desrespeitam os valores éticos e protagonizam condições precárias de trabalho.

Por essa maior exigência, os jornalistas têm a obrigação de agora, com mais rapidez apurar e repassar as informações, tendo credibilidade sobre o objeto que se fala. Toda essa aceleração no processo da comunicação tem causado reflexos negativos nos profissionais como a sobrecarga, cansaço, estresse, entre outros transtornos.

Para a constituição do corpus da presente análise, durante os meses de outubro, novembro e dezembro de 2019, foram realizadas visitas e entrevistas nas redações convencionais em Macapá. Na oportunidade, constatou-se a integração das redações das principais emissoras, e a diminuição do quadro de profissionais nas redações, como também, a exigência do profissional multifuncional¹⁶ sobrecarregando os profissionais que permaneceram no ofício.

A crise no Mercado de Comunicação Alternativa no Amapá

Das mudanças no Mundo do Trabalho dos Jornalistas à busca por novas formas de trabalho, muitos jornalistas que não sentiam-se realizados com o trabalho nos grandes conglomerados de mídia, tiveram a iniciativa de buscar novos cenários econômicos da profissão. Pois, com a crise no atual modelo de mercado jornalístico, a reestruturação dos processos produtivos, a destruição dos postos de trabalho e o sucateamento das redações (FIGARO; NONATO; GROHMANN, 2013), jornalistas amapaenses recém-formados buscam a realização profissional em práticas alternativas, pois o exaustivo exercício da profissão com foco mercadológico e a baixa remuneração colocam em xeque alguns aspectos socioprofissionais e econômicos.

¹⁶ Com alguns cargos extintos e a reorganização nas redações convencionais, os profissionais tiveram que se adaptar às demandas e passaram a exercer mais de um função no trabalho, seja na produção para várias mídias, ou na atuação como repórteres, fotógrafos, redatores, ao mesmo tempo.

Com a contribuição das novas tecnologias, Bourdieu (1997) ressalta que as atividades jornalísticas são executadas com a pressão do tempo e o imediatismo. Nessa conjuntura, há uma representação acelerada e descontínua da realidade e do mundo, evidenciando os desafios da profissão, oportunizando debates e a pensar: até que ponto essas mudanças refletem no jornalismo de hoje? Como os profissionais vêm sendo afetados? E quais são esses novos desafios para o jornalista independente?

Projetado como maneira de “fazer um contraponto à imprensa burguesa” (ABRAMO, 1988, p. 1), o jornalismo alternativo nasceu com o intuito de questionar muitos conteúdos que eram produzidos pelas grandes corporações apenas com interesses mercadológicos. No Brasil, esse jornalismo viveu três fases, Kucinski (2003, p. 21): “os pasquins irreverentes e panfletários do período da Regência, em 1830; os jornais anarquistas de operários, em 1880[...]” e os jornais produzidos durante o regime militar (entre 1964 e 1980). No Amapá, apenas em 1996, vivenciou-se o primeiro blog de jornalismo alternativo, idealizado pela jornalista Alcinéa Cavalcante¹⁷.

Foi na década de 1990, que o Brasil passou por uma reestruturação produtiva do capital no mundo do trabalho em geral, gerando “ausência de regulamentação da força de trabalho, a amplíssima flexibilização do mercado de trabalho” e como consequência houve a precarização dos direitos sociais dos trabalhadores (ANTUNES, 2001, p. 89-90).

Não obstante, como em outras profissões, os jornalistas amapaenses também sofreram com essas reestruturações que para muitos acarretou a necessidade de busca a outras alternativas de trabalho, principalmente no estado do Amapá, que atingiu no 1º trimestre de 2020, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) 68 mil desempregados, sendo 17,2% da população ativa fora do mercado, um aumento em comparação aos 16,7% do 3º trimestre de 2019.

¹⁷A professora aposentada e jornalista amapaense de 64 anos, foi correspondente de jornais nacionais como Estadão e Folha de São Paulo e a responsável pelo primeiro blog alternativo amapaense, em 1996. O blog era o seu espaço de liberdade de expressão e ética profissional.

Conseqüentemente, a crise no mercado da comunicação dificultou a permanência de profissionais com carteira assinada, usufruindo os direitos trabalhistas. Nas entrevistas realizadas nos meses de março, abril e maio de 2020, nota-se que os profissionais alternativos enfrentam dificuldades semelhantes no decorrer do trabalho. Estavam cursando jornalismo; tinham o desejo de contribuir com a população com assuntos e abordagens que não viam nos convencionais; optaram por um trabalho com mais autonomia e liberdade; menor probabilidade de estresse e desgaste com editores e chefias; menos intervenções nos materiais; e realização profissional. Entre esses motivos, muitos profissionais desempregados ou em status de desilusão profissional buscaram arranjar-se em grupos exercendo sua atividade profissional de forma autônoma.

Com isso, têm aparecido diversas terminologias para o jornalista e suas novas funções: blogueiro, curador, freelancer, independente, empreendedor [...] Ressalta-se que essas questões identitárias não são novas e que já existiam desde que as figuras do “intelectual”, do “artista” e do “literato” se aproximam a do jornalista (GROHMANN, 2016, p. 7).

Porém, pelas dificuldades geográficas, econômicas e culturais, já citadas no início da pesquisa, a crise no mercado da comunicação amapaense torna o cenário alternativo ainda mais difícil. Como no estado o alcance ainda é baixo, muitos desses profissionais acabam não se dedicando integralmente ao ofício de jornalista, e sim, esporadicamente quando sobra um tempo livre, sendo usado como uma maneira de passar o tempo ou desopilar, por isso, muitas vezes, não é a única fonte de sobrevivência (TRAVANCAS, 2005).

Depois de uma experiência que não deu certo, após algum tempo, com mais maturidade resolvemos criar o *Aeka*¹⁸. Como a nossa equipe é dividida entre os dois membros que moram em Macapá, e os dois que moram em Ponta Grossa, nós vamos dividindo as funções e produzindo como podemos. Como o blog é investigativo a apuração é mais demorada. Escrevemos por *hobby* mesmo, não é o nosso desejo sobreviver apenas desse

¹⁸ Blog investigativo alternativo amapaense, criado em 2019, idealizado pelas jornalistas Dyepeson Martins e Abinoan Santiago.

meio. O jornalismo em geral, no Amapá, tem que ser reestruturado (SANTIAGO, entrevista ao autor, 2020).

A dificuldade no planejamento, gerenciamento de crise e conhecimentos acerca do empreendedorismo em negócios de mídias, além da dificuldade de encontrar colaboradores, acaba sendo fatores decisivos no futuro desses alternativos.

Os fatores culturais são os que mais pesam a meu ver. E isso dificulta todo o resto. Para eu colocar esse projeto em prática procurei inúmeras pessoas, e o primeiro ponto é a desconfiança, isso dificulta muito processo colaborativo, o desenvolvimento e manutenção de uma rede de pessoas alinhadas para fortalecer o setor da economia criativa, por exemplo. Esses fatores devem ser profundamente estudados antes de qualquer coisa. (SOUZA, entrevista ao autor, 2020¹⁹).

Pela falta de conhecimento do mercado e a falta de capacitação – com foco nas tecnologias, os recém-formados buscam por conta própria esse conhecimento que não foi repassado na universidade e aliam às experiências já vividas. Portanto, a sobrevivência por meio desse trabalho alternativo no Amapá ainda enfrenta dificuldades que ultrapassam a precarização do trabalho e a dificuldade de inserção no mercado.

Novas ideias: comunicação colaborativa e compartilhada

Segundo Roxo e Grohmann (2015), essas novas divisões individualizadas de trabalho, torna evidente as desigualdades nas trajetórias de classe se relacionam às condições de trabalho dos jornalistas. Nesse processo, o ‘jornalista empreendedor’ é visto como uma figura que resulta em ‘inteligência’, ‘coragem’ ou ‘inovação’, naturalizando a historicidade e a trajetória dessa classe.

De início, quando ainda estávamos na academia tivemos a ideia de criar um blog que fizesse a diferença no Amapá. Mas, iniciamos em um péssimo momento, quando a internet não era tão estabilizada, não tínhamos um público específico, e não conhecíamos o mercado e as necessidades do nosso público.

¹⁹ Lorrán Souza. Idealizador do blog alternativo Amapá no Mapa. A ideia surgiu em 2017, com o objetivo de apresentar o turismo e a cultura amapaense.

Para nós, não seria tão dificultoso assim. Com essa experiência que durou cerca de um ano, não tivemos retorno financeiro então tivemos que abrir mão (MARTINS, entrevista ao autor, 2020²⁰).

O termo empreendedorismo é derivado da tradução *entrepreneurship*, mas apesar do termo ser popularizado do inglês, o empreendedorismo é originado da palavra francesa *entrepreneur*, que “significa fazer algo ou empreender” (MARINO; CERICATO; MELO, 2007, p.35). O termo possui duas correntes: a dos economistas que associam o empreendedor à inovação e criação de novos negócios; e a dos behavioristas que classificam as características criativas e intuitivas do empreendedor.

Com os maiores investimentos em publicidade nos meios digitais, muitos profissionais veem uma chance de conquistar um espaço no mercado e contribuir com a cidadania oportunizando o amplo acesso à informação. Para Fidalgo (2012, p. 70) essas mudanças e os novos desafios da profissão têm domínios ligados principalmente “a tecnologia, a empresa jornalística, o mercado (mercado em geral e mercado dos media em particular) e o grupo profissional dos jornalistas”.

De acordo com dados do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)²¹, o investimento nos conteúdos para internet foi um dos que mais cresceu. Nos meses de Janeiro a Junho de 2018, esses investimentos chegaram a 1, 10 bilhões (14,4% do total), no mesmo período, no ano de 2020, eles subiram para (22,4% do total) com 1,28 bilhões, ficando em 2º lugar na lista de investimentos publicitários, em ambos os anos. A televisão aberta liderou em 2018 com 4,74 bilhões (61,8% do total), e em 2020, com 3, 14 bilhões (55, 0% do total), entre os meses de Janeiro a Junho dos respectivos anos.

A migração para o meio digital acentuou o exercício do ‘empreendedorismo digital’ que oferece um produto colaborativo e

²⁰ Dyepeson Martins. Na época, estudante de Jornalismo. Junto aos colegas de curso John Pacheco e Abinoan Santiago, em 2014, criaram o blog alternativo Cotidiano, que abordava assuntos do dia a dia amapaense.

²¹ Entidade que une as principais agências de publicidade, anunciantes e veículos de comunicação do Brasil. <https://cenp.com.br/cenp-meios-apresentacao>

compartilhado (informação, opiniões e visões, coprodução) em troca de um espaço no mercado, gerando conseqüentemente uma renda. Os investimentos aplicados na publicidade on-line e o alcance que essa plataforma oferece demonstra um novo momento em que as transformações técnicas, culturais e comportamentais pontuam a nova 'economia do ciberespaço'. Esse cenário tecnológico proporciona a liberdade de trabalhar *home office*, fora das redações convencionais, autonomia e a realização profissional. Contudo, gera reflexões quanto a reformulação da profissão e a retração dos direitos trabalhistas desses profissionais.

Com a necessidade de colaboração de co-atividade com outros profissionais da área ou colaboradores externos, muitos 'jornalistas alternativos' buscam apoio em projetos e execuções como opções diante os monopólios da comunicação. Os estados de Pernambuco, Santa Catarina, Alagoas e Pernambuco, por exemplo, possuem cooperativas que funcionam como "arranjo alternativo às corporações de mídia" (FÍGARO, 2013), "fundadas na necessidade, social, econômica e criativa" (SIAPERA; PAPADOPOULOU, 2016, p. 192) valorizando e priorizando a colaboração.

No entanto, o cooperativismo não é a única prática de financiamento do jornalismo. Margaret Looney (2012) classifica cinco modelos alternativos de financiamento do jornalismo: os projetos financiados pela comunidade (*crowdfunding*); o acesso a uma parte da informação, com assinaturas simbólicas e personalizadas (*pay-walls*); a doação que parte de pessoas e empresas sem fins lucrativos (filantropia); os financiamentos com recursos limitados para iniciar o negócio (micro-subsídios); e o mais utilizado que baseia-se na articulação dos próprios cooperados (cooperativismo).

No estado do Amapá, os profissionais de veículos alternativos ainda enfrentam muita dificuldade para manter seus blogs, já que a manutenção das produções e custos, além da própria sobrevivência dos trabalhadores dos arranjos, depende da colaboração de terceiros. Outro desafio é atrair e fidelizar o público ao conteúdo, pois diante de tantas ofertas midiáticas, o receptor, por vício, ainda deposita sua confiança nos veículos tradicionais.

Considerações

A partir das análises feitas sobre as condições de trabalho dos jornalistas, as relações de comunicação e a visão de empreendedorismo desses profissionais graduados, nota-se a necessidade do debate acerca da formação dos futuros jornalistas, a partir da reestruturação do currículo acadêmico das Universidades. Pois, o cenário de desemprego no estado e o difícil acesso dos formandos a esse mercado, como comprovado com os levantamentos teóricos, aumentam as dificuldades de atuação às mudanças no processos de criação e as novas formas de trabalho dos alternativos, impedindo a transformação socioeconômica pelo empreendedorismo digital.

Entender qual o potencial que os novos arranjos econômicos da comunicação no Amapá têm pode ser um ponto de partida para a compreensão do que se projeta em relação ao futuro do trabalho do jornalista no estado. A mobilização dos jornalistas quanto aos dispositivos comunicacionais oferecidos em seu favor, podem se configurar em redes de trocas de experiência, apoio e solidariedade no que tange a promoção da cidadania, com a contribuição da informação de qualidade barateada e acessível.

Nesse estudo, observamos que esse 'futuro', não deve estar apenas nas mãos desses 'empreendedores', mas nas mãos dos que planejam e executam as políticas públicas, refocalizando a complexidade dos seres humanos nessa discussão sobre o futuro do trabalho. Outro aspecto a ser considerado é o declínio de alguns formatos jornalísticos e a migração para formatos advindos das novas tecnologias, que oferecem possibilidades para novas formas de produção e circulação das informações, evidenciando as mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas, trazendo reflexões para serem debatidas nas Universidades que são responsáveis pelo ensino e integração no mercado.

Embora tenha crescido a busca por estudos desse interesse, faz-se necessário intensificar essas relações para que seja colocada em prática essas questões científicas, contribuindo com as reflexões sobre as mudanças no jornalismo e de onde elas derivam. Compreender esse cenário, as perspectivas e as forças que comandam essas mudanças são essenciais para questionar:

quando o jornalismo muda, o que é de fato nele (e dele) muda? O que essa mudança questiona na prática profissional alternativa e em geral do jornalismo?

O estado do Amapá, com a segunda maior taxa de desemprego do país, em 2020, intensifica as dificuldades e a baixa perspectiva de emprego nas empresas tradicionais. A necessidade de encontrar práticas alternativas de trabalho será indispensável para os que desejam continuar com esse ofício.

Investir, estudar e analisar esses cenários fortalece essa revolução incerta e silenciosa, entendendo como o campo da comunicação pode atuar diante dessa revolução. Portanto, a resistência desses novos arranjos podem configurar as formas de apoio e de produção na manutenção da democracia em nossa sociedade com a maior diversidade de informações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. Imprensa Alternativa: alcance e limites. **Revista Tempo e Presença**, nº. 233. Boletim Periscópio Internacional. 1988. Disponível em: <http://www2.fpa.org.br/imprensa-alternativa-alcances-e-limites> Acesso em 15 jan. 2019.

ANTUNES, Ricardo. **Os Sentidos do Trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2001.

BOURDIEU, Pierre. A Influência do Jornalismo; Posfácio In: **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CUNHA, Ricardo. Panorama do Rádio em Macapá. In: PRATA, Nair (org). **Panorama do Rádio no Brasil**. Vol 1. Florianópolis: Insular, 2011.

Denzin, Norman; Lincoln, Yvonna Sessions. **O planejamento da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Penso, 2006.

FIDALGO, Joaquim. Jornalistas: um perfil socioprofissional em mudança. **Comunicação e Sociedade**, n. 5, v. 63, 2012.

FIGARO, Roseli (coord.) **Comunicação e trabalho**: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação. Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho CNPq/ECA-USP. São Paulo: Fapesp, 2008. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/index.php/pesquisas/2005-2007/>. Acesso em: 21 dez. 2019.

FIGARO, Roseli; NONATO, Claudia; GROHMANN, Rafael. **As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

GROHMANN, Rafael. O trabalho do jornalista a partir dos processos comunicacionais e produtivos: di-mensões teóricas em cenário de flexibilização e tensionamentos identitários. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, Vol. 13, Nº 1, 6-18, 2016.

INGHER, Mees. **Internet em dados**. São Paulo: Editora Abril, 2005.

JENKINS, Henry. **Textual poachers: television fans and participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

_____. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

LOONEY, Margaret. Cinco modelos empresariais alternativos para o jornalismo. **IJNET- Rede de Jornalistas Internacionais**. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/cinco-modelos-empresariais-alternativos-para-o-jornalismo> Acesso em: 23 mar. 2020.

MARINO, Alexandre; CERICATO, Domingo; MELO, Pedro Antônio. Empreendedorismo corporativo: uma nova estratégia para a inovação em organizações contemporâneas. **Revista de Negócios**, Blumenau, n.4, v.12, p.32-43, 2007.

MARTINS, Dyepeson. (14 abr.de 2020). Entrevista ao autor.

ROXO, Michelle; GROHMANN, Rafael. Regimes de Visibilidade do Empreendedorismo Jornalístico: valores, prescrições e parâmetros identitários em sites especializados na cobertura do campo profissional. **III Colóquio Internacional MEJOR - Os Silêncios do Jornalismo**. Anais do MEJOR. Florianópolis: UFSC, 2015.

SALAVERRÍA, Ramon; GARCÍA- AVILÉS, José Alberto; MASIP, Pere. Concepto de Convergencia Periodística. In: LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. **Convergencia Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010.

SANTIAGO, Abinoan. (14 abr. 2020). Entrevista ao autor.

SIAPERÁ, Eugenia; PAPADOPOULOU, Lambrini. Entrepreneurialism or Cooperativism? An exploration of cooperative journalistic enterprises.

Journalism Practice, v. 10, n. 2, 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/292387365_Entrepreneurialism_or_Cooperativism> Acesso em: 06 abr. 2020.

SOUZA, Lorrann. (18 maio 2020). Entrevista ao autor.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo - Porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 2005.

Jornalismo Alternativo na Amazônia Amapaense: o empreendedorismo digital na pandemia da Covid-19

Anézia Maria Brito Lima e Paulo Vitor Giraldi Pires

“O estudo volta-se para a compreensão das possíveis alterações na cobertura jornalística alternativa no Amapá na pandemia da Covid-19. A hipótese inicial revela que a crise global da Covid-19 torna-se oportuna para reflexão sobre atuação e identidade do jornalista nesse contexto de mudanças socioprofissionais e estruturais do jornalismo diário”.

Em meio à crise mundial do novo Coronavírus, os trabalhadores buscam alternativas de sobrevivência diante do cenário caótico que impactou o mercado econômico. A pandemia da Covid-19 tem revelado outras faces da crise capitalista e neoliberal enfrentada – outras adormecidas, desde o fim dos anos 80, com o crescimento dos modelos econômicos de substituição e importações. Não diferente de outros setores, o Mercado de Jornalismo passa por profundas transformações, sejam elas estruturais, processuais e cognitivas.

No que tange ao cenário profissional da Comunicação, tem crescido a atuação de profissionais de mídias alternativas amapaenses, conforme constatado em estudos científicos pela Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), iniciados em 2018²². O mercado de jornalismo alternativo conta com novas formas de produção, consumo e relações de comunicação em tempos da pandemia. Com a crise do desemprego, os jornalistas recém-formados no Estado, não são absorvidos pelos meios tradicionais (TV, Rádio, Impresso), que sofrem com as reestruturações produtivas, refletindo na diminuição nos quadros de profissionais, acúmulo de funções, baixos salários e redações home office.

²² Novos Arranjos Econômicos de Comunicação na Região Norte: Um Olhar Sobre o Trabalho em Macapá. In: Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0517-1.pdf>

Uma das saídas tem sido a migração para meios alternativos, que aliado à internet, traz características do chamado 'empreendedorismo digital'. Com as mutações no mercado da notícia, a problemática volta-se para entender como esses profissionais dos 'novos arranjos econômicos' lidam com as alterações nas estratégias da atuação do jornalismo amapaense, as mudanças no processo de produção, cobertura jornalística e as relações de comunicação.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no primeiro trimestre de 2020 contabilizou 68 mil desempregados, no estado do Amapá. O estado ficou atrás apenas da Bahia (18,7%). Com 17, 2% de trabalhadores fora do mercado, a situação econômica do Amapá - assim como em outros estados e países - teve um agravamento com a chegada do Coronavírus, em fevereiro de 2020. De acordo com o 'Painel Coronavírus' disponibilizado no site oficial do Governo do Estado do Amapá, no dia 22 de junho de 2020, o estado registrou 24.682 casos confirmados, 5.494 em análise laboratorial, 9.601 pessoas recuperadas e 372 óbitos. Nesta data, os leitos hospitalares estão com 100% de ocupação nos dois principais hospitais do estado, referências no tratamento da doença. Em maio, o Amapá era o estado com a maior taxa de incidência de casos do país. Quase um mês depois, em 14 de julho de 2020, o estado contabilizou 31.885 casos confirmados, 4.833 em análise laboratorial, 21.108 pessoas recuperadas e 483 óbitos.

Diante desse contexto apresentado, o estudo volta-se para a compreensão das possíveis alterações na cobertura jornalística alternativa no Amapá na pandemia da Covid-19. A metodologia utilizada nesta pesquisa é do tipo exploratória (GIL, 2002), que tem como objetivo aproximar-se do problema e torná-lo mais explícito ou construir hipóteses, podendo envolver levantamento bibliográfico e entrevistas. Para esse estudo ainda, aplicamos o método Qualitativo que pode empregar a "análise semiótica, a análise da narrativa, do conteúdo, do discurso, de arquivos e a fonêmica e até mesmo as estatísticas, as tabelas, os gráficos e os números" (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 20).

A investigação é amparada a partir do levantamento histórico e bibliográfico à luz dos teóricos sobre os temas como 'mercado de jornalismo'

(TRAVANCAS, 2005); ‘mudanças na atividade do jornalista’ (FÍGARO, 2001; 2013); ‘carreira profissional’ (BOURDIEU, 1977), ‘capital da notícia’ (MARCONDES FILHO, 1986), Teorias do jornalismo (TRAQUINA, 2005) e ‘narrativa jornalística’ (MOTTA, 2006).

A hipótese inicial revela que a crise global da Covid-19 torna-se oportuna para reflexão sobre atuação e identidade do jornalista nesse contexto de mudanças socioprofissionais e estruturais do jornalismo diário. Os resultados parciais alertam para a necessidade do debate acerca da formação e atuação dos jornalistas, diante do cenário da nova conjuntura jornalística pandêmica e ondas de desempregas em massa, fomentando a necessidade de empreendedores para a minimização dos impactos socioeconômicos no estado do Amapá. O estudo de abre as investigações pulsantes para pensar o Jornalismo Alternativo na Amazônia Amapaense, seus desafios, possibilidades e as profundas mudanças na profissão pós-Covid-19.

Produção da notícia e relações de trabalho na pandemia

As inovações e convergências tecnológicas, além da crise nas empresas jornalísticas (econômicas, estruturais e mercadológicas) são os principais fatores que reformularam os processos de criação, apresentação e reprodução da notícia. Modelos de práticas jornalísticas que antes eram essenciais para a criação de conteúdo, agora, nesse novo cenário são normas secundárias ou dispensáveis. Em decorrência às mudanças na produção da notícia, os jornalistas sofreram algumas transformações que acabaram gerando novas rotinas produtivas, exigências multiprofissionais e a criação de novos formatos de conteúdos, influenciando diretamente, nas mudanças do perfil socioprofissional dos jornalistas (FÍGARO, 2013).

Para Pereira e Adghirni (2011) essas mudanças podem ser atribuídas à convergência das mídias, acesso a informações por meio de bases de dados e a utilização de ferramentas de autopublicação e mídias institucionais. Com isso, o aumento do fluxo de produção das informações e a adesão às plataformas

multimidiáticas foram fatores significativos para as alterações nos processos comunicacionais e as mudanças nas relações de trabalho.

Segundo Mcnair (2009), os jornalistas vivem um momento de indefinição na carreira. Ao mesmo tempo em que os profissionais buscam alternativas para realizar entrevistas, coleta de dados e produção de materiais jornalísticos, ainda devem atender às demandas do público (espectador/ ouvinte), mais participativo e exigente. Esses fatores relacionados à carreira, trabalho e experiências implicam nos valores e princípios destes profissionais.

A produção de notícias com as tecnologias digitais possui fluxo contínuo. Os jornalistas sofrem com a pressão do tempo nesse processo, em que os consumidores, cada vez mais exigem rapidez na entrega do conteúdo. Ao mesmo tempo, os leitores esperam uma apuração aprofundada, envolvendo um maior número de fontes. O desafio torna-se frequente no debate acerca da qualidade do jornalismo produzido, hoje. Como produzir um jornalismo de qualidade sem tempo hábil para apuração? Como conciliar as demandas por velocidade e conteúdo responsável na produção jornalística no cenário da pandemia da Covid-19? (BOURDIEU, 1997; MORETZSOHN, 2002).

A produção jornalística e o perfil socioprofissional dos jornalistas têm passado por transformações que marcaram as diversas fases do jornalismo. Com a pandemia do novo Coronavírus, tendo como ação imediata o isolamento social, houve necessidade da busca de novas formas de realizar as atividades jornalísticas, como por meio do trabalho remoto ou Teletrabalho. Essas alterações na produção jornalística provocadas por esse novo cenário de crise médica e econômica têm impactado na readequação das estruturas de trabalho e surgimento dos arranjos alternativos, propondo novas formas de coberturas, apuração da notícia, com modelos de produção colaborativa. O jornalista da redação, agora passa a desempenhar os trabalhos em casa, com atribuições do chamado 'jornalismo *home office*'.

Com as medidas mais rigorosas de isolamento social, e necessidade do uso dos recursos tecnológicos, os jornalistas tiveram que se adaptar ao de trabalho *on-line* – como reuniões, apuração da notícia, contato com as fontes,

produção de textos etc. As mudanças nas estratégias de contato com as fontes, a interação com os profissionais colaboradores, o recebimento de demandas e a necessidade de reportar as informações essenciais sobre a Covid-19, atividades do comércio e cuidados para a prevenção da doença - em uma cobertura mais abrangente e responsável - marcaram um novo momento na vida profissional dos jornalistas amapaenses que fazem a cobertura jornalística diária nessa pandemia.

Jornalismo Alternativo frente à crise das redações

Com o intuito de questionar, contrapor, e oferecer uma nova visão às informações sobre os acontecimentos sociais, o Jornalismo alternativo foi criado como saída às estruturas fechadas das grandes corporações, focadas em interesses da produção da notícia com o intuito mercadológico (ABRAMO, 1988). Essa prática ganhou resistência frente aos retrocessos dos direitos trabalhistas dos profissionais incluídos no mercado formal de trabalho. Com a crise no atual modelo de mercado jornalístico, a reestruturação dos processos produtivos, a destruição dos postos de trabalho e o sucateamento das redações (FÍGARO, 2013), os jornalistas amapaenses - assim como muitos profissionais pelo Brasil, estão ocupando esse mercado alternativo, pois o exaustivo exercício da profissão e a baixa remuneração colocam em xeque alguns aspectos socioprofissionais e econômicos.

Com o enfrentamento de uma crise do capital iniciada em 1990²³, os jornalistas precisaram se adequar a um mercado com mais exigências, como o domínio de vários conhecimentos técnicos, maiores cargas horárias de trabalho e a diminuição do quadro de profissionais. Com isso, a alternativa para essa crise profissional, conforme Mark Deuze (2009), estaria na capacidade dos jornalistas ocuparem outros espaços no mercado, migrando dos meios

²³ Na década de 1990, o Brasil passou por reestruturação produtiva no mundo do trabalho em geral, gerando consequências como a “ausência de regulamentação da força de trabalho, a amplíssima flexibilização do mercado de trabalho e a consequente precarização dos trabalhadores, particularmente no que concerne aos direitos sociais” (ANTUNES, 2002, pp. 89-90).

tradicionais aos alternativos, com a criação de blogs e sites e o gerenciamento do próprio trabalho.

De acordo com a pesquisa iniciada em 2018, na Universidade Federal do Amapá, acerca do Mapeamento dos blogs/ sites de Jornalistas Alternativos amapaenses; mudanças no Mundo do Trabalho dos Jornalistas amapaenses; os desafios da migração para os meios alternativos; e a permanência nesses novos arranjos econômicos, nota-se o crescente interesse e a necessidade de jovens recém-formados pela prática do jornalismo alternativo. Esse público é o que mais sofre com a falta de contratação nos meios tradicionais - onde a oferta de emprego não cresce na mesma proporção que a oferta de mão-de-obra - e pela crise de desemprego que assola o estado. Sobretudo, os resultados apontam que “são os jovens que apostam em novas relações de comunicação mais democráticas, humanas e solidárias” (MELO CASTRO; GIRALDI PIRES, 2019, p. 14).

Com uma população de 845.731 mil habitantes, distribuídos entre os 16 municípios, registrados em 2019 pelo IBGE, o estado do Amapá possui a 22ª capital mais populosa do Brasil (503.327). Durante a pandemia foi um dos primeiros estados a decretar o *Lockdown*²⁴ e a ter 100% dos leitos hospitalares ocupados, sendo considerado em maio, o estado com maior com taxas de incidência de casos. Além da crise gerada pela pandemia, o estado ainda ocupa o 2º lugar no índice de desemprego do Brasil²⁵. Atrás apenas do estado da Bahia (18,7%), o Amapá conta com cerca de 68 mil desempregados no primeiro trimestre de 2020, foram 17, 2% de pessoas fora do mercado de trabalho, segundo dados do IBGE. Esses números já são expressivos desde 2019, quando o estado teve maior taxa de desemprego do país com 17,4%.

Diante desse cenário precário que já era vivido antes da pandemia do novo Coronavírus, os jornalistas alternativos tiveram que buscar novas formas de trabalho. Sendo o isolamento social a ação imediata de prevenção à Covid-

²⁴ Medidas de isolamento social mais rígidas, com maior controle no comércio, trânsito e outros serviços.

²⁵ <https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2020/05/15/indice-de-desemprego-no-amapa-e-2a-maior-do-pais-no-1o-trimestre-de-2020.ghtml>

19, o papel do jornalismo tornou-se indispensável. As mudanças nas estratégias de trabalho trouxeram as redações remotas²⁶, produções colaborativas, mais uso das tecnologias, seja para a realização de videoconferências para reuniões editoriais e de pautas ou na maior frequência desse uso para entrevistas e contato com as fontes. No estudo, de acordo com os profissionais, essas mudanças de estratégias causaram desgastes, estresse e maior jornada de trabalho.

Essas práticas jornalísticas recorrentes na pandemia já são utilizadas a algum tempo, e se enquadram no conceito ‘jornalismo sentado’, que de acordo com Neveu (2006), trata-se da prática jornalística voltada a utilização de informações que foram apuradas e repassadas por terceiros e não pelo profissional.

Apresentando uma proposta humanizada na cobertura da pandemia, os profissionais optam pela transparência dos dados/ informações e a produção de conteúdos responsáveis, que não coadunam apenas com a circulação comercial, diferente da imprensa capitalista, como cita Marcondes Filho (1986, p. 59), onde o trânsito de notícias é fruto das leis de mercado. Para o autor, “o cálculo capitalista necessitava de um fluxo de informações controlável, regulável e acessível em geral”, ou seja, essa distribuição está mais ligada à lógica comercial do que qualquer prática democratizante.

Com mais exploração de dados e estudos, e a realidade de cada localidade, a intenção desta prática no Amapá é mostrar os diversos ângulos dos acontecimentos, com mais apuração e menos imediatismo. Diante dessas configurações, os jornalistas buscam novos rumos para a construção dos próprios empreendimentos. Com isso, o desenvolvimento de novos negócios já fazem parte dos planos de quem ainda está em formação, pois as redações convencionais já não são as únicas opções de trabalho. São essas possibilidades que impactam na formação, perfil e mercado.

²⁶ A produção é realizada fora das “redações”, individualmente, sem contatos físicos e trocas diretas com a equipe de trabalho. Tendência que os entrevistados acreditam ser conceito no mundo pós-pandemia. Adoção do *home office*.

Por fim, a ideia que ainda está ligada ao empreendedorismo, à autonomia, independência, o ‘espírito empreendedor’ sempre ligado à inovação, proatividade e criatividade, ainda denotam a utopia de processos máximos de realização e reconhecimento, demonstrando segundo Roxo & Grohmann (2015, p.125) uma responsabilidade individual.

Dentro dessa gramática, tudo se passa como se as chances de trabalho dependessem estratégias individualizadas, mobilizadas por sujeitos dispostos a aproveitar ou não as ‘janelas de oportunidades’ e de desenhar o seu destino de maneira competitiva, inovadora e eficiente, orientados pela aquisição ininterrupta de conhecimentos e capacidades que possuem valor econômico (ROXO; GROHMANN, 2015, p. 125).

Essa transformação no Mundo do Trabalho dos Jornalistas já está refletindo no ensino dos estudantes da área. E para isso, em 2013, o Ministério da Educação divulgou novas diretrizes curriculares²⁷ para os cursos de graduação em Jornalismo, no qual o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) deveria envolver os estudantes em ensinamentos voltados ao empreendedorismo e a adaptação dos profissionais nesse cenário mutante.

Para analisar o trabalho desenvolvido pelos profissionais da comunicação na cobertura da pandemia da Covid-19, no estado do Amapá, e as mudanças ocorridas neste cenário foram selecionados dois blogs voltados à produção jornalística. O blog alternativo *Catraia Digital* e o blog investigativo *Aeka*. Ambos, possuem criadores e colaboradores amapaenses e são novos no mercado alternativo às grandes corporações. O primeiro iniciou as produções com o impulso da pandemia, no mês de fevereiro, e o segundo tem um pouco mais de um ano de atividade no mercado jornalístico amapaense.

²⁷Disponível em:

http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192 Acesso em: 10 de jun. 2020.

Aeka: Jornalismo 'Preciso e Inquieto'²⁸

O projeto é idealizado pelos jornalistas recém-formados pela UNIFAP, Dyepeson Martins e Abinoan Santiago. No momento, os dois amapaenses moram no estado do Paraná, onde cursam Mestrado e Doutorado em Comunicação, respectivamente. Os dois já trabalham de forma remota com o Aeka²⁹, e contam com a ajuda de dois jornalistas que moram em Macapá. Ambos já tiveram uma experiência empreendedora com a criação de outro blog, mas em curto prazo.

O blog investigado foi criado em 2019, sendo o primeiro voltado exclusivamente a esse modelo editorial jornalístico. Pela base investigativa, não trabalham com a periodicidade factual. Nesse momento de pandemia, trabalham com coberturas voltadas às superlotações hospitalares, o funcionamento das medidas restritas de isolamento social, decisões e estratégias políticas de combate à Covid-19, investigações policiais acerca de desvios e superfaturação, atualizações de casos e a quebra da responsabilidade civil do Estado.

Esse modelo de trabalho remoto já é vivido pelos dois jornalistas que não estão no Amapá. Então, as reuniões de editoria e pautas são definidas a distância. Pelo *smartphone*, grande parte das demandas são projetadas, em sua maioria solucionadas com informações obtidas pela Lei de Acesso à Informação, pesquisas nos sites governamentais, e pelo contato com as fontes. A busca por fontes, entrevistas e outros contatos, também são realizadas dessa maneira. Como esses jornalistas estavam inseridos no mercado de trabalho amapaense, a troca de contato de fontes e personagens entre eles é comum.

O diferencial na cobertura da pandemia, de acordo com os criadores do blog, está no foco maior dado à pandemia, o olhar alternativo com base em dados mais precisos e oficiais, e as fontes escolhidas em relação aos tradicionais, assim como a transformação dos números de vítimas em nomes. O jornalista

²⁸ Disponível em: <https://www.aeka.info/>

²⁹ O nome Aeka é de origem Oiampi, língua dos Waiãpis, povo indígena tradicional do Amapá. Esse dialeto significa o ato de procurar coisas.

Abinoan Santiago não acredita que o meio alternativo amapaense tem se destacado frente à grande imprensa. Pois, segundo ele, os indicadores de audiência apontam a preferência pelos veículos já consolidados como principal fonte de informação. Por isso, observa que a cobertura alternativa não ganhou maior importância.

O aumento da jornada de trabalho também foi um fator determinante nessa cobertura. A necessidade da busca de informações que são dadas por fontes, e a dificuldade desse contato também afetou a produção. Santiago (2020) acredita que esse modelo de trabalho remoto ('jornalismo sentado') pode ser tendência no mercado jornalístico.

Creio que o *home office* pode aumentar, criando uma cultura do 'jornalismo sentado', com cada vez mais o uso de ferramentas de comunicação, como videoconferências. Essa pode ser uma grande mudança. As demais serão menores, se ocorrerem (Abinoan Santiago, 2020, entrevista ao autor).

Como princípio, o grupo busca mostrar todos os ângulos sobre os acontecimentos, mesmo que isso comprometa mais tempo à publicação. Os idealizadores não têm interesse de tornar o Aeka rentável e não pensam em se dedicar integralmente ao site, como única forma de sobrevivência. Ainda, estão abertos para jornalistas recém-formados e acadêmicos que desejam viver essa experiência.

Abaixo, o quadro traz algumas mudanças na cobertura jornalística amapaense na Covid-19. Esse quadro especifica as atividades jornalísticas realizadas pela equipe do Blog Aeka antes e durante a pandemia - período de março a junho de 2020.

Tabela 1 - Blog Investigativo Aeka - Cobertura Jornalística

Alterações na cobertura jornalística alternativa no Amapá na Covid-19		
Aspectos analisados	Antes da Pandemia	Durante a Pandemia

Apuração da Notícia	Contato com as fontes por ligação, e-mails, mensagens e diretamente; busca em sites; informações obtidas a partir da Lei de Acesso à Informação.	Contato com as fontes por ligação, mensagens e e-mails, buscas em sites governamentais e informações obtidas a partir da Lei de Acesso à Informação.
Rotina de Trabalho	Reuniões virtuais para definição de pautas; divisão das produções; entrega do material; correção e publicação.	Sem alterações de rotina. Reuniões por mensagens para sugestão/definição de pautas; entrega do material; correção e publicação.
Relações de Comunicação	Produção independente, mais flexível e individualizada; contatos com as fontes diretamente (presencial) e indiretamente.	Continuam com as produções independente e individualizada e os contatos são apenas direto se caso muito necessário.
Uso dos recursos tecnológicos	Utilização de recursos para comunicação (com os membros e com as fontes), organização, apuração, publicação e compartilhamento dos conteúdos.	Utilização dos recursos para a comunicação entre o grupo, divisão de tarefas, publicação e compartilhamento.
Angulação de pauta	Humanização, pautas com teor investigativo (ações políticas ou outros interesses), assuntos pouco debatidos, prestação de serviço.	Humanização, investigações de ações políticas, teor de denúncias, assuntos pouco debatidos, prestação de serviço.
Reuniões de pauta	Grupos em aplicativos de mensagens instantâneas.	Grupos em aplicativos de mensagens instantâneas.
Cobertura diária no Amapá	Pautas de ações ocorridas no cotidiano, mas com maior investigação e apuração (investigações policiais sobre desvios, repasses e superfaturamentos etc.).	Maior cobertura acerca da pandemia e as mudanças ocorridas durante o momento.
Contato com as fontes	Ligações, mensagens, e contato pessoal (entrevista direta).	Ligações, mensagens, videoconferências, e raramente, contato pessoal direto.
Tipos de entrevistas	Estruturada e semiestruturada.	Estruturada e semiestruturada.

Fontes de informação	Fontes oficiais e oficiosas, primárias e secundárias.	Fontes oficiais e oficiosas, primárias e secundárias.
Carga horária de trabalho	Entre 2h a 4h por dia.	Entre 2h a 4h por dia.
Contato com os leitores/público-alvo	Pelo acesso ao blog, redes sociais e pelos compartilhamentos dos conteúdos.	Pelo acesso ao blog, redes sociais e pelos compartilhamentos dos conteúdos.
Participação do leitor/público-alvo	Ativa, com denúncias e sugestões de pautas.	Ativa, com denúncias e sugestões de pautas.
Incidências de temas/assuntos de pautas	Investigações de desvios de recursos públicos, faltas de verba, não distribuição de repasses públicos.	Realidades em hospitais, operações policiais de investigações de desvios, repasses e superfaturamentos, casos de mortes, decisões políticas.
Quantidade de acessos nas notícias (média geral)	Dados internos, não disponibilizados.	Dados internos, não disponibilizados.
Busca pelo blog em ferramentas on-line	Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Telegram.	Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Telegram.

Fonte: Tabela elaborada pelos autores, 2020.

Com um conteúdo que demanda mais aprofundamento na apuração, como por exemplo, as notícias, *Em 25 dias, covid-19 no Amapá já matou mais que outras 120 doenças em 2019* e *Coronavírus: qual a capacidade de leitos de UTI no Amapá para tratar a covid-19*, o site busca investigar e aprofundar as questões atuais da saúde. Os profissionais orientam a produção a partir da atuação do Governo local no enfrentamento a doença, buscando conscientizar a população das responsabilidades do poder público e o papel dos cidadãos.

Catraia Digital: 'Uma possibilidade da notícia precisa'³⁰

Planejado no ano de 2014, por estudantes do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá e outros colaboradores, o blog alternativo

³⁰ Disponível em: <https://www.catraiadigital.com.br/>

*Catraia*³¹*Digital* teve as atividades iniciadas na pandemia da Covid-19. Por motivos pessoais, o idealizador do projeto, Gabriel Dias, prestes a concluir o curso de Jornalismo, atuante no mercado da comunicação há anos, viu nesse cenário de crise a necessidade da comunicação alternativa.

Com a colaboração de colegas do curso, publicitários e fotógrafos amapaenses, o idealizador conseguiu dar início ao projeto que ainda não é rentável. Sozinho, Gabriel, que possui um emprego efetivo, não conseguia produzir diariamente, então essa rede de apoio entre seus colaboradores foi essencial. Abordando temas do cotidiano, política, esporte, variedades e cultura, o blog possui cobertura local, nacional e internacional.

Com a pandemia, a atividade de produção mudou bastante. As reuniões de pauta e a divisão delas acontecem por meio de grupos criados em redes sociais e por videoconferências. O contato com as fontes acontece de acordo com as trocas de informações entre os envolvidos, validando a experiência que cada um teve no mercado e a relação de conhecimento com a fonte. Os conteúdos audiovisuais são utilizados das assessoriais e agências de comunicação, pois essa é a melhor saída pela segurança da equipe. Para Gabriel Dias, o principal objetivo do blog é divulgar a informação segura.

Para manter as pessoas bem-informadas. Tem muitas pessoas que estão em casa e não conseguem receber uma informação correta. A nossa intenção é dar um olhar diferenciado. Um dos maiores problemas dessa pandemia no Amapá é a falta de informação. Elas chegam muito atrasadas à população (Gabriel Dias, 2020, entrevista ao autor).

Tendo a necessidade de buscar informações seguras e apresentá-las aos receptores, faz-se necessário uma maior dedicação e um olhar diferenciado para os acontecimentos. A humanização das informações, abordagens que envolvam as minorias, base de dados científicos e a conscientização da população são os principais diferenciais do blog. Um dos exemplos é a cobertura das pautas indígenas, que são pouco evidenciadas. O grupo busca repassar o que as

³¹ A *catraia* é uma pequena embarcação muito utilizada no Amapá e em pequenas ilhas que ficam ao redor do estado. Esse transporte é um meio comum de locomoção de pessoas, mas também serve para levar informações para algumas comunidades mais distantes.

minorias estão sofrendo com a pandemia, democratizando o acesso à informação.

É abordando o isolamento social, atualizações dos decretos estaduais, impactos da pandemia no comércio, as retomadas das atividades e denúncias, que os colaboradores do *Catraia Digital* trabalham nesse período de crise. Para além de estar inserido no mercado, o blog também objetiva dar aos jornalistas recém-formados uma oportunidade de trabalho que impacte à sociedade.

A produção de conteúdo, devido à pandemia, acontece de maneira individual. Cada integrante do blog contribui com o método *home office*, utilizando os próprios equipamentos que possuem. O *smartphone* segue como o principal recurso utilizado pelos membros do blog, nele há facilidade de escrever, fotografar, produzir os conteúdos audiovisuais, contatar os entrevistados e realizar as reuniões do grupo. A equipe tem por objetivo publicar pelo menos um material jornalístico por dia, sendo a rotina de produção flexível, organizada de acordo com a agenda de cada integrante. Os custos gerados com esse modelo de trabalho, energia elétrica, internet, alimentação e transporte (caso necessário) são de responsabilidade de cada integrante.

A cobertura que destaca as pautas indígenas, por exemplo, nas notícias *Aldeia Kumarumã recebe ações de combate ao coronavírus* e *Projeto usa redes sociais para mostrar a realidade dos povos indígenas durante a pandemia* são pautadas a partir de denúncias feitas pelo descaso que o município do Oiapoque vem sofrendo, dando ênfase à narrativa humanizada e ao sofrimento vivenciado pela própria população. Com esses conteúdos relevantes e pouco abordados, os acadêmicos de Jornalismo a partir das novas formas de produção adotadas na pandemia vêm desempenhando a atividade no estado.

Abaixo, o quadro apresenta as mudanças na cobertura jornalística amapaense na Covid-19. Esse quadro, diferente do apresentado acima, não possui atividades antes da pandemia, pois a atividade desse blog iniciou como proposta na pandemia.

Tabela 2 - Blog Catraia Digital - Cobertura Jornalística

Alterações na cobertura jornalística alternativa no Amapá na Covid-19		
Aspectos analisados	Antes da Pandemia	Durante a Pandemia
Apuração da Notícia	X	Contato com as fontes oficiais (ligações, mensagens), busca em sites e entrevistas remotas.
Rotina de Trabalho	X	Reuniões virtuais para definição de pautas; Divisão de tarefas em plataformas/aplicativos; produção individual do material; entrega do material para aprovação; publicação.
Relações de Comunicação	X	Produção mais individualizada, contatos e reuniões virtuais.
Uso dos recursos tecnológicos	X	Maior exploração de canais sociais para contatos com as fontes e apuração; impulsionamento e compartilhamento do conteúdo.
Angulação de pauta	X	Humanização, pautas pouco debatidas, prestação de serviço.
Reuniões de pauta	X	Grupos em aplicativos de mensagens instantâneas; videoconferências.
Cobertura diária no Amapá	X	Maior foco a assuntos relacionados à pandemia e as mudanças ocorridas no Estado.
Contato com as fontes	X	Ligações, mensagens, videoconferências, e raramente, contato pessoal direto.
Tipos de entrevistas	X	Entrevistas estruturadas e semiestruturadas.
Fontes de informação	X	Fontes oficiais e oficiosas, primárias e secundárias.
Carga horária de trabalho	X	Em média 6h de trabalho.
Contato com os leitores/público-alvo	X	Próprio blog, redes sociais do blog, e compartilhamento em redes de mensagens instantâneas.
Participação do	X	Ativa, com compartilhamentos e

leitor/público-alvo		sugestões de pautas.
Quantidade de acessos nas notícias (média geral)	X	Média de 70 acessos (para 11 notícias analisadas relacionadas à pandemia).
Busca pelo blog em ferramentas e redes <i>on-line</i>	X	WordPress, Instagram, WhatsApp, Twitter, YouTube, Facebook, Telegram.

Fonte: Tabela elaborada pelos autores, 2020.

Aos analisar os tópicos e as tabelas apresentadas acima observa-se as mudanças ocorridas nas relações de trabalho dos jornalistas alternativos amapaenses durante a pandemia. No primeiro caso, no site investigativo Aeka, é possível observar que os jornalistas recém-formados já estavam mais aptos para trabalhar durante a pandemia. É possível observar que eles já atuavam de acordo com o novo modelo de trabalho remoto, para continuar as atividades durante o período de isolamento social. Já no segundo caso, a equipe do Catraia Digital teve que passar por algumas adaptações nas relações de comunicação, pois os acadêmicos tinham poucas experiências com esse trabalho remoto.

Essas situações apresentadas evidenciaram as alterações e mutações no trabalho jornalístico com a prática do 'jornalismo sentado' em casa (*home office*), com menor contato direto com as fontes, grande apoio informacional das assessorias de imprensa (textos prontos), e em alguns casos, a dependência de *releases* para a produção *on-line*, que é considerada um espaço privilegiado, pois transforma determinado 'fato/acontecimento' em conteúdo noticioso. (TRAQUINA, 2005).

CONSIDERAÇÕES

O empreendedorismo e a inovação tecnológica são grandes aliados para um mercado em crise. Contudo, a criação desses novos negócios não são geridas apenas pelo perfil de profissional inovador, criativo e resiliente. Um dos maiores fatores para empreender é a necessidade (DRUCKER, 2005). Com isso fica claro que o mercado está ditando as formas e possibilidades de trabalho para os jornalistas que se arriscam no empreendedorismo.

Mesmo os jornalistas que estão inseridos nesses arranjos econômicos, com as possibilidades de escolher os caminhos que querem trilhar, faz-se necessário evidenciar que esse tipo de configuração precariza as condições e relações de trabalho, tornam a mão-de-obra mais barata pela competitividade, retiram todos os direitos trabalhistas previstos em lei, como carteira assinada, férias, licença-maternidade etc.

Com base nas pesquisas bibliográficas, entrevistas e trocas de ideias para a produção deste trabalho, faz-se necessário o incentivo do estudo e debate acerca do empreendedorismo no Jornalismo, como forma de análise e criação de estratégias a serem utilizadas em sala de aula e, conseqüentemente, aplicadas no mercado de trabalho em constatações de crises de negócios corporativos. A importância da pesquisa nessa área implica em diversos fatores, já que nesse momento de indefinição na carreira, aprender novas formas de trabalho é imperativo. A pandemia da Covid-19 alerta para a necessidade da inovação no jornalismo.

Essa proposta apresentada busca estabelecer uma reflexão sobre as mudanças na carreira dos jornalistas, as mudanças na identidade deste profissional que passa por interrogações e incertezas, precarização da profissão e o papel do jornalismo, nesse cenário pandêmico e no mundo pós-pandemia, sem a perda de um valor essencial ao jornalismo, que é a preservação dos interesses públicos e do cidadão, como cita Fígaro (2014).

Em um momento como esse de evidências às fragilidades, a reflexão sobre o trabalho dos jornalistas e as transformações no modelo de produção da notícia, traz ideias paralelas de uma profissão que não parou as atividades pela necessidade da prestação de serviços e livre exercício democrático dos cidadãos. Mesmo assim, a imprensa é esmagada pelo 'poder ditatorial', no qual a notícia continua um produto à venda. A pandemia da Covid-19 reforça o papel social do jornalismo, em defesa das minorias e na construção de uma sociedade democrática de direitos. É preciso vencer a tirania com informação, conhecimento e Ciência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. (6. ed.). São Paulo: Boitempo, 2002.

ABRAMO, Perseu. Imprensa alternativa: alcances e limites. **Tempo e Presença**, n. 233, 1988. Disponível em: <http://www2.fpa.org.br/imprensa-alternativa-alcances-e-limites> Acesso em: 25 jun. 2020.

BOURDIEU, Pierre. A Influência do Jornalismo. In: **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

DENZIN, Norman; LINCOLN, Yvonna Sessions. **O planejamento da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Penso, 2006.

DEUZE, MARK. The people formerly known as the employers. **Journalism**, vol. 10 (3), 315- 318, 2009. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884909102574> Acesso em: 20 jun. 2020

DIAS, Gabriel. Cobertura dos Jornalistas Alternativos à pandemia da Covid-19 no Amapá. Entrevista aos autores. 2020

FIGARO, Roseli. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. SP: Atlas, 2013.

FÍGARO, Roseli. Jornalismo e Trabalho de Jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI. **Revista Parágrafo**, 2014. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002672767.pdf> Acesso em: 13 jul. 2020.

FILHO, Ciro Marcondes. **O capital da Notícia**: Jornalismo como produção social de segunda natureza. São Paulo: Editora Ática, 1986.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. (4. ed.). São Paulo: Atlas S/A, 2002.

MCNAIR, Brian. Jornalismo no século XXI: evolução, não extinção. **Journalism**, 10 (3), 347-349, 2009. [doi:10.1177/1464884909104756](https://doi.org/10.1177/1464884909104756)

MELO CASTRO, Beatriz; GIRALDI PIRES, Paulo Vitor. Novos Arranjos Econômicos de Comunicação na Região Norte: Um Olhar Sobre o Trabalho em Macapá. In: **Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2019. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0517-1.pdf> Acesso em: 02 jun. 2020.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em Tempo Real**. Rio de Janeiro: Editora Revan, 2002.

NEVEU, Erik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. In **Texto Porto Alegre**, v. 1, n. 24, 2011. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/19208> Acesso em: 23 jul. 2020.

ROXO, Michele; GROHMANN, Rafael. O jornalista empreendedor: Uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo profissional. **Libero**. São Paulo - v. 18, n. 35, 123-132, 2015. Disponível em: <http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/79> Acesso em: 16 jun. 2020.

SANTIAGO, Abinoan. Cobertura dos Jornalistas Alternativos à pandemia da Covid-19 no Amapá, 2020. Entrevista aos autores.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** - Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

Comunicação e Trabalho na Amazônia Amapaense: mutações da notícia e tendências das redações virtuais na pandemia da Covid-19

Anézia Maria Brito Lima e Paulo Vitor Giraldi Pires

“O presente estudo volta-se para a compreensão das mudanças no processo de apuração e construção da notícia no contexto da pandemia da Covid-19. Busca entender como a migração para a redação virtual impacta no trabalho de comunicação, na atuação dos profissionais e na formação dos discentes, a partir das mudanças oriundas da pandemia, refletindo e alterando os processos do ‘fazer jornalismo’”.

Em um cenário caótico vivido durante a pandemia do novo coronavírus, o Jornalismo mais uma vez passa por mudanças estruturais significativas. Mesmo impactado por inúmeras alterações, a atividade é considerada essencial, no período, onde o isolamento social - principal forma de combate à doença, o acesso à informação era direito e uma necessidade indispensável. Para acompanhar essas mudanças, os profissionais da comunicação alternativa no Amapá criaram novas formas de trabalho, além da adaptação para a continuação das atividades.

Sendo necessária a criação de planejamento para exercício da profissão durante a pandemia da Covid-19, os jornalistas ainda enfrentaram a migração para as ‘redações virtuais’ - o trabalho remoto, para a segurança de todos. Nesse momento incerto, o distanciamento e as relações de comunicação passaram a ser desenvolvidas de maneira virtual, seja por mensagens instantâneas pelo WhatsApp, ligações ou videoconferências, desenvolvendo o trabalho em formato *home office*.

No estado do Amapá, com a crise enfrentada pelo desemprego, os jornalistas recém-formados têm dificuldades de acesso a vagas nos meios

tradicionais. Por outro lado, enfrentam o acúmulo de funções, reduções salariais, integração de redações e diminuição do quadro de profissionais, tendo que buscar novos espaços para trabalho e sobrevivência. Embora tenha crescido a atuação de profissionais da comunicação em produções alternativas às grandes corporações, como comprova as pesquisas iniciadas em 2018, na Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), os profissionais ainda enfrentam dificuldades com a migração para os meios alternativos, pela falta de experiência e/ou a falta de credibilidade do público que ainda prefere ‘meios consolidados’ para o recebimento das informações.

Diante desse recorte apresentado acima, o presente estudo volta-se para a compreensão das mudanças no processo de apuração e construção da notícia no contexto da pandemia da Covid-19. Busca entender como a migração para a redação virtual impacta no trabalho de comunicação, na atuação dos profissionais e na formação dos discentes, a partir das mudanças oriundas da pandemia, refletindo e alterando os processos do ‘fazer jornalismo’. A metodologia utilizada nesta pesquisa é do tipo exploratória (GIL, 2002), com o levantamento bibliográfico, entrevistas e observação participante. Utilizamos ainda a investigação qualitativa, citada por Minayo (1994), e diz respeito ao reconhecimento de situações particulares, grupos específicos e universos simbólicos.

A investigação é realizada a partir dos levantamentos teóricos: ‘mercado de jornalismo’ (TRAVANCAS, 1993); ‘mudanças na atividade do jornalista’ (FÍGARO, 2013); ‘carreira profissional’ (FIDALGO, 2004), ‘capital da notícia’ (MARCONDES FILHO, 1989), Teorias do jornalismo (TRAQUINA, 2002).

A hipótese inicial revela que a crise global da COVID-19 acelerou processos já previstos para o trabalho dos jornalistas, como a migração ao *home office*, e a prática do ‘jornalismo sentado’ (NEVEU, 2006), favorecendo mudanças nas relações de comunicação e a precarização do trabalho. Este cenário, torna-se oportuno para a reflexão acerca da formação dos jornalistas e as mudanças no perfil destes profissionais, fomentando a reflexão do futuro do jornalismo, com a necessidade de ‘práticas empreendedoras’ e novos arranjos

econômicos independentes que minimizem os impactos pós-pandemia e de desemprego no estado.

Essa investigação está na fase inicial, com foco na discussão teórica, explorando as alterações nos processos de apuração e construção da notícia durante a pandemia, com resgate teórico e mapeamento das experiências vividas pelos profissionais alternativos amapaenses. Esse estudo é continuidade da pesquisa 'Jornalismo Alternativo na Amazônia Amapaense: o Empreendedorismo Digital na Pandemia da Covid-19'³², publicado no E-book, *Jornalismo em tempos da pandemia do novo coronavírus*, em setembro de 2020, pela Ria Editorial.

Jornalismo alternativo no Amapá: negócios digitais e a crise de mercado

Durante muitas décadas os meios de comunicação tradicionais eram vistos como único local de trabalho para os jornalistas. Com o advento das novas tecnologias de comunicação e informação, ocorrem constantes mutações no 'fazer jornalismo'. As redações que antes abrigavam grandes equipes de jornalistas, tiveram o quadro de profissionais reduzidos, reduções salariais, precarização da mão de obra, aumento da carga horária de trabalho, além da multifuncionalidade³³, como constata Figaro (2013).

Em 2019, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) registrou 845.731 mil habitantes, distribuídos entre os 16 municípios no estado do Amapá, sendo Macapá, a 22^a capital mais populosa do Brasil (503.327). Considerado um dos estados mais novos do país, o Amapá carrega um histórico de dependência e atrasos em diversos setores. Enfrentando a crise de desemprego³⁴, muitos jornalistas recém-formados não conseguem ocupar vagas nos meios tradicionais ou por não aceitaram a exaustiva carga de trabalho,

³² E-book disponível em: <http://www.riaeditorial.com/index.php/jornalismo-em-tempos-da-pandemia-do-novo-coronavirus/> Acesso em: 11 de out. de 2020.

³³ Característica comum na atuação dos jornalistas, principalmente nos meios tradicionais. Os jornalistas exercem funções plurais de diferentes cargos, como repórter, editor de texto, fotógrafo, cinegrafista etc.

³⁴ De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o estado do Amapá no primeiro trimestre de 2020 contabilizou 68 mil desempregados. O estado ficou atrás apenas da Bahia (18,7%), com 17, 2% de trabalhadores fora do mercado.

buscaram novas formas de trabalho, como o jornalismo alternativo e novos arranjos econômicos

Com a chegada do novo coronavírus, a situação econômica no estado do Amapá - assim como em outros estados, agravou ainda mais. De acordo com o 'Painel Coronavírus' disponibilizado no site oficial do Governo do Estado do Amapá, no dia 8 de outubro de 2020, o estado registrou 49.085 casos confirmados, 222 em análise laboratorial, 36.814 pessoas recuperadas e 724 óbitos. Durante essa crise pandêmica, os leitos hospitalares ficaram com 100% de ocupação nos dois principais hospitais do estado, referências no tratamento da doença. Em maio, o Amapá era o estado com a maior taxa de incidência de casos do país. Para a redução dos números de casos e contaminação, o Amapá foi um dos primeiros estados a decretar o *Lockdown*³⁵.

Embora a mídia alternativa ainda não tenha se consolidado no estado, estudos iniciados em 2018, por pesquisadores da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP) -Castro Melo e Giraldi Pires (2018), indicam um aumento da atuação dos profissionais nos meios alternativos, onde os jovens têm protagonizado esse cenário, pois “[...] acreditam na criação alternativa de conteúdo como caminho para novas possibilidades de organização dentro do Mundo do Trabalho dos comunicadores” e “[...] apostam em novas relações de comunicação mais democráticas, humanas e solidárias” (MELO CASTRO; GIRALDI PIRES, 2019, p. 14).

Mesmo com a crescente busca por esses arranjos alternativos, os recém-formados ainda enfrentam obstáculos para continuar nesse caminho. A falta de credibilidade e a dificuldade para manter os custos de um blog - equipamentos, manutenções dos equipamentos, programas de edição, internet, energia elétrica, transporte, alimentação etc., ainda são fatores que comprometem e criaram barreiras para um possível empreendedorismo rentável.

Amparados por pesquisas iniciadas em 2018, integradas aos estudos do Grupo de Pesquisa COMERTEC - Comunicação, Mercado e Tecnologia da UNIFAP, em parceria com o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho

³⁵ Medidas de isolamento social mais rígidas, com maior controle no comércio, trânsito e outros serviços.

(CPCT-ECA/USP) esse estudo está na terceira fase, com desdobramentos do tema, concentrando esforços no entendimento da Comunicação e Trabalho Alternativo no estado como possibilidades para estudos e novos nichos de mercado.

Mudanças nos processos de apuração e construção da notícia na Covid-19

Com funcionamento próprio, de acordo com a rotina produtiva implicada pelos meios ou profissionais, a produção da notícia é caracterizada pela coleta, seleção e apresentação da notícia (WOLF, 1995). Mas, as inovações tecnológicas e as mudanças socioeconômicas têm alterado esses processos de construção da notícia. Neste novo cenário, os formatos jornalísticos, critérios de apuração, criação de conteúdos e apresentação das notícias, passaram por transformações, tornando-se para muitos, práticas dispensáveis. Para Pereira e Adghirni (2011), com a convergência das mídias, tais mudanças trouxeram novas possibilidades para a produção jornalística, como a facilidade de acesso às informações de bases de dados, aceleração da produção e a rapidez no compartilhamento de conteúdos.

Dadas essas transformações, com um futuro incerto dos momentos que seriam vividos durante a pandemia da Covid-19, novas formas de trabalho foram implementadas para a continuação do ofício dos jornalistas. Mesmo em processo de adaptação, essa atividade foi caracterizada essencial durante esse momento pandêmico.

Como citado no início, esse trabalho trata-se de uma investigação em fase inicial, com base em resgates teóricos sobre as principais mudanças na rotina e no mercado do jornalismo no Amapá. Dois blogs foram selecionados como objetos de pesquisa. O primeiro, o blog *Aeka*³⁶, é idealizado por dois jornalistas recém-formados da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), Abinoan Santiago e Dyepeson Martins. Ambos são amapaenses, mas pela Pós-Graduação, atualmente residem no Paraná.

³⁶ <https://www.aeka.info/>

O *Aeka*³⁷ foi criado em 2019, e já funcionava de maneira remota, mesmo antes da pandemia, pois os idealizadores moram em outro estado, e coordenam o trabalho em parceria com outros colaboradores do Amapá por mensagens, ligações e videoconferências. Pela prática remota adotada antes mesmo da pandemia, notou-se que esse grupo teve menos dificuldades ao se adaptar e continuar o trabalho nesse cenário.

Com a característica de blog investigativo, os profissionais não produzem conteúdos diariamente, pela apuração mais cautelosa e demorada, assim eles abordam conteúdos voltados às medidas restritas de isolamento social, investigações policiais de desvios e superfaturações, situação da saúde no Amapá, e estratégias políticas de combate ao coronavírus. Com o objetivo de narrar os fatos por um olhar humanizado, os idealizadores não têm interesse de tornar o blog rentável e não pretendem tê-lo como única fonte de renda. Na sequência deste texto, o *Aeka* será mencionado como blog 1.

O segundo, o blog *Catraia Digital*³⁸, é idealizado por Gabriel Dias, concluinte do curso de Jornalismo na Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), com o apoio de acadêmicos do curso, fotógrafos e publicitários amapaenses. Idealizado em 2014, mas por questões pessoais, o projeto teve início no mês de fevereiro, com o impulso da pandemia. Os colaboradores do blog alternativo *Catraia*³⁹ Digital viram nesse momento de crise a importância da Comunicação Alternativa.

Com cobertura local, nacional e internacional, o grupo aborda nas produções temas do cotidiano, variedades, cultura, esporte, saúde e política. O foco é manter a população informada sobre as atualizações dos decretos estaduais, funcionamento das serviços públicos, isolamento social, atualização sobre os casos de Covid-19 no estado e denúncias. O grupo explora o olhar

³⁷ Nome de origem Oiampi, língua dos Waiãpis, povo indígena tradicional do Amapá. Esse dialeto significa o ato de procurar coisas.

³⁸ <https://www.catraiadigital.com.br/>

³⁹ A *catraia* é um transporte fluvial de pequeno porte, muito utilizada no Amapá, para a locomoção por pequenas ilhas que ficam ao redor do estado. Essa pequena embarcação é comumente usada para o transporte de pessoas e pequenas mercadorias, mas também é utilizada para levar informações para algumas comunidades mais distantes.

humanizado nas produções e planeja tornar as atividades rentáveis. Na sequência, o Catraia Digital será mencionado como blog 2.

Evidenciando as principais mudanças na produção da notícia, a partir do trabalho dos jornalistas alternativos amapaenses, apresentaremos, em 4 etapas, os principais tópicos para análise e debate: a) Apuração da notícia; b) Rotina de trabalho; c) Relações de Comunicação; d) Uso dos recursos tecnológicos em tempos de pandemia.

a) Apuração da notícia

Sendo um elemento essencial no processo informacional, “a apuração é o mais importante para a notícia, da mesma forma como a notícia é o mais importante para o jornalismo” (BAHIA, 1990, p. 40). Envolve as primeiras técnicas de levantamento dos dados de um fato, sendo a base para a criação da notícia: “é o processo que antecede a notícia e que leva à formulação final do texto” (Ibidem, p. 40).

Segundo Santi (2009), assim, a apuração é um conjunto de práticas que envolvem técnicas e habilidades que os jornalistas executam para o processo de criação das narrativas, como a observação, desdobramentos, pesquisas e entrevistas. Com a medida de isolamento social adotada durante a pandemia, a apuração dos fatos sofreu mudanças significativas, pois a coleta de dados e informações não eram apuradas *in loco*. O contato com as fontes, apenas virtual.

Os integrantes do blog 2, resumem o processo de apuração dos fatos em: 1) receber as pautas - quase todas a partir de releases enviados pelas assessorias de imprensa; 2) checar os fatos, com uma rede de apoio entre os integrantes que entrevistam as fontes por ligações ou mensagens, pesquisas na internet, levantamento dos dados etc.; 3) entrevistas remotas com fontes oficiais, oficiais e personagens; 4) escrever os conteúdos que são divididos de acordo com o tempo livre de cada membro ou por afinidade com a área, e 5) compartilhar os conteúdos pelas plataformas e redes sociais. Todo o processo acontece de maneira remota, com substituição do contato presencial pelo virtual, da apuração à publicação.

Essas mudanças alertam para a tendência do modelo conhecido como 'jornalista sentado'⁴⁰, que afeta diretamente as relações de comunicação dos profissionais seja com os próprios colegas de trabalhos, chefes e público externo, trazendo a falta de contatos diretos/ presenciais, pois evidenciam muitos critérios de comportamentos que poderiam ser notados durante esses contatos.

Além disso, com o imediatismo das atividades realizadas, as chances de ocorrerem erros de apuração e comprometimento do conteúdo final são maiores, como a publicação de conteúdos *fakes* - falsos, tendenciosos ou incompletos. Ou seja, colocariam em risco as partes envolvidas e a credibilidade do jornalista e do veículo de comunicação. As redações, que segundo Travancas (1993), representavam o coração do jornalismo, aos poucos se condicionam a redação virtual, tornando o trabalho do jornalista cada vez mais solitário.

b) Rotina de trabalho

Como principal atividade do jornalista, a rotina de trabalho é dos processos que mais comprometem o trabalho dos comunicadores, pelas tendências tecnológicas e do próprio fazer jornalismo, como o imediatismo, imprevisibilidade, excesso de cargas de trabalho e acúmulo de atividades. Para Grisci e Rodrigues (2007), as rotinas produtivas jornalísticas, na era pós-fordista, caracterizam-se pela compressão do tempo, tendo essa característica transformado o ritmo de trabalho dos jornalistas.

Conciliar a rotina do trabalho efetivo, estudos/ qualificações, relações afetivas e sociais, têm sido o principal desafio dos jornalistas alternativos amapaenses, não apenas no cenário pandêmico. Como esses profissionais não sobrevivem apenas do trabalho alternativo, o período de produção dos respectivos blogs, não são a prioridade no dia a dia desses jornalistas. Com a pandemia, a necessidade de repassar as informações para a população

⁴⁰ O conceito francês de 'jornalista sentado' (*journaliste assis*), segundo Neveu (2001) é uma adaptação da produção jornalística para o Webjornalismo. Essa prática refere-se a união e utilização de informações que foram recolhidas por outros jornalistas, ou de outros meios, e que não foram coletadas pelo próprio jornalista. Uma prática que dispensa a apuração convencional, *in loco*, por quem a escreve.

aumentou, com isso, houve o aumento da carga de trabalho. Os integrantes do blog 1, dedicaram 6h diárias às produções do blog, além da realização de outras atividades econômicas.

Na pandemia, as rotinas de trabalho também mudaram, principalmente pelo distanciamento social. Os integrantes dos blogs alternativos amapaenses fizeram adaptações para bom funcionamento do sistema remoto, tendo em vista as necessidades dos profissionais envolvidos. Para o blog 1, poucas foram as mudanças enfrentadas na pandemia, pois o grupo já possuía uma rotina de trabalho remota. Já o blog 2, pelo funcionamento ter iniciado durante a pandemia, as dificuldades foram maiores, pois o processo de adaptação foi mais acelerado e o grupo não possuía experiências com essas práticas remotas e redação virtual.

As reuniões de pauta ganharam novos cenários, agora, discutidas por meio das telas de celulares e computadores. O movimento da redação e as trocas com os colegas foram substituídas pelas conversas frente aos computadores e os questionamentos por aplicativos de mensagens. A rotina da produção e a divisão das tarefas são feitas de acordo com a disponibilidade de cada membro, trazendo a individualização na atuação jornalística, mesmo sabendo que o jornalismo é um fazer coletivo. A entrega do material (*deadline*) nessa fase é mais compreensiva. A aprovação e a publicação dos conteúdos, revela um processo constante e duradouro, sendo uma nova tendência em momento de início de pós-pandemia e novo normal. Como explica Fígaro (2013), essas rotinas evidenciam à desvalorização dos profissionais, aumento da carga horária de trabalho, multifuncionalidade, Esse 'viver jornalístico' independe dos meios/mercados que os profissionais estão inseridos.

Trazendo essas reflexões, faz-se necessário pensar a respeito da qualidade de vida e a rotina vivida por esses profissionais que constantemente têm o tempo reduzido para a realização do seu trabalho. Essa aceleração entre receber as informações e entregar as notícias tem causado o limite da exaustão e aumentado o sofrimento psíquico.

c) Relações de Comunicação

Com a produção mais individualizada, as relações de comunicação durante a pandemia de ambos os blogs foram semelhantes: contatos e reuniões virtuais, ligações de WhatsApp, mensagens em aplicativos, reuniões por videoconferências, redes sociais e, raramente, contato pessoal direto. Na visão de Souza (2017, p. 142), “a internet, ao aproximar espaços e dinamizar o tempo, reconfigurou a relação do jornalista com as fontes bem como seu papel enquanto mediador de informações”.

Seguindo os processos de apuração, os jornalistas mantiveram o contato com as fontes de maneira remota, a partir de entrevistas estruturadas e semiestruturadas, com a contribuição de fontes oficiais e oficiosas, primárias e secundárias. Os personagens são selecionados de acordo com o conhecimento e contatos já estabelecidos entre os jornalistas em seu círculo de convívio.

Com a facilidade da tecnologia, os profissionais buscam contribuições e opiniões entre o próprio grupo de profissionais, sobre os diversos acontecimentos e oferecem redes de apoio para auxiliar os colegas. Percebe-se, também, que a pandemia traz ao mercado de jornalismo novos aspectos colaborativos e menos competitivos no cenário pandêmico. O contato com os leitores ocorre pelos próprios blogs, nas redes sociais, com o recebimento de sugestões de pautas e mensagens instantâneas.

d) Uso dos recursos tecnológicos

O uso dos recursos tecnológicos tem sido imprescindível para o trabalho dos jornalistas alternativos nesta pandemia. Com o uso das ferramentas tecnológicas e mídias digitais, todo o processo de comunicação é realizado com mais velocidade. A facilidade de conciliar múltiplas tarefas, acessar vários conteúdos e contactar as pessoas, evidencia o papel importante que a tecnologia tem no jornalismo.

A tecnologia imprime seu ritmo e sua lógica às relações de trabalho, definindo os novos profissionais, a nova ética de trabalho, em suma, um outro mundo, que mal deixa entrever os

sinais do que se convencionou chamar no passado de “jornalismo” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 37).

Para Marcondes Filho (2009), as tecnologias são as causadoras do aumento do trabalho dos jornalistas, que agora, possuem mais atribuições e dominam mais de uma função. Com isso, a responsabilidade aumentou, as redações foram reduzidas, a profissão foi banalizada e ainda, colabora para a precarização profissional. Souza (2017, p.139) acrescenta que as tecnologias acrescentam na prática laboral, mas têm uma “aplicabilidade que intensifica a exploração do trabalho, aumentando o espaço de controle sobre o tempo de vida do jornalista”.

O *smartphone* segue sendo o principal recurso utilizado pelos membros dos dois blogs. Por meio do dispositivo é possível escrever, fotografar, marcar entrevistas, manter o contato com a equipe, fontes e personagens, fazer pesquisas e levantamento de dados, confirmar informações e acompanhar as redes sociais, e ainda redigir textos e organizar as tarefas do dia. Com o método de trabalho *home office*⁴¹, cada integrante acaba produzindo os conteúdos noticiosos com os equipamentos que possuem em casa. Com esses recursos, há a facilidade do uso dos canais sociais para o contato com as fontes, aprofundamento da apuração, e impulsionamento dos conteúdos com mais independência das redações fixas.

Por fim, para Neveu (2001), as tecnologias redefiniram as competências profissionais dos jornalistas, e ao mesmo tempo demonstraram o papel essencial desses profissionais na mediação entre o fluxo da informação e os cidadãos.

Mercado e crises: novos cenários e tendências para a redação virtual

Com a crise de desemprego enfrentada no estado, a dificuldade de inserção dos recém-formados e a desilusão profissional, os jovens acabam buscando os meios alternativos. Em um cenário onde a notícia vem sendo tratada como mercadoria, segundo Traquina (2002), compreender novas

⁴¹ Os custos gerados neste modelo de trabalho é de responsabilidade individual de cada membro, como internet, energia elétrica, alimentação, manutenção dos equipamentos, e caso necessário, transporte.

perceptivas e praticar um jornalismo para o bem comum, vem sendo um desafio.

Confrontando o ‘mercado da notícia’, onde “a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo” (FILHO, 1989, p. 13), os jovens jornalistas acreditam e praticam um jornalismo onde aconteça a “transformação da informação em conhecimento” (AGUINAGA, 2001, p. 250).

Para Fidalgo (2004):

As mudanças e os desafios mais salientes situam-se em múltiplos domínios, de que salientaria quatro: a tecnologia, a empresa jornalística, o mercado (mercado em geral e mercado dos *media* em particular) e o grupo profissional dos jornalistas (FIDALGO, 2004, p. 70)

Os jornalistas vivem em uma crise de identidade, pela rápida transformação das condições socioeconômicas do mercado de trabalho, reforçando “a urgência de se repensar o exercício desta atividade no novo contexto global”, podendo assim redefinir “o seu papel e descobrindo-se fórmulas mais eficazes de cumprir a finalidade essencial do jornalismo” (Ibidem, p. 70).

Com o cenário da pandemia e pelo isolamento social, como apresentado acima, os jornalistas continuaram o ofício com a adoção das redações virtuais.

Sem as condições de trabalho ofertadas pelas corporações de comunicação tradicionais, o espaço virtual de plataformas como G-talk8, Telegram e WhatsApp é utilizado por arranjos da mídia alternativa como locais de organização de trabalho. Esses arranjos de mídia desafiam os processos produtivos do jornalismo tradicional, para se constituírem em produção jornalística com redação virtual, mais horizontalizadas e com permanente debate sobre aspectos editoriais (FIGARO; SILVA, 2020, p. 108).

A redação virtual “é o espaço para montar equipes virtuais, independentemente do local, com requisitos específicos em projetos determinados, criando oportunidades de participação para jornalistas” (Ibidem, p. 109). Nos blogs analisados neste artigo, os profissionais possuem uma maior

liberdade de atuação - pode ser definida de acordo com a rotina de cada membro- e há mais companheirismo no processo de produção.

CONSIDERAÇÕES

A partir das transformações ocorridas no jornalismo por meio das novas tecnologias, torna-se evidente que o processo de produção, criação e compartilhamento das informações mudou profundamente. Com a Internet, muitos processos tradicionais do jornalismo estão sendo ressignificados, agora, o receptor está cada vez mais interessado e participativo nesse processo.

Por meio dos levantamentos teóricos, estudos bibliográficos e entrevistas com os jornalistas alternativos, ficou evidente que a pandemia do novo coronavírus acelerou processos que já eram esperados, como as mudanças na criação das narrativas - com o apoio nos recursos tecnológicos, e que a Internet já é uma nova mídia que dita formatos e ressignifica produtos jornalísticos. Mas, e como fica o jornalista? Com menos valor durante essas ressignificações? Com a velocidade que a informação é compartilhada, ela se torna produto mercadológico ou um direito essencial para os cidadãos?

Por meio das análises minuciosas realizadas em cada blog, nota-se a tendência para as redações virtuais em um momento pós-pandemia, havendo a necessidade de adaptação de cada arranjo alternativo. No estudo, foi notório a dificuldade inicial que o blog 2 sofreu até a estabilidade das produções. Pela experiência remota já vivida pelo blog 1, foi possível compreender que esse processo já era rotina, mesmo antes da pandemia. Os resultados parciais indicam que a crise causada pela pandemia da Covid-19 acelerou a necessidade de adaptação de processos jornalísticos que já eram previstos como o *home office* e as redações virtuais, aumentando a prática do 'jornalismo sentado' e a tendência para o trabalho solitário dos jornalistas. Incide ainda, nas mudanças estruturais significativas ocorridas na construção das narrativas e no 'fazer jornalismo'.

Este trabalho abre caminhos para novas pesquisas acerca do tema, e objetiva aproximar o debate entre as tendências do mercado do jornalismo e os

acadêmicos que estão se preparando para esse mercado, para estimular estudos sobre as mudanças na profissão através de estudos locais aprofundados, buscando soluções e o entendimento destes processos nos quais estamos inseridos. O estudo desse tema continua em uma próxima etapa de compreensão e análise da nova estruturação da notícia pós-pandemia, a partir de critérios e processos instaurados pela Covid-19.

REFERÊNCIAS

AGUINAGA, Enrique de. Hacia una teoria del periodismo. In **Estudios sobre el mensaje periodísticos**, vol. 7, p. 241-255, 2001.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica: as técnicas do jornalismo**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.

FIDALGO, Joaquim. Jornalistas: Um perfil socioprofissional em mudança. In **Comunicação e Sociedade**, vol. 5, p. 63-74, 2004. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1238> Acesso em: 28 ago. 2020.

FIGARO, Roseli. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FIGARO, Roseli; SILVA, Ana Flávia Marques. A comunicação como trabalho no Capitalismo de plataforma: O caso das mudanças no jornalismo. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 1, p. 101-115, abr./jul. 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/38566> Acesso em: 20 set. 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas S/A, 2002.

GRISCI, Carmem Ligia; RODRIGUES, Paulo Henrique. Trabalho imaterial e sofrimento psíquico: o pós-fordismo no jornalismo industrial. **Psicol. Soc**, vol.19, n.2, p.48-56, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-71822007000200007>. Acesso em: 30 de set. de 2020.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia – Jornalismo como produção social de segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1986.

_____. **Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

MELO CASTRO, Beatriz; GIRALDI PIRES, Paulo Vitor. Novos Arranjos Econômicos de Comunicação na Região Norte: Um Olhar Sobre o Trabalho em Macapá. In: **Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2019. Disponível em:

<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0517-1.pdf>
Acesso em: 07 ago. 2020.

MINAYO, Maria Cecília. **O desafio do conhecimento científico**: pesquisa qualitativa em saúde. 2. ed. São Paulo: Hucitec-Abrasco, 1994.

NEVEU, Erik. **Sociologie du Journalisme**. Paris: La Découverte, 2001.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **In Texto**, Porto Alegre, v. 1, n. 24, jan./jun. 2011. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/19208>. Acesso em: 05 ago. 2020.

SANTI, Vilso Junior. O processo de apuração no Webjornalismo de quarta geração. In: **ECO-Pós**. Rio de Janeiro- v. 12, n. 3, p. 181-194, set./dez. 2009. Disponível em: https://uakari.org.br/eco_pos/article/view/939 Acesso em: 08 ago. 2020.

SOUZA, Rafael. O trabalho do jornalista e suas contradições: uma ontologia da crise. **Matrizes**, vol. 11, n. 3, 2017, p. 129-149. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143054926008> Acesso em: 01 de outubro de 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**. Lisboa: Quimera. 2002

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. SP, Summus, 1993.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4 a ed. Lisboa: Presença, 1995.

Comunicação e Trabalho no Amapá: mercado, transformações profissionais e empreendedorismo digital

Anézia Maria Brito Lima e Paulo Vitor Giraldi Pires

“O estudo se debruça na avaliação das condições de trabalho, relações de comunicação e a visão de empreendedorismo desses novos profissionais graduados. A metodologia utilizada nesta pesquisa é do tipo exploratória (GIL, 2002), pela principal finalidade de desenvolver e esclarecer conceitos e ideias, a partir da formulação de problemas e hipóteses com possíveis formas de pesquisas a longo prazo”

Com a crise no mercado de Comunicação, muitos jornalistas tiveram que buscar outros ambientes de trabalho. Uma das saídas encontradas pelos profissionais foi a migração para os arranjos alternativos e independentes. Essas organizações e produções funcionam no modelo de cooperativas, formadas por grupos de interesse e dentro do editorial do jornalista proprietário. Com as mutações do mercado da notícia, a problemática volta-se em entender como os novos arranjos econômicos surgem como proposta de gerar transformação socioeconômica pelo empreendedorismo digital local, com foco no Amapá.

A investigação busca compreender essas novas formas de trabalho no mercado da comunicação amapaense, a partir da análise, diagnóstico do perfil e identidade desses profissionais egressos das Instituições de Ensino Superior do Amapá. O estudo se debruça na avaliação das condições de trabalho, relações de comunicação e a visão de empreendedorismo desses novos profissionais graduados. A metodologia utilizada nesta pesquisa é do tipo exploratória (GIL, 2002), pela principal finalidade de desenvolver e esclarecer conceitos e ideias, a partir da formulação de problemas e hipóteses com possíveis formas de pesquisas a longo prazo. Para isso, utilizamos também o método Qualitativo que pode empregar a “ análise do conteúdo, do discurso, de arquivos e a

fonêmica e até mesmo as estatísticas, as tabelas, os gráficos e os números” (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 20).

Desta forma, o estudo está dividido em duas etapas: o levantamento histórico e bibliográfico, à luz dos teóricos e temas: O mercado de jornalismo (TRAVANCAS, 2005); Comunicação e Mundo do Trabalho e as mudanças na atividade do jornalista (FÍGARO, 2001; 2013); as mudanças na ‘carreira profissional’ (BOURDIEU, 1977); Perfil socioprofissional do jornalista (FIDALGO, 2012).

O estado do Amapá, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no primeiro trimestre de 2020, contabilizou 68 mil desempregados, ficando atrás apenas da Bahia (18,7%), sendo o segundo estado com mais pessoas fora do mercado, (17,2%). Com a crise no mercado amapaense, os profissionais buscam alternativas de trabalho como forma de sobrevivência. Com o uso das tecnologias e o maior acesso à internet, muitos jornalistas tentam se encaixar no mercado de trabalho com o ‘empreendedorismo digital’.

Essa investigação integra a segunda etapa de uma sequência de estudos iniciados no ano de 2018, por pesquisadores do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá. Portanto, os dados, reflexões e considerações encontram-se em fase inicial, com foco na discussão teórica, sendo um trabalho de conhecimento da bibliografia e discussões dos principais autores e grupos de pesquisas, majoritariamente no Brasil. Esse estudo tem continuidade em outras publicações dos autores, com a maior exploração das formas de trabalho, rotinas produtivas e relações de comunicação dos jornalistas que atuam em arranjos alternativos às grandes corporações de mídia. Para isso, seguimos as discussões e estudos bibliográficos amparados pelo Grupo de Pesquisa COMERTEC - Comunicação, Mercado e Tecnologia da UNIFAP, em parceria com o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA/USP), prosseguindo os desdobramentos das temáticas sobre os novos nichos de trabalho.

Os resultados indicam que o modelo estrutural dos novos arranjos de jornalismo alerta para a necessidade de um debate acerca da formação de futuros jornalistas, a reestruturação do currículo acadêmico das Universidades – com foco nas tecnologias de mercado, tendo em vista o aumento do desemprego e enfraquecimento das políticas sociais e de acesso ao Mercado de Trabalho no Estado do Amapá. Portanto, o estudo segue com levantamento teórico das mudanças, processos de criação e formas de trabalho, para avaliar os modelos e formas de relação no trabalho dos jornalistas amapaenses, com objetivo de analisar o ‘fazer jornalismo’ no estado. Por fim, essa investigação abre caminhos para pensar o Campo da Comunicação na Amazônia Amapaense, seus desafios, possibilidades e, principalmente, o papel social da Universidade com a formação integrada e integrante das novas gerações.

Jornalismo (Comunicação) na Amazônia Amapaense

O estado do Amapá, de acordo com a estimativa anual do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), registrou em julho de 2019, 845.731 mil habitantes, distribuídos entre os 16 municípios. A capital Macapá possui 503.327 habitantes, sendo a 22^a capital mais populosa do Brasil e, onde também estão concentrados os principais meios de comunicação.

Em estudo, no ano de 2009, o comunicador social e historiador amapaense, Edgar Rodrigues, no texto intitulado *As Comunicações Sociais no Amapá*, constatou que a primeira prática jornalística no estado teve início em 15 de novembro de 1895, com o lançamento do jornal impresso semanal Pinsonia⁴², com última circulação em 1898. Após décadas de criação e fechamento de jornais impressos, foi apenas em 1974, que foi iniciada a produção dos primeiros exemplares diários com o Jornal do Povo.

Em 1946, instalou-se no estado a primeira emissora de rádio criada pelo Governo Federal. Na obra *Panorama do Rádio no Brasil*, Cunha (2011) destaca a

⁴² Nome dado em homenagem a Vicente Yanez Pinzón, um dos primeiros navegadores a percorrer a região Norte do Brasil, permeando inicialmente o município de Oiapoque —, criado pelo macapaense Joaquim Francisco de Mendonça Junior, junto ao comerciante José Antonio Cerqueira.

criação da primeira emissora, com instalação de alto-falantes na Rua Cândido Mendes, na praça Veiga Cabral, no centro da capital Macapá. No início de suas atividades, a Rádio Difusora de Macapá divulgava informações sobre ações e planos do governo de Janary Nunes. Avançando quase três décadas, foi apenas no ano de 1975 que a primeira emissora de TV fixou-se no Amapá. Filiada à Rede Globo, a Rede Amazônica de Televisão - com sede em Manaus - foi a pioneira e, ainda realiza no estado a interação com imagens na prática da comunicação social, com a produção de telejornais.

A busca por informações sobre o histórico dos meios de comunicação no Amapá é laboriosa, pois os poucos registros encontrados fazem parte dos acervos de comunicólogos e historiadores, que relatam por meio da história oral detalhes das instalações e funcionamento dos veículos midiáticos amapaenses. O Amapá, talvez, pela posição geográfica ou ainda, pelos resquícios de dependência territorial, carrega em si a dificuldade da reconstrução histórica de sua comunicação local.

Sendo um dos mais recentes territórios elevados à categoria de estado no país, nota-se desde o início a forte presença e influência política, religiosa e militar nos meios de comunicação. O monopólio da comunicação local torna-se retrocesso ao avanço de uma comunicação independente, criativa e inovadora. O capitalismo midiático empresarial ainda prevalece como única forma de lucro e atividade jornalística aos recém-formados.

O atraso na instigação em relação à vinda do curso de Jornalismo à região Norte, e especificamente, ao Amapá⁴³ -, são possíveis causas que refletem e apontam a desvantagem que o estado possui na formação de jornalistas e na atividade de Jornalismo profissional, quando colocado em paralelo a outros estados, como capitais da região Sudeste - SP e RJ, por exemplo, onde localiza-se a maior quantidade de ofertas de graduação do curso, no Brasil e, ainda, os conglomerados de mídias.

⁴³ O primeiro curso de Jornalismo do estado foi pela Seama (atual Estácio Macapá, privada) com início no ano de 2001, e apenas em 2011, iniciou a graduação na Universidade Federal do Amapá, sendo a última universidade do Norte a ofertar o curso.

Reestruturação produtiva no Trabalho dos Jornalistas

Com o lançamento da World Wide Web (WWW), em 1991, os meios de comunicação passaram por diversas transformações, sendo ainda um desafio acompanhar e conceituar tais mudanças. Desde o início das primeiras publicações de notícias on-line, a difusão dessa plataforma aconteceu de maneira surpreendente. Segundo Ingher (2005), a internet, em cinco anos, contava com cerca de 50 milhões de usuários, aquisição acelerada em comparação à televisão aberta que demorou 16 anos e o rádio que levou 38 anos para atingir esse público.

Com o processo e fluxo de produção em multiplataformas foi necessário convergir diversas atividades em vários canais de transmissão de informações. Com essa característica multidimensional, a convergência refere-se:

[...] ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação (JENKINS, 2008, p. 29).

Na comunicação, tratando o conceito de 'convergência jornalística', os autores Salaverría, Avilés e Masip (2010) destacam que o impacto dessas transposições é de caráter tecnológico, empresarial, profissional e de conteúdos.

Pelas inúmeras mudanças tecnológicas, mercadológicas, técnicas e socioprofissionais no campo de trabalho dos jornalistas, muitas habilidades tiveram que ser desenvolvidas para manter o público efetivo e alcançar novos receptores. Esses mesmos destinatários ocupam um novo lugar, frente a produção e compartilhamento de informações, sendo incentivados a buscar novas informações, participar no processo de criação de conteúdos e a estar sempre conectados (on-line). Os receptores ocupam um novo espaço na rede, antes sem muito tanto significado – visto apenas como consumidores passivos de informação. Nessa transição, os consumidores passaram a ser agentes ativos, ou seja, tornaram-se “consumidores que também produzem, leitores que também escrevem e espectadores que também participam” (JENKINS, 1992, p. 208).

Com a convergência midiática e a maior participação dos consumidores na produção dos conteúdos, as redações dos meios de comunicação passaram por reformulações. Essa mutação transformou as diversas práticas das redações, além do acúmulo de exigências profissionais, seja física, na integração dos profissionais em apenas um ambiente, dupla jornada e funções acumuladas, impactando na reestruturação no que tange ao Mundo do Trabalho dos Jornalistas⁴⁴.

O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas de fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística - o imediatismo (TRAQUINA, 2005, p.53).

Em pesquisa realizada pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT- ECA/ USP) denominada *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*, Fígaro (2008) observa que essas mudanças exigiram a reinvenção dos profissionais da comunicação. Trouxe, portanto, novos desafios no exercício da profissão, modificando o perfil socioprofissional dos jornalistas e a forma de trabalho, exigindo do comunicador diversas habilidades em multiplataformas, que desrespeitam os valores éticos e protagonizam condições precárias de trabalho.

Por essa maior exigência, os jornalistas têm a obrigação de agora, com mais rapidez apurar e repassar as informações, tendo credibilidade sobre o objeto que se fala. Toda essa aceleração no processo da comunicação tem causado reflexos negativos nos profissionais como a sobrecarga, cansaço, estresse, entre outros transtornos.

Para a constituição do corpus da presente análise, durante os meses de outubro, novembro e dezembro de 2019, foram realizadas visitas e entrevistas nas redações convencionais em Macapá. Na oportunidade, constatou-se a integração das redações das principais emissoras, e a diminuição do quadro de

⁴⁴ Neste conceito utilizado por Isabel Travancas no livro *O Mundo dos Jornalistas* (1992), o sujeito social é entendido pelas suas complexidades, multiplicidades e individualidade, sendo ainda, o centro das análises e pesquisas, o ponto de partida de todo o entendimento empírico e científico.

profissionais nas redações, como também, a exigência do profissional multifuncional⁴⁵ sobrecarregando os profissionais que permaneceram no ofício.

A crise no Mercado de Comunicação Alternativa no Amapá

Das mudanças no Mundo do Trabalho dos Jornalistas à busca por novas formas de trabalho, muitos jornalistas que não sentiam-se realizados com o trabalho nos grandes conglomerados de mídia, tiveram a iniciativa de buscar novos cenários econômicos da profissão. Pois, com a crise no atual modelo de mercado jornalístico, a reestruturação dos processos produtivos, a destruição dos postos de trabalho e o sucateamento das redações (FÍGARO; NONATO; GROHMANN, 2013), jornalistas amapaenses recém-formados buscam a realização profissional em práticas alternativas, pois o exaustivo exercício da profissão com foco mercadológico e a baixa remuneração colocam em xeque alguns aspectos socioprofissionais e econômicos.

Com a contribuição das novas tecnologias, Bourdieu (1997) ressalta que as atividades jornalísticas são executadas com a pressão do tempo e o imediatismo. Nessa conjuntura, há uma representação acelerada e descontínua da realidade e do mundo, evidenciando os desafios da profissão, oportunizando debates e a pensar: até que ponto essas mudanças refletem no jornalismo de hoje? Como os profissionais vêm sendo afetados? E quais são esses novos desafios para o jornalista independente?

Projetado como maneira de “fazer um contraponto à imprensa burguesa” (ABRAMO, 1988, p. 1), o jornalismo alternativo nasceu com o intuito de questionar muitos conteúdos que eram produzidos pelas grandes corporações apenas com interesses mercadológicos. No Brasil, esse jornalismo viveu três fases, Kucinski (2003, p. 21): “os pasquins irreverentes e panfletários do período da Regência, em 1830; os jornais anarquistas de operários, em 1880[...]” e os jornais produzidos durante o regime militar (entre 1964 e 1980).

⁴⁵ Com alguns cargos extintos e a reorganização nas redações convencionais, os profissionais tiveram que se adaptar às demandas e passaram a exercer mais de um função no trabalho, seja na produção para várias mídias, ou na atuação como repórteres, fotógrafos, redatores, ao mesmo tempo.

No Amapá, apenas em 1996, vivenciou-se o primeiro blog de jornalismo alternativo, idealizado pela jornalista Alcinéa Cavalcante⁴⁶.

Ao debruçar esforços em levantamentos, entrevistas e coletas de dados, percebemos que a identidade desses alternativos ainda estão em constantes construções. Para a atuação nesse trabalho, em nichos específicos, diferentes da produção dos veículos tradicionais já consolidados, levantamos as categorias autodeclaradas como jornalismo ‘alternativo’ ou ‘independente’, para a compreensão das condicionantes no funcionamento dos novos arranjos de trabalho.

Primeiramente, essas definições vêm apresentadas de formações ideológicas e discursivas e se caracterizam a partir das formas de organizações e atuação no campo social, como explica Fígaro, Nonato e Kinoshita (2017). Para a identificação de comunicação independente, esse fator aproxima-se da possibilidade de não subordinação aos modelos institucionalizados ou uma não aceitação de controle, censura ou pressão pelo mercado, Igreja ou Estado (Muniz, 2016). Esse desejo de atuar fora de um campo com condições mais paradigmáticas e convencionais, pode ainda, ser um manifesto ao controle exaurido em empresas hegemônicas.

Comparado a categorias como “alternativo(a)”, “marginal”, “autônomo(a)”, “experimental”, “underground”, “autoral”, “livre”, muitas vezes tomadas como equivalentes, o “independente” parece ser aquela que possui uma circulação mais bem consolidada quando se trata de demarcar um ethos dissidente ou contra hegemônico da produção cultural. (MUNIZ JUNIOR, 2016, p. 114).

Por sua vez, o jornalismo alternativo, ganha destaque principalmente na ditadura militar, mas é referência no jornalismo contemporâneo. Essa prática defende a liberdade como o aspecto principal no jornalismo, com o objetivo de evidenciar outras percepções sobre diferentes espacialidades. “Estas iniciativas representam o espírito livre que move o senso crítico que transforma as

⁴⁶A professora aposentada e jornalista amapaense de 64 anos, foi correspondente de jornais nacionais como Estadão e Folha de São Paulo e a responsável pelo primeiro blog alternativo amapaense, em 1996. O blog era o seu espaço de liberdade de expressão e ética profissional.

estruturas sociais, impondo limites para os interesses particulares que possa se deixar escapar pela inflexibilidade do jornalismo convencional” (CARVALHO; BRONOSKI, 2017, p. 25). O jornalismo alternativo é visto como uma categoria que se preocupa com fatores que excedem a produção jornalística, seja nas escolhas editoriais ou nas produções e formatos da comunicação.

Para a atuação nesses arranjos econômicos alternativos e/ou independentes são considerados diversos critérios tidos como responsáveis pela mudança de nicho de trabalho, como a autonomia das editorias, o desejo íntimo de contribuir com um jornalismo ético, ou movidos alguma por necessidades socioeconômicas (desemprego, diminuição dos postos de trabalho etc.).

Essas transformações no mercado de trabalho ganharam força década de 1990, pois o Brasil passou por uma reestruturação produtiva do capital no mundo do trabalho em geral, gerando “ausência de regulamentação da força de trabalho, a amplíssima flexibilização do mercado de trabalho” e como consequência houve a precarização dos direitos sociais dos trabalhadores (ANTUNES, 2001: 89-90).

Não obstante, como em outras profissões, os jornalistas amapaenses também sofreram com essas reestruturações que para muitos acarretou a necessidade de busca a outras alternativas de trabalho, principalmente no estado do Amapá, que atingiu no 1º trimestre de 2020, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) 68 mil desempregados, sendo 17,2% da população ativa fora do mercado, um aumento em comparação aos 16,7% do 3º trimestre de 2019.

Conseqüentemente, a crise no mercado da comunicação dificultou a permanência de profissionais com carteira assinada, usufruindo os direitos trabalhistas. Nas entrevistas realizadas nos meses de março, abril e maio de 2020, nota-se que os profissionais alternativos enfrentam dificuldades semelhantes no decorrer do trabalho. Estavam cursando jornalismo; tinham o desejo de contribuir com a população com assuntos e abordagens que não viam nos convencionais; optaram por um trabalho com mais autonomia e liberdade; menor probabilidade de estresse e desgaste com editores e chefias; menos

intervenções nos materiais; e realização profissional. Entre esses motivos, muitos profissionais desempregados ou em status de desilusão profissional buscam arranjar-se em grupos exercendo sua atividade profissional de forma autônoma.

Com isso, têm aparecido diversas terminologias para o jornalista e suas novas funções: blogueiro, curador, freelancer, independente, empreendedor [...] Ressalta-se que essas questões identitárias não são novas e que já existiam desde que as figuras do “intelectual”, do “artista” e do “literato” se aproximam a do jornalista (GROHMANN, 2016, p. 7).

Porém, pelas dificuldades geográficas, econômicas e culturais, já citadas no início da pesquisa, a crise no mercado da comunicação amapaense torna o cenário alternativo ainda mais difícil. Como no estado o alcance ainda é baixo, muitos desses profissionais acabam não se dedicando integralmente ao ofício de jornalista, e sim, esporadicamente quando sobra um tempo livre, sendo usado como uma maneira de passar o tempo ou desopilar, por isso, muitas vezes, não é a única fonte de sobrevivência (TRAVANCAS, 2005).

Depois de uma experiência que não deu certo, após algum tempo, com mais maturidade resolvemos criar o *Aeka*⁴⁷. Como a nossa equipe é dividida entre os dois membros que moram em Macapá, e os dois que moram em Ponta Grossa, nós vamos dividindo as funções e produzindo como podemos. Como o blog é investigativo a apuração é mais demorada. Escrevemos por *hobby* mesmo, não é o nosso desejo sobreviver apenas desse meio. O jornalismo em geral, no Amapá, tem que ser reestruturado (SANTIAGO, entrevista ao autor, 2020).

A dificuldade no planejamento, gerenciamento de crise e conhecimentos acerca do empreendedorismo em negócios de mídias, além da dificuldade de encontrar colaboradores, acaba sendo fatores decisivos no futuro desses alternativos.

⁴⁷ Blog investigativo alternativo amapaense, criado em 2019, idealizado pelas jornalistas Dyepeson Martins e Abinoan Santiago.

Os fatores culturais são os que mais pesam a meu ver. E isso dificulta todo o resto. Para eu colocar esse projeto em prática procurei inúmeras pessoas, e o primeiro ponto é a desconfiança, isso dificulta muito processo colaborativo, o desenvolvimento e manutenção de uma rede de pessoas alinhadas para fortalecer o setor da economia criativa, por exemplo. Esses fatores devem ser profundamente estudados antes de qualquer coisa. (SOUZA, entrevista ao autor, 2020⁴⁸).

As rotinas produtivas dos jornalistas alternativos são os maiores desafios, pois a conciliação entre o emprego efetivo, estudo e qualificação profissional têm o tempo disputado com tal prática. Como os profissionais alternativos entrevistados não sobrevivem apenas com essa atividade, o período de produção é organizado de acordo com o tempo ócio na rotina. As mídias alternativas não são prioridades na atuação, por não rentabilizar o sustento e bem-estar dos jornalistas. Com essa rotina atribulada faz-se necessário dinamizar as atuações profissionais.

Durante os dias da semana, os profissionais chegam a dedicar 3 a 4 horas por dia para a produção nas mídias alternativas. Nos fins de semana, esse horário pode aumentar para 5 ou 6 horas de dedicação. Por isso, é possível notar a luta que esses profissionais vivem para dar continuidade e colaborar com a sociedade nessa prestação de serviço.

Para Fígaro e Nonato (2017), as altas cargas-horárias e os grandes ritmos de trabalho que fazem parte das rotinas desses profissionais evidenciam a desvalorização do profissional, problemas de saúde (pelo estresse, excesso de telas, individualização nos processos produtivos, incertezas e a má qualidade de vida) e, muitas vezes, até a desistência da continuação do projeto. Essas alterações na forma de organizar as rotinas produtivas, como arranjos de trabalho têm alterado a forma e o resultado jornalístico produzido, em um cenário que tange todo o mundo do trabalho dos jornalistas (FÍGARO et al. 2013).

As formas de sustentação necessitam de mais apurações detalhadas, tendo foco para próximas pesquisas. Pois, essas fontes de financiamento são

⁴⁸ Lorrán Souza. Idealizador do blog alternativo Amapá no Mapa. A ideia surgiu em 2017, com o objetivo de apresentar o turismo e a cultura amapaense.

incertas e merecem mais aprofundamentos nessas declarações dadas pelos profissionais. Em sua maioria, essa sustentação parte de financiamento próprio, doações, produções de peças publicitárias para empresas, vendas de cursos na área de comunicação, parcerias ou anúncios no site (NONATO; PACHI FILHO; FÍGARO, 2018).

Pela falta de conhecimento do mercado e a falta de capacitação – com foco nas tecnologias, os recém-formados buscam por conta própria esse conhecimento que não foi repassado na universidade e aliam às experiências já vividas. Portanto, a sobrevivência por meio desse trabalho alternativo no Amapá ainda enfrenta dificuldades que ultrapassam a precarização do trabalho e a dificuldade de inserção no mercado.

Novas ideias: comunicação colaborativa e compartilhada

Segundo Roxo e Grohmann (2015), essas novas divisões individualizadas de trabalho, torna evidente as desigualdades nas trajetórias de classe se relacionam às condições de trabalho dos jornalistas. Nesse processo, o ‘jornalista empreendedor’ é visto como uma figura que resulta em ‘inteligência’, ‘coragem’ ou ‘inovação’, naturalizando a historicidade e a trajetória dessa classe.

De início, quando ainda estávamos na academia tivemos a ideia de criar um blog que fizesse a diferença no Amapá. Mas, iniciamos em um péssimo momento, quando a internet não era tão estabilizada, não tínhamos um público específico, e não conhecíamos o mercado e as necessidades do nosso público. Para nós, não seria tão dificultoso assim. Com essa experiência que durou cerca de um ano, não tivemos retorno financeiro então tivemos que abrir mão (MARTINS, entrevista ao autor, 2020⁴⁹).

O termo empreendedorismo é derivado da tradução *entrepreneurship*, mas apesar do termo ser popularizado do inglês, o empreendedorismo é originado da palavra francesa *entrepreneur*, que “significa fazer algo ou

⁴⁹ Dyepeson Martins. Na época, estudante de Jornalismo. Junto aos colegas de curso John Pacheco e Abinoan Santiago, em 2014, criaram o blog alternativo Cotidiano, que abordava assuntos do dia a dia amapaense.

empreender” (MARINO; CERICATO; MELO, 2007, p.35). O termo possui duas correntes: a dos economistas que associam o empreendedor à inovação e criação de novos negócios; e a dos behavioristas que classificam as características criativas e intuitivas do empreendedor.

Com os maiores investimentos em publicidade nos meios digitais, muitos profissionais veem uma chance de conquistar um espaço no mercado e contribuir com a cidadania oportunizando o amplo acesso à informação. Para Fidalgo (2012, p. 70) essas mudanças e os novos desafios da profissão têm domínios ligados principalmente “a tecnologia, a empresa jornalística, o mercado (mercado em geral e mercado dos media em particular) e o grupo profissional dos jornalistas”.

De acordo com dados do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)⁵⁰, o investimento nos conteúdos para internet foi um dos que mais cresceu. Nos meses de Janeiro a Junho de 2018, esses investimentos chegaram a 1, 10 bilhões (14,4% do total), no mesmo período, no ano de 2020, eles subiram para (22,4% do total) com 1,28 bilhões, ficando em 2º lugar na lista de investimentos publicitários, em ambos os anos. A televisão aberta liderou em 2018 com 4,74 bilhões (61,8% do total), e em 2020, com 3, 14 bilhões (55, 0% do total), entre os meses de Janeiro a Junho dos respectivos anos.

A migração para o meio digital acentuou o exercício do ‘empreendedorismo digital’ que oferece um produto colaborativo e compartilhado (informação, opiniões e visões, coprodução) em troca de um espaço no mercado, gerando conseqüentemente uma renda. Os investimentos aplicados na publicidade on-line e o alcance que essa plataforma oferece demonstra um novo momento em que as transformações técnicas, culturais e comportamentais pontuam a nova ‘economia do ciberespaço’. Esse cenário tecnológico proporciona a liberdade de trabalhar *home office*, fora das redações convencionais, autonomia e a realização profissional. Contudo, gera reflexões

⁵⁰ Entidade que une as principais agências de publicidade, anunciantes e veículos de comunicação do Brasil. <https://cenp.com.br/cenp-meios-apresentacao>

quanto a reformulação da profissão e a retração dos direitos trabalhistas desses profissionais.

Com a necessidade de colaboração de co-atividade com outros profissionais da área ou colaboradores externos, muitos ‘jornalistas alternativos’ buscam apoio em projetos e execuções como opções diante os monopólios da comunicação. Os estados de Pernambuco, Santa Catarina, Alagoas e Pernambuco, por exemplo, possuem cooperativas que funcionam como “arranjo alternativo às corporações de mídia” (FÍGARO, 2013), “fundadas na necessidade, social, econômica e criativa” (SIAPERÁ; PAPADOPOULOU, 2016, p. 192) valorizando e priorizando a colaboração.

Sem as condições de trabalho ofertadas pelas corporações de comunicação tradicionais, o espaço virtual de plataformas como G-talk8, Telegram e WhatsApp é utilizado por arranjos da mídia alternativa como locais de organização de trabalho. Esses arranjos de mídia desafiam os processos produtivos do jornalismo tradicional, para se constituírem em produção jornalística com redação virtual, mais horizontalizadas e com permanente debate sobre aspectos editoriais (FÍGARO; SILVA, 2020, p. 108).

No entanto, o cooperativismo não é a única prática de financiamento do jornalismo. Margaret Looney (2012) classifica cinco modelos alternativos de financiamento do jornalismo: os projetos financiados pela comunidade (*crowdfunding*); o acesso a uma parte da informação, com assinaturas simbólicas e personalizadas (*pay-walls*); a doação que parte de pessoas e empresas sem fins lucrativos (filantropia); os financiamentos com recursos limitados para iniciar o negócio (micro-subsídios); e o mais utilizado que baseia-se na articulação dos próprios cooperados (cooperativismo).

No estado do Amapá, os profissionais de veículos alternativos ainda enfrentam muita dificuldade para manter seus blogs, já que a manutenção das produções e custos, além da própria sobrevivência dos trabalhadores dos arranjos, depende da colaboração de terceiros. Outro desafio é atrair e fidelizar o público ao conteúdo, pois diante de tantas ofertas midiáticas, o receptor, por vício, ainda deposita sua confiança nos veículos tradicionais.

CONSIDERAÇÕES

A partir das análises feitas sobre as condições de trabalho dos jornalistas, as relações de comunicação e a visão de empreendedorismo desses profissionais graduados, nota-se a necessidade do debate acerca da formação dos futuros jornalistas, a partir da reestruturação do currículo acadêmico das Universidades. Pois, o cenário de desemprego no estado e o difícil acesso dos formandos a esse mercado, como comprovado com os levantamentos teóricos, aumentam as dificuldades de atuação às mudanças no processos de criação e as novas formas de trabalho dos alternativos, impedindo a transformação socioeconômica pelo empreendedorismo digital.

Entender qual o potencial que os novos arranjos econômicos da comunicação no Amapá têm pode ser um ponto de partida para a compreensão do que se projeta em relação ao futuro do trabalho do jornalista no estado. A mobilização dos jornalistas quanto aos dispositivos comunicacionais oferecidos em seu favor, podem se configurar em redes de trocas de experiência, apoio e solidariedade no que tange a promoção da cidadania, com a contribuição da informação de qualidade barateada e acessível.

Nesse estudo, observamos que esse 'futuro', não deve estar apenas nas mãos desses 'empreendedores', mas nas mãos dos que planejam e executam as políticas públicas, focalizando a complexidade dos seres humanos nessa discussão sobre o futuro do trabalho. Outro aspecto a ser considerado é o declínio de alguns formatos jornalísticos e a migração para formatos advindos das novas tecnologias, que oferecem possibilidades para novas formas de produção e circulação das informações, evidenciando as mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas, trazendo reflexões para serem debatidas nas Universidades que são responsáveis pelo ensino e integração no mercado.

Os levantamentos e as discussões construídas no projeto de pesquisa, apresentam as diversas possibilidades de atuação no jornalismo contemporâneo pelos diversos nichos de trabalho. Porém, este cenário alternativo ainda é explorado a passos lentos no estado. Possui poucos profissionais que se aprofundam na proposta de trabalho pelos inúmeros fatores de atuação, seja

nas dificuldades de criar um plano de negócio, falta de conhecimento do mercado, alcance dos receptores ou pela falta de direcionamento da iniciativa.

A discussão sobre a definição das características alternativas e independentes nas autodeclarações dos jornalistas, ainda denotam muitas inseguranças ao situar-se no mercado, e a problemática da construção desses arranjos no cenário socioeconômico do estado, que colaboram com a indefinição do perfil profissional desses jornalistas. As rotinas, os novos modelos de trabalho, as formas de financiamento levantam dúvidas sobre a identidade desses trabalhadores.

Para o avanço da pesquisa, faz-se necessário compreender o cenário alternativo nos próximos anos, onde os jornalistas recém-formados já possuem mais artifícios e intenções (muitas vezes, referentes às crises de mercado) de recorrer a novos cenários de trabalho, com a maior exploração das tecnologias, plataformas e autonomia.

Investir, estudar e analisar esses cenários fortalece essa revolução incerta e silenciosa, entendendo como o campo da comunicação pode atuar diante dessa revolução. Portanto, a resistência desses novos arranjos podem configurar as formas de apoio e de produção na manutenção da democracia em nossa sociedade com a maior diversidade de informações.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. Imprensa Alternativa: alcance e limites. **Revista Tempo e Presença**, n.º. 233. Boletim Periscópio Internacional. 1988. Disponível em: <http://www2.fpa.org.br/imprensa-alternativa-alcances-e-limites> Acesso em 15 jun. 2019.

ANTUNES, Ricardo. **Os Sentidos do Trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2001.

BOURDIEU, Pierre. A Influência do Jornalismo; Posfácio In: **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CUNHA, Ricardo. Panorama do Rádio em Macapá. In: PRATA, Nair (org). **Panorama do Rádio no Brasil**. Vol 1. Florianópolis: Insular, 2011.

Denzin, Norman; Lincoln, Yvonna Sessions. **O planejamento da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Penso, 2006.

FIDALGO, Joaquim. Jornalistas: um perfil socioprofissional em mudança. **Comunicação e Sociedade**, n. 5, v. 63, 2012.

FIGARO, Roseli (coord.) **Comunicação e trabalho**: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação. Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho CNPq/ECA-USP. São Paulo: Fapesp, 2008. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/index.php/pesquisas/2005-2007/>. Acesso em: 21 dez. 2019.

FIGARO, Roseli; NONATO, Claudia; GROHMANN, Rafael. **As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

Fígaro, Roseli; Nonato, Claudia; Kinoshita, Jamir. Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais. **40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom: Curitiba, 2017. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/publicacoes_cpct/jornalistas-em-arranjos-economicos-independentes-de-corporacoes-de-midia-metodos-e-analises-iniciais/ Acesso em: 30 mai. 2020.

Fígaro, Roseli; Nonato, Claudia. Novos 'Arranjos Econômicos' Alternativos para a produção jornalística. **Contemporânea | comunicação e cultura**: Salvador, v.15, n. 01, 2017. ISSN: 18099386. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002853900.pdf> Acesso em: 19 mai. 2021.

Fígaro, Roseli; Silva, Ana Flávia Marques. A comunicação como trabalho no Capitalismo de plataforma: O caso das mudanças no jornalismo. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 1, p. 101-115, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/38566> Acesso em: 20 jun. 2020.

Gil, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GROHMANN, Rafael. O trabalho do jornalista a partir dos processos comunicacionais e produtivos: di-mensões teóricas em cenário de flexibilização e tensionamentos identitários. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, Vol. 13, Nº 1, 6-18, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n1p6> Acesso em: 23 jul. 2020.

INGHER, Mees. **Internet em dados**. São Paulo: Editora Abril, 2005.

JENKINS, Henry. **Textual poachers: television fans and participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

_____. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

LOONEY, Margaret. Cinco modelos empresariais alternativos para o jornalismo. **IJNET- Rede de Jornalistas Internacionais**. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/cinco-modelos-empresariais-alternativos-para-o-jornalismo> Acesso em: 23 mar. 2020.

MARINO, Alexandre; CERICATO, Domingo; MELO, Pedro Antônio. Empreendedorismo corporativo: uma nova estratégia para a inovação em organizações contemporâneas. **Revista de Negócios**, Blumenau, n.4, v.12, p.32-43, 2007. Disponível em: <https://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/viewFile/637/563> Acesso em: 13. Jul. 2020.

MUNIZ JÚNIOR, Jorge. Os sentidos sociais da produção cultural independente: usos e abusos de uma noção instável. **Revista Parágrafo**. Jan/jun. Vol. 4, n. 1, 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/366/391>. Acesso em 18 mai. 2021.

NONATO, Claudia; PACHI FILHO, Fernando; FÍGARO, Roseli. Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. **Líbero**: São Paulo, n. 41, 2018. Disponível em: <http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/956> Acesso em: 19. mai. 2021.

ROXO, Michelle; GROHMANN, Rafael. Regimes de Visibilidade do Empreendedorismo Jornalístico: valores, prescrições e parâmetros identitários em sites especializados na cobertura do campo profissional. **III Colóquio Internacional MEJOR - Os Silêncios do Jornalismo**. Anais do MEJOR. Florianópolis: UFSC, 2015. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002738037.pdf> Acesso em: 02 jun. 2020.

SALAVERRÍA, Ramon; GARCÍA- AVILÉS, José Alberto; MASIP, Pere. Concepto de Convergencia Periodística. In: LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. **Convergencia Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010.

SANTIAGO, Abinoan. (14 abr. 2020). Entrevista ao autor.

SIAPERA, Eugenia; PAPADOPOULOU, Lambrini. Entrepreneurialism or Cooperativism? An exploration of cooperative journalistic enterprises. **Journalism Practice**, v. 10, n. 2, 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/292387365_Entrepreneurialism_or_Cooperativism> Acesso em: 06 abr. 2020.

SOUZA, Lorrán. (18 maio 2020). Entrevista ao autor.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo - Porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 2005.

CAPÍTULO 3

Ciclo 2020-2021

A terceira fase da pesquisa está centrada em compreender e analisar os novos perfis de negócios de informação e dados, o empreendedorismo digital nas profissões, como o desenvolvimento das startups, no contexto de transformação socioeconômica global no Mundo do Trabalho da Amazônia Amapaense; debater o potencial de inovação em termos de sustentabilidade, de fonte de receitas e outros recursos dos arranjos alternativos do terceiro setor, no caso das atividades de comunicação especializada em diferentes instituições (saúde educação, comércio, política, economia, religião, ONG's, movimentos, sindicatos, associações, grupos, etc). As tecnologias podem ser consideradas a principal mediação nos processos de ensino-aprendizagem e nas relações diárias na comunidade. A definição tecnológica (Kelly, 2012) vai além de bits e pixels, entendendo o técnico como inerente a atividade humana e processo transformador do meio, na ambiência da sociedade e da cultura das ferramentas. A investigação se justifica pela proposta peculiar em pensar a 'independência tecnológica' como um caminho para compreender o papel do técnico (termo usado por Kelly) na vida humana e no dia a dia da vida em sociedade.

Trabalho digno para o desenvolvimento democrático: análise das iniciativas digitais em arranjos econômicos no Amapá

Anézia Maria Brito Lima, Thiago Felipe Nunes de Freitas e Paulo Giraldi

“O presente estudo volta-se para a compreensão da realidade do trabalho dos ‘empreendedores’ na Região da Amazônia Amapaense por meio dos ‘novos caminhos’ seguidos pelas iniciativas digitais. Busca-se entender esse espaço, a partir da discussão dessas iniciativas de trabalho para o desenvolvimento local e como a pandemia da Covid-19 tem impactado nas execuções das atividades econômicas desses trabalhadores”.

Em razão das diversas transformações sociais, técnicas, mercadológicas e cognitivas vividas no mercado de trabalho, muitos trabalhadores buscam alternativas para sobrevivência e a atuação na sociedade. Com a crise de desemprego, competitividade, diminuição nos postos de trabalho, insalubridade, e a necessidade - cada vez maior, de especializações para as prestações de serviço, faz-se necessário à exploração e garimpo de novos mercados de trabalho. Pesquisas realizadas no contexto da Amazônia (de 2018 a 2020⁵¹), demonstram lacunas sociais, pois, excluem, centralizam e reforçam estereótipos de desigualdades para grupos minoritários à margem da atual industrialização digital das cidades e negócios.

Com a crise de mercado enfrentada no estado do Amapá - ocupando maiores índices de desemprego em anos consecutivos, os cidadãos encontram em outros ambientes uma forma de trabalho, seja como alternativa ou por necessidade. Com a pandemia da Covid-19, muitos setores, mercados e

⁵¹ **Novos Arranjos Econômicos de Comunicação na Região Norte:** Um Olhar Sobre o Trabalho em Macapá. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0517-1.pdf> Acesso em: 29 de mar. 2021 | **Comunicação e Trabalho na Amazônia Amapaense:** mutações da notícia e tendências das redações virtuais na pandemia da COVID-19. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-1714-1.pdf> Acesso em: 29 de mar. 2021

empresas tiveram que adotar novas formas de trabalhos para as continuidades das práticas de trabalho. Os trabalhadores em geral e, também, os de iniciativas digitais, buscaram maneiras de sobrevivências para os seus negócios.

Diante desse recorte apresentado acima, o presente estudo volta-se para a compreensão da realidade do trabalho dos ‘empreendedores’ na Região da Amazônia Amapaense por meio dos ‘novos caminhos’ seguidos pelas iniciativas digitais. Busca-se entender esse espaço, a partir da discussão dessas iniciativas de trabalho para o desenvolvimento local e como a pandemia da Covid-19 tem impactado nas execuções das atividades econômicas desses trabalhadores. A metodologia utilizada nesta pesquisa é a exploratória (GIL, 2002), com o levantamento bibliográfico, coleta e levantamento de dados. Utiliza-se, ainda, a investigação qualitativa, citada por Minayo (1994), que abarca o reconhecimento de grupos específicos e situações particulares, no que tange às atividades de trabalho na região Amazônica.

Tal investigação foi elaborada a partir dos levantamentos teóricos: ‘Trabalho no Brasil’ (DECCA, 1996); ‘Configurações do trabalho’ (ANTUNES, 1980); Negócios, Empreendedorismo e Startups (RIES, 2011) e (BLANK, 2013); ‘Tecnologia e Trabalho’ (PINTO; SOUZA, 2017); Inovação e Mercado’ (CHRISTENSEN, 2012).

A hipótese inicial indica que as crises do mercado global e a pandemia da Covid-19 revelaram cenários frágeis que já eram vividos, como a ausência de Políticas Públicas de Acesso ao Emprego, ausência de legislações específicas, precarização das profissões e, ainda, as dificuldades para atuação no mercado de trabalho cada vez mais competitivo e excludente. Essas questões favorecem a oportunidade de reflexão sobre o futuro do Trabalho no Amapá e na Região Norte sob o viés de um desenvolvimento ‘real e democrático’, e como essas iniciativas podem contribuir para a minimização dos impactos pós-pandemia e de desemprego no estado, a partir de um debate necessário de Políticas Públicas do Emprego.

Este estudo está na fase exploratória, tendo o foco na discussão teórica das temáticas e o mapeamento estratégico do cenário de trabalho amapaense. Para isso, esse objeto faz parte da 3ª etapa de pesquisa, estudos e levantamentos, iniciados em 2018, por pesquisadores da Universidade Federal do Amapá, do Colegiado de Jornalismo, em parceria com o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Universidade de São Paulo (CPCT/ECA/USP).

O Trabalho e a Indústria no Brasil

O Brasil possui uma longa e sórdida relação com o mercado de trabalho escravo, que durou cerca de 300 anos, até 1888, com o Decreto da Lei Áurea. Diante do tardio fim desse período e seguindo o exemplo da Europa com a Revolução Industrial, o Brasil também começou a utilizar o processo de mecanização e criar fábricas para aumentar a produção de seus produtos para exportação.

Iniciado na Inglaterra, o processo de mecanização da produção se estendeu pela Europa, tornando-se a fábrica centro decisivo para a economia e para o poder e a dominação da burguesia. A fábrica generalizou-se enquanto sistema de produção, aparecendo, com sua implantação, novas formas de ser e pensar (DECCA, 1996, p.3).

O principal produto agrícola brasileiro durante décadas foi o café, o capital cafeeiro impactou fortemente para as mudanças que viriam acontecer no século XX no mundo do trabalho, como a forte urbanização e o crescimento do proletariado. Decca (1996) observa que a economia cafeeira passou a ter caráter capitalista: trabalho livre, mecanização parcial da produção, moderna rede de transportes, financiamento mais eficiente da lavoura, do comércio e da exportação desse produto agrícola.

Dessa forma a economia cafeeira iniciou um processo fabril que seria posteriormente praticado por outras áreas além da agrária, como a têxtil. Nesse contexto de fim da escravidão e início da mecanização nas indústrias, surgiram novos grupos sociais bem distintos, os operários e os industriais, estes formados pela burguesia escravista já existente no país.

A conciliação entre o velho e o novo, entre os vários segmentos representantes dos interesses agrários e mesmo dos setores urbanos emergentes foi um componente que caracterizou o processo de transformações da sociedade brasileira quando, a partir de 1930, iniciou-se uma etapa de transição para o capitalismo industrial no Brasil. Processo também que se assemelha ao que Gramsci denominou de revolução-restauração, uma vez que comporta momentos de progresso e de reacionarismo (ANTUNES, 1980, p.81-82).

Com o crescimento do trabalho urbano as indústrias precisaram recrutar cada vez mais operários, muitos desses eram imigrantes vindos da Europa para trabalhar nas lavouras na segunda metade do século XIX. Com a classe operária já formada no Brasil no início do século XX, cobranças por melhores condições de trabalho como férias e descanso remunerado começaram a surgir, principalmente com a organização das greves, que eram fortemente reprimidas, como observa Decca (1996, p. 13):

A luta do operariado pela jornada diária de 8 horas de trabalho foi constante ao longo do primeiro período republicano. Desde os inícios do século XX ocorreram greves pela redução da jornada de trabalho. Em 1907, por exemplo, uma greve em defesa da jornada de 8 horas eclodiu em São Paulo e atingiu Santos, Ribeirão Preto e Campinas; tendo sido desencadeada na construção civil, na indústria da alimentação e metalurgia, a greve abrangeu posteriormente empregados da limpeza pública, gráficos, sapateiros e empregados têxteis.

Depois de muitos protestos e greves por parte dos trabalhadores, alguns direitos começaram a ser conquistados, como a Lei de Férias, em 1926. Houve diversas melhorias ao longo das décadas, como a Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), o trabalho infantil passou a ser proibido, as jornadas de trabalho foram reduzidas, entre outras. Contudo, os problemas trabalhistas no Brasil seguem longe de ter um fim, diante da ausência de Políticas Públicas de Trabalho efetivas e voltadas às mais diferentes realidades dos Estados.

Crise de Desemprego

Com o crescimento da sociedade urbana, a mão de obra também foi mais explorada - principalmente por conta do êxodo rural. Contudo, essa atividade ocorreu num ritmo mais acelerado que a oferta de emprego. Ribeiro (2006) observa que, em 1940, a população urbana era formada por 12,8 milhões de habitantes, no ano de 1980 esse número havia saltado para 80,5 milhões. Em contrapartida, no mesmo período, a população rural havia passado de 68,7% para 32,4% em números relativos, evidenciado o forte impacto do êxodo rural.

A industrialização e a urbanização são processos complementares que costumam marchar associados um ao outro. A industrialização oferecendo empregos urbanos à população rural; esta entrando em êxodo na busca dessas oportunidades de vida. Mas não é bem assim. Geralmente, fatores externos afetam os dois processos, impedindo que se lhes dê uma interpretação linear (RIBEIRO, 2006, p.181).

Diante desse contexto, parte da população que migrou para os grandes centros urbanos encontravam dificuldades em conseguir bons empregos, geralmente era para realizar trabalhos subalternos. Por conta da baixa condição financeira, essas pessoas passaram a invadir as periferias das cidades para fazer moradias, formando favelas e criando a “miserabilização da população urbana” (RIBEIRO, 2006, p.182).

Até para as demandas da mão de obra qualificada, as ofertas de trabalho ficaram escassas ao longo do tempo e o desemprego tornou-se parte do cotidiano do brasileiro. De acordo com levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2020⁵², havia 13,4 milhões de pessoas no Brasil à procura de emprego, representando uma taxa de 13,5%. Esses dados reforçam a falácia da Política de Emprego dos governos locais.

Apesar de todas as conquistas no campo trabalhista, ainda é possível observar situações de dificuldade nas quais o empregado se submete para

⁵²Pesquisa disponível em: <https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2021/02/26/desemprego---pnad-continua---dezembro> Acesso em: 29 de mar. 2021

manter o emprego. É comum ver profissionais de diversas áreas de atuação realizando duplas jornadas e, nesse sentido, o impacto tecnológico reforçou ainda mais a polivalência do profissional, sendo uma pessoa que executa múltiplas tarefas. O desenvolvimento digital das cidades coloca em risco a dignidade da pessoa, substituindo os valores da vida, pelo capitalismo de plataformas.

No contexto da ascensão tecnológica, o trabalho passou a ter mais mobilidades, contudo dificuldades também surgiram. O perfil que o mercado exige do empregado mudou e continuará mudando. Pontualidade e organização são só mais dois fatores diante do que é exigido do profissional. A exemplo, vê-se o trabalho do jornalista, que além de narrar e escrever bem, necessita de conhecimentos em redes sociais, sites e aparelhos tecnológicos. A polivalência tornou-se obrigação. Ser digital é condição 'forçada' de sobrevivência.

Em sua tese de doutorado, Lima (2015) afirma que a partir do quadro de reorganização do mundo do trabalho, houve uma adaptação dos jornalistas aos novos meios e métodos. Esses profissionais tornaram-se multifuncionais e polivalentes. Precisam desempenhar diversas funções para conseguirem se destacar no mercado que está cada vez mais competitivo.

A informação transmite-se, renova-se, constrói-se e dura o tempo do clique do mouse, o que nos exige a elaboração de novos critérios de confiabilidade e segurança, assim como o conhecimento via rede mundial de comunicação expande-se em milhares de bits por segundo. E esse processo de mudança social da noção de tempo e de trabalho em decorrência das novas tecnologias, que é denominado como fase dromocrática por Eugênio Trivinho (2005), pode ser extremamente nocivo ao ser humano, configurando verdadeira forma de violência (PINTO; SOUZA, 2017, p.109).

O mercado, por sua vez, é obrigado a se reformular diante de tantas transformações, e exige um novo perfil profissional. Porém, o excesso de informação, causado pelos avanços informacionais e da globalização, afetam diretamente o desempenho do servidor do colaborador. Mas a exigência de

mudança do perfil profissional não surgiu na era digital, é o que recorda Lima e Bezerra (2017). Existe, portanto, a falsa ilusão de um desenvolvimento tecnológico à custa de uma geração de trabalhadores frustrados e adoecidos pelo mercado frenético, produtivo e desumano. Os empreendimentos se sobrepõem aos valores da vida.

Novos Espaços de Trabalho

Em praticamente todos os campos de trabalho, os efeitos da globalização têm transformado a maneira como os empreendedores e colaboradores se portam diante das inovações tecnológicas. As novas interpretações sobre a sociedade e o valor do trabalho, coloca o profissional num constante processo de reinvenção e concorrência como analisam Pinto e Souza (2017, p. 114):

Podemos dizer que as exclusões digital e econômica são duas grandes frentes de batalha nesse cenário globalizado. O analfabetismo virtual, *verbi gratia*, prejudica a compreensão e interpretação das informações que circulam na rede mundial, bem como o acesso a postos de trabalho mais qualificados. Em razão disso, o indivíduo vê-se tolhido e até impedido de fazer leituras próprias do mundo e da sua realidade local.

Como destacam os autores, o mundo tecnológico é cercado de novas descobertas, sendo necessário saber lidar com tudo que há de novo. O crescimento do mercado carece de profissionais habilitados, mas o ritmo imposto pela indústria digital não é acompanhado pela quantidade de profissionais qualificados, e pelas Políticas Públicas de Trabalho e Geração de Renda. De acordo com dados da Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia e Informação, a procura por profissionais da área de tecnologia alcançará até 2024, a marca de 70 mil por ano no Brasil. Contudo, o número de formados na área será de apenas 46 mil.

O avanço das tecnologias digitais também impulsionou a abertura de novos empreendimentos, propondo caminhos diante dos problemas gerados pelas mudanças no mercado. As *startups* cumprem esse papel, sendo empresas

(em estágio inicial) que solucionam problemas em ambientes de risco. Para Ries (2011, p.26), a startup é “uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza”.

Nesse contexto, observa-se que empreender é mais que opção, é uma necessidade para sobrevivência. Diante do alto índice de desemprego que assola o Brasil, a população busca outras saídas para solucionar esse problema, e a tecnologia é um dos fatores que facilita esse processo.

Empreendedores estão por toda parte. Você não precisa trabalhar numa garagem para estar numa startup. O conceito de empreendedorismo inclui qualquer pessoa que trabalha dentro da minha definição de startup: uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza. Isso significa que os empreendedores estão por toda parte, e a abordagem da startup enxuta pode funcionar em empresas de qualquer tamanho, mesmo numa de grande porte, em qualquer setor ou atividade (RIES, 2011, p. 13).

Além disso, muitos jovens com boas qualificações também estão com dificuldades de conseguir trabalho especializado, um levantamento realizado pela consultoria IDados⁵³ aponta que 40% dos jovens entre 22 e 25 anos com curso superior não possuem trabalho qualificado o que faz essa migração para o empreendedorismo ser uma opção. Com a globalização é possível empreender em qualquer área de interesse e esses jovens estão usando suas habilidades para isso.

Capitalismo de plataformas: startups como meios de sobrevivência

Cada vez mais, por inúmeros motivos, o mercado de trabalho passa por consideráveis transformações. Sejam a partir da substituição tecnológica ou pelas mudanças sociais, econômicas, e culturais vividas, após a modernização dos setores industriais, técnicos e operacionais. Com a necessidade da realização de atividades econômicas para a sobrevivência, muitas alternativas

⁵³Pesquisa disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2020/08/11/no-brasil-40percent-dos-jovens-com-ensino-superior-nao-tem-emprego-qualificado.ghtml> Acesso em: 29 de mar. 2021

de prestação de serviços tiveram que ser adequadas para a atuação no conhecido 'mercado digital'.

São negócios criados a partir do desemprego que assola o país, mudanças de planos de carreira ou o desejo de criar um serviço/ produto inovador. São trabalhadores em busca de espaços que não tenham ampla concorrência ou que ofereçam serviços com mais qualidade em referência às atividades comerciais convencionais, baseadas no capitalismo tecnológico.

Esses fatores, a cada ano, tornam o mercado de trabalho mais competitivo, excludente e com mais dificuldades para a inserção/permanência. O déficit desta Política de Trabalho continua gerando crises de desemprego, a diminuição de oportunidades, e a exploração da mão de obra (como os entregadores de Delivery), levando o trabalhador a necessidade de buscar em outros cenários de trabalho -e/ou inserção de locais de trabalho concorrentes aos já consolidados- com a criação de produtos e serviços pautados em inovação e desenvolvimento tecnológico. O mercado de fast-food por delivery parece refletir uma escravidão moderna da do trabalho, com a falácia da oportunidades de empregos aos jovens que são colocados em condições desumanas: sair para entregar refeições nas casas, com chuva ou sol, para ganhar centavos por cada pedido. Ou ainda, os serviços de aplicativos de carro - que colocam a vida de motoristas que rodam por horas, para faturas menos de dois reais por corridas. Tudo isso é reflexo de um falacioso desenvolvimento das cidades emplacado pela utopia tecnológica.

Mudaram-se as relações de trabalho, formas de comunicação internas e externas, as cargas-horárias de trabalho, necessidade de constantes especializações nos serviços prestados, a constante destruição dos direitos trabalhistas, e por fim, a diminuição do quadro de funcionários nas funções das empresas, levou ao caminho que gradualmente vem sendo adotado pelos trabalhadores: o empreendedorismo, sob o viés das mudanças citadas, é seguido pela necessidade de sobreviver. Empreender pode ser um sinônimo de 'preciso viver e comer'.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no primeiro trimestre de 2020, o Amapá ocupou a segunda maior taxa de desemprego do país. Foram 66 mil pessoas (17,2%) deixando o mercado de trabalho, ficando atrás apenas do estado da Bahia, com 18,7% de pessoas na faixa do desemprego. Com relação ao primeiro trimestre de 2019, houve uma redução de 3% na taxa de dezembro. Mas com relação ao último semestre de 2019, houve um aumento de 1,7%.

Nas pesquisas realizadas pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE, em 2019, o Amapá já se destacava em primeiro lugar com a maior taxa de desemprego do Brasil, com 17,4%. Número alarmante, para o índice populacional e ofertas de trabalho no mercado de trabalho local. Os dados divulgados em março de 2021, também pela PNAD, apontaram que o Amapá encerrou o ano de 2020 com 59 mil desempregados (dados equivalentes ao quarto trimestre do ano de 2020), tendo uma queda no percentual (15,8%) em comparação ao primeiro trimestre do ano (17,2%), mas ainda acima do percentual do mesmo trimestre de 2019 (15,6%).

Ademais, no quarto trimestre de 2020, segundo dados da PNAD, o Amapá foi a unidade federativa com a maior proporção de pessoas que trabalham por conta própria (36,7%)⁵⁴. Mesmo estando no primeiro lugar do ranking de ocupação própria, houve uma queda no percentual, em comparação ao primeiro trimestre de 2020 que cotava a taxa de 39,5%. Nota-se a queda de 2,8% de trabalhadores que atuam no mercado por conta própria. Desde 2019, o estado continua com o maior percentual dessa modalidade no país.

Com a pandemia da Covid-19, o cenário econômico passou por diversas oscilações nas taxas de desemprego, demissões, admissões etc. O estado do Amapá, mais uma vez, se destaca nacionalmente neste cenário. Segundo dados

⁵⁴Os maiores percentuais ficaram com as regiões Norte (32,3%) e Nordeste (31,0%). Nos estados, os que possuem maiores índices de ocupação por conta própria foram Amapá (36,7%), Maranhão (34,3%) e Amazonas (34,2%) e os menores, Distrito Federal (20,0%), São Paulo (23,2%), Alagoas (23,8%) e Mato Grosso do Sul (23,9%).

publicados pelo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged)⁵⁵ o Amapá foi o único estado da Região Norte que mais demitiu durante os meses de janeiro a maio de 2020. Nesses cinco meses, foram 6.812 admissões contra 8.261 desligamentos de profissionais com carteira assinada⁵⁶.

Diante das transformações relacionadas à pandemia da Covid-19, os trabalhadores tiveram que encontrar novas formas de trabalho. Com o isolamento social, as medidas protetivas, e a crise sanitária no país, muitas mudanças indicaram tendências para um cenário pós-pandemia.

Em meio à crise mundial do novo coronavírus, os trabalhadores buscam alternativas de sobrevivência diante do cenário caótico que impactou o mercado econômico. A pandemia da Covid-19 tem revelado outras faces da crise capitalista e neoliberal enfrentada- outras adormecidas, desde o fim dos anos 80, com o crescimento dos modelos econômicos de substituição e importações (LIMA; GIRALDI PIRES, 2020, p. 206).

Para enfrentar essas dificuldades, muitas pessoas viram na tecnologia uma nova oportunidade de trabalho. Por meio da atuação em startups, os amapaenses, também, buscam a entrada no mercado de trabalho com o empreendedorismo digital.

As startups são classificadas como empresas que têm bases tecnológicas, e são consideradas iniciativas que surgem a partir da inovação, e de fundamentos estratégicos e competitivos, em ambientes incertos, regidas por modelos de negócios repetitivos e escaláveis, de acordo com Blank (2013).

Elas têm como principais fontes de trabalho a inovação, e percorrem diversos campos de atuação. Aspectos de engajamento no mercado e aceitação com o público transformam a criação das iniciativas em grandes desafios. Essas ações necessitam da capacidade de uma organização/grupo a promover mudanças com serviços ou produtos oferecidos, disposição a correr riscos e a

⁵⁵ Disponível em: http://pdet.mte.gov.br/images/Novo_CAGED/Mai2020/2-apresentacao.pdf

⁵⁶ Disponível em: **AP foi o único estado do Norte que mais demitiu do que contratou entre janeiro e maio** <https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2020/07/01/ap-foi-o-unico-estado-do-norte-que-mais-demitiu-do-que-contratou-entre-janeiro-e-maio.ghtml> Acessos em: 29 de mar. De 2021.

receptividade a novas regras e ideias, sendo atualizadas pelo mercado e o nicho. “O real desafio da inovação não foi à invenção - ter boas ideias - mas fazê-la funcionar técnica e comercialmente” (TIDD; BESSANT, 2015, p. 18).

De acordo com Tajeddini (2006, p. 533), entende-se por inovação “a vontade e capacidade de adotar, copiar ou implementar novas tecnologias, processos e ideias e oferecer novos produtos e serviços exclusivos antes da maioria dos concorrentes”.

Para a adaptação no universo digital, a tecnologia não deve ser vista apenas como algo capaz de automatizar processos, mas como um instrumento capaz de envolver diversas técnicas, envolvendo “toda a extensão do marketing, investimentos e processos administrativos” (CHRISTENSEN, 2012, p. 26).

No Brasil, essa realidade já vem sendo acompanhada no decorrer dos anos. Nos últimos oito anos, foi possível notar o crescimento dos números de startups cadastradas na Associação Brasileira de Startups (ABStartups)⁵⁷, vinte vezes maior. Em 2012, os números apontavam para 2.519 startups. Cinco anos depois, em 2017, esse número chegou a 5.147, o dobro do número de cadastrados em 2012. Em 2019, esse número chegou a 12.823 (crescendo 27% em relação a 2018), cinco vezes mais que o número de cadastros contabilizados em 2012. Com o cenário pandêmico, os próximos estudos sobre o assunto, trarão novas visões de futuro para o ecossistema brasileiro.

Outro recorde observado pela Associação Brasileira de Startups (ABStartups), é o aumento do crescimento de financiamentos coletivos como o crowdfunding -modelo de financiamento coletivo a partir da economia colaborativa.

⁵⁷Pesquisa disponível em: <https://abstartups.com.br/crescimento-das-startups/> Acesso em: 29 de mar. 2021

Iniciativas digitais na Região Norte

Em um recorte regional, o Norte do Brasil, a partir do mapeamento feito pela Associação Brasileira de Startups (ABStartups), iniciado em 2018, e publicado em 2020, no 'Mapeamento de Comunidades 2020 da Região Norte'⁵⁸ apresenta no perfil do *founder*⁵⁹ um público com 67,7% masculino e apenas 10,8% feminino, sendo na maioria das iniciativas com 12,6% com mais homens e apenas 3,2% com mulheres, em maioria, nos números gerais. A idade varia entre 35 a 40 anos (22,8%) - público maduro - e a menor variação é com menos de vinte anos (0,6%). Os jovens ainda enfrentam dificuldades em empreender no mercado de trabalho.

A cor/raça foi sistematizada entre 52,5% parda, 36,1% branca; 5,7% negra e apenas 1,3% indígena. A orientação sexual dos cadastrados são em sua maioria: heterossexual (92,4%)⁶⁰, homossexual (3,2%), bissexual (2,5%) e 1,9% preferiram não responder. Nos critérios apresentados acima, nota-se a centralização do perfil do *founder*. A participação nas startups no Norte do Brasil, ainda é bem centrada no perfil masculino, de cor parda, heterossexual com 35 a 40 anos.

O perfil da startup, na área de atuação, concentra os maiores percentuais em Marketing, Construção Civil e Software. Áreas bem centralizadas, que necessitam de formação superior para execução das propostas e prestação de serviços. Das áreas apontadas no gráfico abaixo, 30% estão em fase de validação; 30% em operação; 20% em tração; e 10% em escala e ideação.

⁵⁸ Dados disponível em <https://abstartups.com.br/mapeamento2020-norte/> Acesso em: 29 de mar. 2021

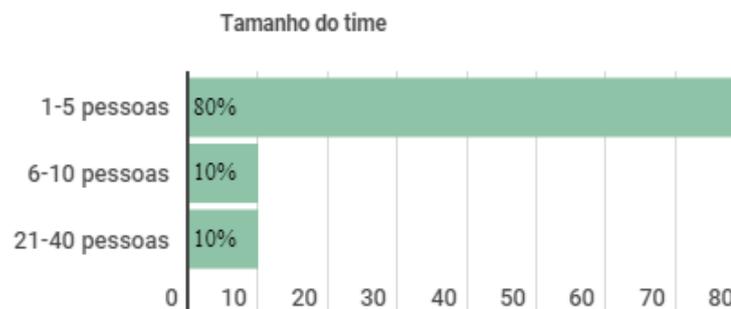
⁵⁹ Criador do negócio; fundador; empresário; microempresário.

⁶⁰ Na pesquisa, não há definição se os números são mais mulheres ou homens.

Figura 1 - Startups de negócios

Fonte: reprodução da ABStartups, 2020.

O tamanho do time da startup varia entre grupos com 1-5 pessoas; 6-10 pessoas e 21-40 pessoas. Dessas, 40% foram pré-aceleradas; 10% aceleradas e 50% não realizaram nenhuma das opções. Com isso, a faixa de faturamento, alcança 50% abaixo de R\$10 mil; R\$50 mil a R\$250 mil (20%); sem faturamento (20%); e 10% com acima de 5 milhões. Conforme ilustração, abaixo:

Figura 2 - Pessoas engajadas nos trabalhos

Fonte: reprodução da ABStartups, 2020.

Com as análises indicadas pela pesquisa, foi possível perceber que determinados grupos e minorias ainda são apontadas com poucos percentuais. Entender a necessidade de incentivo para os diversos públicos, como os mais excluídos desses 'perfis de sucesso', ainda aponta a desigualdade social e as

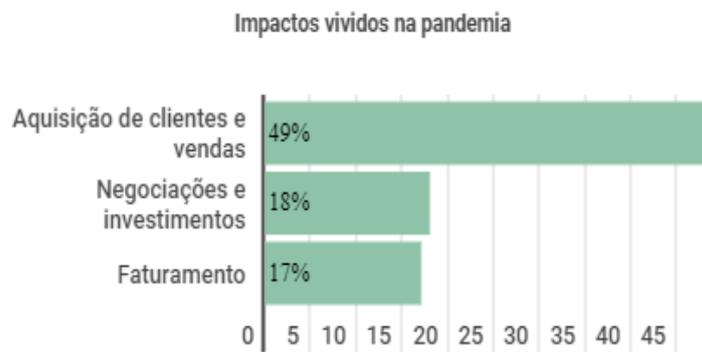
dificuldades para a ocupação de determinados cargos e lugares desses modelos de negócios que se consolidam.

Os incentivos para essas categorias de mercado ainda são tímidos, o que contribui para a perpetuação desses perfis e a exclusão das minorias que buscam lugar no mercado de trabalho, e não conseguem manter-se por muito tempo. Para reflexão, por exemplo, uma mulher, negra, mãe solo e jovem (22-27 anos), sem subsídio para financiar e manter uma iniciativa digital -, tem poucas probabilidades de continuar um negócio. Seja pela falta de conhecimento sobre um plano de negócio, o não-conhecimento da economia local, a necessidade de conciliar a rotina pessoal e profissional, ou pela dificuldade para possuir outros funcionários.

Então, como indicam os percentuais, grupos majoritários enfrentam dificuldades sociais, políticas e econômicas menores, se comparados aos públicos excluídos desse cenário. Portanto, problematizar essas questões, nos leva a reflexões que excedem o discurso levantado que para executar uma forma própria de trabalho, o indivíduo depende apenas da iniciativa, inovação, resiliência e o bom uso das tecnologias.

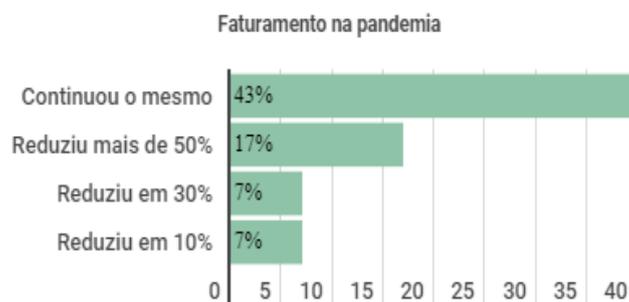
Durante a pandemia da Covid-19, os maiores impactos ainda vividos pelas startups da região Norte, foram na captação de clientes, negociações e faturamento. Pelo cenário incerto, muitas vezes, acredita-se que as iniciativas conseguem manobrar as crises, por conhecerem o ecossistema econômico e terem facilidade de encontrar saídas para os problemas, mas saber o nível dessas startups é essencial para a compreensão desses impactos.

Ou seja, acreditar que as iniciativas digitais estão mais preparadas para enfrentar uma crise por elas já seguirem padrões de comportamento estruturados na pandemia, como home-office, aumento dos canais de comunicação etc., podem ser um equívoco, pela dificuldade de encontrar investidores, manter os funcionários, e por fim, vender o produto/serviço e o faturamento, como exemplificado no gráfico:

Figura 3 – Organização do trabalho digital

Fonte: reprodução da ABStartups, 2020.

Quanto ao faturamento das startups durante a pandemia, de acordo com cada tipo de serviço prestado, área de atuação e tamanho do time, tiveram alterações nos níveis de alcance ao cliente e ao mercado.

Figura 4 – Queda do faturamento

Fonte: reprodução da ABStartups, 2020.

De acordo com dados de uma pesquisa realizada pela Fundação Dom Cabral e a Órbi Conecta, em parceria com a Associação Brasileira de Startups (ABStartups), o panorama de impactos da pandemia nessas iniciativas revelam grandes consequências para essas empresas. O estudo revelou que 53,2% dos entrevistados sofreram consequências negativas, ao mesmo tempo, que 30,9% das startups consultadas foram positivamente afetadas. Notou-se que 60% dos participantes adotaram posturas de reestruturação e reinvenção dos seus negócios.

Macapá digital: crise e desenvolvimento

Na mesma pesquisa, iniciada em 2018, pela ABStartups, a capital do estado do Amapá, Macapá, possui como perfil do *founder*: 70% masculino, 20% com mais homens e 10% igual; sendo majoritariamente, heterossexual (100%)⁶¹; entre 26 a 30 anos (30%), 35 a 40 anos (30%), e de 31 a 35 anos. Sendo 60% parda, 20% negra e 20% branca.

Nota-se que em Macapá, os perfis e atuações assemelham o percentual principal da região. O perfil com idade acima de 25 anos, em sua maioria homens, heterossexual, e de cor parda. Aponta para a baixa participação de jovens até 20 anos, e com times pequenos na atuação. É possível notar, durante a pesquisa, que os dados coletados são bem centralizados, desiguais, e para os grupos minoritários são excludentes, abordando as lacunas sociais presentes no mercado do trabalho, na ausência de Políticas Públicas de Trabalho e a desigualdade social.

Outra tendência presente no mundo do trabalho é a crescente exclusão dos jovens, que atingiram a idade de ingresso no mercado de trabalho e que, sem perspectiva de emprego, acabam muitas vezes engrossando as fileiras dos trabalhos precários e dos desempregados, dada a vigência da sociedade do desemprego estrutural (ANTUNES, 2003, n.p.).

As principais dificuldades enfrentadas pelas startups brasileiras são, basicamente, as de todo o mundo. Consistem em gerar fontes de receitas sem depender das empresas de tecnologias, como os grandiosos Google e Facebook, que lucram 60% da publicidade digital do mundo (GARRAHAM et al. 2017). Em questão de publicidade, o Brasil ocupa o sexto lugar do maior mercado publicitário do mundo, à frente da França e abaixo do Reino Unido (GLOBAL, 2016).

No contexto do desenvolvimento tecnológico brasileiro, estados jovens como o Amapá têm implantado programas de incentivo as iniciativas digitais.

⁶¹ Não especificado na pesquisa se homens ou mulheres.

Abaixo, algumas das iniciativas do Governo local para facilitar a criação e permanência de iniciativas no mercado amapaense, com diferentes atuações e ambientes.

1) **Centro Incubação de Empresas (CIE)** do Instituto de Pesquisas Científicas e Tecnológicas do Estado do Amapá (IEPA), que desde 1997, desenvolve o Programa de Incubação de Empresas. O programa disponibiliza salas de reuniões, sala de treinamento, auditório, serviço de vigilância e limpeza para o espaço e público que frequenta o espaço, estacionamento e uma vitrine de Negócios no Museu Sacaca (Macapá).

O projeto é financiado pela Superintendência da Zona Franca de Manaus (SUFRAMA) e o Governo do Estado do Amapá. Essas incubadoras são ambientes que administram as capacidades de gerenciamentos administrativos, capacidades técnicas e de infraestrutura para os empreendedores.

2) Eventos e treinamentos do **Sebrae Amapá**

Projeto Startup em Macapá - Sebrae Start visa promover a capacitação empreendedora das startups, contribuindo para a formalização e ampliação de espaços para o desenvolvimento de novas startups. O Sebrae seleciona até 15 startups e em sete módulos (4 meses), oferece cursos, palestras, workshops, palestras e mentorias para os empreendedores.

Acelera Startup Amapá

Tem como objetivo principal impulsionar os negócios atuais e futuros com potencial de crescimento. Startups nos estágios iniciais e em desenvolvimento, estudantes e empresários. Oferece suporte aos iniciantes na criação de modelos de negócios com mentorias, palestras e workshops.

Sebrae Startup Day Macapá

O evento tem como público-alvo empreendedores, fundadores de startups, profissionais da tecnologia, investidores, trabalhadores de instituições

públicas e privadas ligadas à inovação, tecnologia e estudantes com afinidade à atuação. Nele, são apresentados cases de sucesso, contatos com investidores, parcerias de negócio, networking etc.

3) Programa Minha Primeira Empresa

O programa foi criado pelo Governo do Estado do Amapá e desenvolvido em parceria com Sebrae, Agência Amapá e Agência de Fomento do Amapá, buscando incentivar trabalhadores amapaenses que atuam por conta própria. Os selecionados recebem capacitações empresariais e mercadológicas, microcrédito, e acompanhamento no desenvolvimento do negócio.

No programa, há contemplação para três públicos: sendo liberados editais para 20 planos de negócios de Jovens Empreendedores no valor de até R\$ 13 mil; 20 planos de negócios de potenciais empreendedores de qualquer idade, cadastrados em programas sociais; 20 planos de negócios multissetoriais de empreendedores dos segmentos do comércio, indústria e serviços.

Embora a descrição feita de práticas de auxílios financeiros e administrativos ofertados pelas instituições governamentais e não governamentais, apontadas acima, ainda refletimos os dilemas e contradições nesse cenário. Com a ausência de Políticas de Trabalhos pelo Estado, a partir da criação de postos de trabalho, facilidade em questões financeiras e impostos empresariais, amparo aos cidadãos, crescem os índices de desemprego. Desta forma, muitos trabalhadores que buscam um emprego para sobreviver, acabam vivendo sobrecargas de trabalho, com a saúde mental comprometida e frustrações na profissão.

Contudo, a garantia de uma falsa autonomia financeira proposta pelo Estado abre espaço para questionamentos sobre esse apoio perene de recursos para financiamentos das iniciativas digitais, abandono aos empreendimentos (arranjos econômicos) e movimentação dos postos de trabalho. A crise econômica não será solucionada, unicamente, pela atuação autônoma de

trabalhadores desamparados pelo Governo e pela ausência de Políticas Públicas de Trabalho para o desenvolvimento local, diante do mercado amapaense na contramão dos direitos trabalhistas. O trabalhador não quer apenas um emprego, mas garantias de permanência - direito legais da atividade, seguridade social e condições dignas de trabalho.

CONSIDERAÇÕES

A análise e levantamento histórico utilizado nesta pesquisa tornam-se essenciais para entender as formações e transformações do trabalho no século XXI. A relação desse tema com outros debates, como o racismo estrutural e as lutas do proletariado, é estreita e fazem com que esses assuntos sejam complementares, pois o contexto de pobreza, miséria e favelização que assolam o Brasil são frutos de acontecimentos históricos e estruturais, elucidados ao longo deste estudo. A crise do trabalho é fruto de desgovernos elitizados.

As novas formas de trabalho (que não são tão novas) representam a atual realidade sofrida vivida pela população brasileira com a ausência de oportunidade de emprego. Empreender, também, representa necessidade de renda. A palavra é bonita, porém camufla uma triste realidade, esta observação é feita por Ries (2011), quando afirma que *startups* são negócios criados em situações de extrema incerteza, pois o brasileiro vive em situação de extrema incerteza. O desenvolvimento regional exige consolidações dignas de trabalho.

O 'empreendedorismo brasileiro' vai além do mundo corporativo, pois em cada esquina, praça e pátios há um empreendedor realizando seu trabalho, seja para complementar a renda, ou seja, para fugir do desemprego. A fome tem pressa e é preciso fazer algo enquanto os governos insistem em dar auxílios paupérrimos, ao invés de também garantir condições dignas e Políticas Públicas de Trabalho para o desenvolvimento integral dos cidadãos; e educação de qualidade das crianças e jovens.

Ao lançar um olhar sobre a região Norte do Brasil, especificamente na Amazônia Amapaense, esse estudo publiciza a triste realidade do crescimento

constante do desemprego. Por outro lado, aponta para um debate urgente no que tange a oportunidade do trabalho as minorias e grupos marginalizados, como os negros, homossexuais (gays, travestis, lésbicas etc.), indígenas, quilombolas, ribeirinhos, além da ausência de Políticas para inserção dos jovens ainda enfrentam dificuldades em empreender no mercado de trabalho. É possível dizer que o mercado de trabalho ainda é predominantemente branco, preconceituoso e excludente.

A pandemia da Covid-19 tem desnudado um cenário econômico cruel e desigual, marcado por altas taxas de desemprego, demissões e admissões, como por estratégias precárias do Governo Federal na garantia do emprego formal e informal. O estado do Amapá, como indicou o Caged, continua sendo o estado da região Norte que mais demitiu em 2020.

Ao problematizar esse cenário catastrófico, o estudo segue com as próximas etapas da pesquisa, com foco na análise dos arranjos econômicos (*in loco*), para uma compreensão analítica das atividades digitais na Amazônia Amapaense em tempos de pandemia e desgovernos tiranos. A ciência não pode se calar diante da fome da humanidade. Por fim, ao analisar as iniciativas digitais no Amapá constata-se a necessidade de outros estudos sob a ótica de um real desenvolvimento democrático e humano, com trabalho digno para todos.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo Luiz Coltro. **Classe operária, sindicatos e partido no Brasil:** (Um estudo sobre a consciência de classe: 1930-1935). Dissertação (Mestrado) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas - Universidade Estadual de Campinas. Campinas, p. 269. 1980.

ANTUNES, Ricardo. O caráter polissêmico e multifacetado do mundo do trabalho. **Trab. educ. saúde**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 229-237, set. 2003. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S19817746200300020004&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 13 de mar. 2021.

BLANK, Steve. **Why Startups Are Agile and Opportunistic** - Pivoting the Business Model. www.steveblank.com, 2010.

CHRISTENSEN, C. **O dilema da inovação**: quando as novas tecnologias levam ao fracasso. São Paulo: M.Books, 2012.

DECCA, Maria Auxiliadora Guzzo de. **Indústria, Trabalho e Cotidiano: Brasil - 1889 a 1930**. 9ª Edição. São Paulo: Atual Editora, 1996.

GARRAHAM, Matthew; BOND, Shannon. Newspaper groups join forces to deal with Facebook and Google. **Financial Times**, 10 de Julho de 2017. Disponível em: <https://www.ft.com/content/3a03d584-657e-11e7-8526-7b38dcaef614?mhq5j=e1>. Acesso em: 11 de mar. de 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas S/A, 2002.

GLOBAL. **Tendências globais de publicidade em 2016**: um instantâneo. 2016. Disponível em: <https://technology.ihc.com/586624/global-advertising-trends-in-2016-a-snapshot>. Acesso em: 20 de janeiro de 2021.

MINAYO, M.C.S. **O desafio do conhecimento científico**: pesquisa qualitativa em saúde. 2. ed. São Paulo: Hucitec-Abrasco, 1994.

OLIVEIRA, Hebe Maria Gonçalves de; GADINI, Sérgio (Orgs.). **Jornalismo em tempos da pandemia do novo coronavírus**. 1 edição. Aveiro: Ria Editorial, 2020.

PINTO, Sandra Lúcia Aparecida; SOUZA, Luciana Cristina de. Tecnologia e trabalho na era da informação. **Scientia Iuris**, Londrina, v. 21, n. 3, p.99-124, nov. 2017. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/iuris/article/view/28248> Acesso em: 26 jun. 2021.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

RIES, Eric. **A startup enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. SP: Lua de Papel, 2012.

TAJEDDINI, K. et al. **Examining the Effect of Market Orientation On Innovativeness**. **Journal of marketing management**, v.22, n.5-6, p.529-551, 2006.

TIDD, J.; BESSANT, J. **Gestão da inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

Da utopia à necessidade: o trabalho no jornalismo tucuju e os apelos ao empreendedorismo de comunicação no Amapá

Anézia Maria Brito Lima, Thiago Felipe Nunes de Freitas e Paulo Giraldi

“ O presente estudo apresenta a realidade do trabalho jornalístico e produção alternativa de comunicação no Amapá, na tentativa de entender as reestruturações produtivas no jornalismo local, sob o viés da constatação dos desertos de notícias⁶² no estado e ainda da ascensão de arranjos econômicos independentes e alternativos diante da crise do desemprego. A partir dessa compreensão, observa-se que a atuação alternativa dos profissionais é banalizada pela formação, pelo cenário socioeconômico onde vivem e pelas dificuldades de sobrevivência”.

Não é novidade que o jornalismo passa por transformações estruturais desde os séculos XIX e XX, com o advento da grande indústria a partir do processo de substituição da base tecnológica de trabalho nas redações. Com isso, problemas são vivenciados diariamente pelos profissionais da comunicação como, por exemplo, o aumento das cargas horárias de trabalho, perfil multitarefa – acúmulo de funções, velocidade nas produções e baixos salários.

Aos poucos, os recém-formados em Jornalismo buscam novas formas de trabalho, provocados pelas dificuldades de inserção no mercado de trabalho ou ainda diante da insatisfação no ‘fazer jornalístico’ tradicional, pautado pelo viés empresarial. Com a maior utilização de plataformas e redes dispostas pela era tecnológica, os acadêmicos buscam contribuir com a sociedade de outras maneiras, com o menor impacto das lógicas capitalistas, assumindo compromisso com o direito à informação.

⁶² São considerados *desertos de notícias*, os municípios que não possuem nenhum veículo de jornalismo independente.

O Amapá, por ser um dos mais novos elevados à categoria de Estado no Brasil, carrega cenários sociais com 'atrasos'. No mercado de Comunicação, esse déficit refletiu no atraso da instalação de veículos/empresas de comunicação, oferta do curso de graduação em Jornalismo e profissionalização desses grupos de trabalho. O desemprego assola o estado (e o país) colocando a capital Macapá no topo dos índices. Em 2019, o Amapá atingiu a maior taxa de desemprego do país com 61 mil desempregados⁶³. No ano de 2020, o estado ficou em 2º lugar no índice⁶⁴, fechando o ano com 59 mil desempregados. Esses índices são alarmantes, pois o Amapá é um dos estados menos populosos da região Norte do Brasil. Porém, corroboram esse drama do desemprego, o ciclo vicioso de famílias no poder e nas eleições de governo estaduais por décadas é uma das maiores pragas instaladas.

Dado esse recorte e tristes constatações, o presente estudo apresenta a realidade do trabalho jornalístico e produção alternativa de comunicação no Amapá, na tentativa de entender as reestruturações produtivas no jornalismo local, sob o viés da constatação dos *desertos de notícias*⁶⁵ no estado e ainda da ascensão de arranjos econômicos independentes e alternativos diante da crise do desemprego. A partir dessa compreensão, observa-se que a atuação alternativa dos profissionais é banalizada pela formação, pelo cenário socioeconômico onde vivem e pelas dificuldades de sobrevivência.

Para esse estudo recorre-se ao método da pesquisa exploratória (GIL, 2002), com a aplicação de entrevistas semiestruturadas on-line, levantamento bibliográfico e coleta de dados, a partir da investigação qualitativa (MINAYO, 1994). Por meio de mapeamento e buscas na internet, foram encontrados oito perfis de arranjadores digitais que possuem sites ou redes sociais como plataforma para atividades de comunicação. São grupos compostos por

⁶³ Ver em: <https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2020/02/14/com-29-mil-atras-de-trabalho-ha-mais-de-2-anos-ap-tem-maior-taxa-de-desemprego-do-pais.ghtml> Acesso em: 07 jun. 2021.

⁶⁴ Ver em: <https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2020/05/15/indice-de-desemprego-no-amapa-e-2a-maior-do-pais-no-1o-trimestre-de-2020.ghtml> Acesso em: 07 jun. 2021.

⁶⁵ São considerados *desertos de notícias*, os municípios que não possuem nenhum veículo de jornalismo independente.

jornalistas formados, jovens recém-formados, estudantes, ou profissionais de outras áreas; todos atuantes na capital Macapá.

A investigação transcorre a partir do estudo bibliográfico guiado pelos temas Comunicações Sociais no Amapá (RODRIGUES, 2009); Configurações do trabalho (ANTUNES, 2009); Perfil do jornalista (BERTOLINI, 2017); Mudanças no trabalho dos jornalistas (FIGARO; NONATO; GROHMANN, 2013); Mídia regional (PINTO, 2015); Desertos de notícias (PROJOR, 2020).

Esse estudo, em sua terceira fase, apresenta resultados preliminares de uma investigação iniciada em 2018, desenvolvida por pesquisadores do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), em parceria com o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA/USP), buscando entender as mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas amapaenses, migração para os arranjos alternativos de comunicação e as nuances referentes ao trabalho em iniciativas digitais.

Amapá: “lugar da chuva” no meio do mundo

O termo “Amapá” é de origem indígena e significa “lugar da chuva”. Inspirado nos povos nuaruaque, que viviam na região Norte do Brasil, a junção de “ama” (chuva) e “pa” (lugar, morada) dá significado ao Estado. Amapá também é uma espécie de árvore amazônica, popularmente conhecida como amapazeiro. A espécie possui frutos semelhantes ao formato de uma maçã, e do seu tronco pode ser extraído um leite muito utilizado para tratamentos de saúde.

Antes de se tornar Estado, o território foi disputado muitos anos por franceses e portugueses, em busca da exploração das terras amazônicas e extração de minérios. Entre as tentativas de estabelecer o pertencimento territorial, o Amapá foi também parte do Estado do Pará. Em 1943, é desmembrado das terras paraenses e torna-se Território Federal do Amapá (TFA). Foi apenas em outubro de 1988 que o Amapá deixa de ser território federal e passa a ser Estado. Com isso, o Amapá é um dos estados mais novos do país a ser elevado a essa categoria na federação brasileira.

O Estado, cortado pela linha do Equador, possui o clima equatorial, apresentando características únicas por ser uma localidade chuvosa e muito quente. A capital Macapá é a única banhada pelo maior rio do mundo, o Amazonas. O Estado, mesmo novo nesta categoria, se destaca tendo a maior fortaleza⁶⁶ da América Latina⁶⁷, chamada Fortaleza de São José de Macapá; é o Estado amazônico com maior cobertura florestal mais bem preservada do país; é também o único Estado a não fazer divisa com outros estados brasileiros por rodovias – o acesso se dá por transporte fluvial ou aéreo.

De acordo com dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2020, o Estado possuía 861.773 habitantes, divididos entre 16 municípios. A maior concentração de pessoas é na capital Macapá, com 512.902 habitantes. O Amapá é a segunda unidade federativa menos populosa do Brasil, a primeira é Roraima. Essa contextualização se faz necessária para o entendimento das provocações levantadas por esse estudo. Infelizmente, o Brasil ainda desconhece a região Norte em sua essência e potência. Existe, portanto, um imaginário limitado do que seja a Amazônia amapaense. Esse estudo tem propriedade em seu local de fala.

Breve histórico da comunicação jornalística no Amapá

Pelos conflitos e disputas vividas no Estado, a reconstrução do histórico da comunicação jornalística é ainda uma atividade que exige esforços. Gradualmente essas reconstruções históricas revelam a chegada dos veículos de comunicação no Amapá; os vínculos políticos, religiosos e militares entre os proprietários; além das marcas de uma comunicação hegemônica, com atuação de líderes de governo, dependência e controle da informação e veículos comandados por autoridades amapaenses em sintonia com o capitalismo midiático empresarial. A comunicação com o resto do mundo era privilégio de poucos.

⁶⁶ Estrutura (fortificação) militar projetada para defesas de guerras ou invasões de territórios.

⁶⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2014/03/no-ap-maior-fortaleza-da-america-latina-nunca-foi-usada-em-guerra.html> Acesso em: 20 abr. 2021.

Por aqui, as atividades de veiculação de jornais iniciaram antes do desmembramento do Estado do Pará. *O Democrata* foi o pioneiro na circulação de jornais impressos, com início em 1890, e produção até 1895 (SANTOS, 2019). O jornal era produzido em Belém, e circulava também no território compreendido hoje como Amapá. Esse impresso surgiu com o intuito de confrontar o regime político adotado no Brasil e defendia o retorno da Monarquia.

No texto *As Comunicações Sociais no Amapá*, o historiador e jornalista amapaense Edgar Rodrigues (2009), relata a primeira prática jornalística com o foco no Amapá, registrada em 15 de novembro de 1895, com publicação do jornal impresso semanal *Pinsonia*⁶⁸. As primeiras impressões foram feitas em Belém e, a partir de 1987, as máquinas alemãs para a impressão chegaram a Macapá.

O periódico abordava questões relacionadas à região amazônica e assuntos ligados à cidade de Macapá. Aos poucos, temas mais próximos à cidade começaram a ocupar mais espaço no jornal. A circulação do impresso ocorreu até 1899. Com o fim dos dois veículos, *O Democrata* e *Pinsonia*, após alguns anos, a produção impressa foi finalizada. Somente em 11 de julho de 1915 as produções impressas voltaram com a criação do *Correio de Macapá*, empreendido pelo Padre Júlio Maria Lombaerd, com caráter pessoal e abordagens sobre política e religião, com circulação até 1918.

Tardiamente, em 1918, é instalada a primeira emissora de rádio, com concessão do Governo Federal. Cunha (2011) recorda que a criação ocorreu com a instalação de alto-falantes na Praça Veiga Cabral, no centro de Macapá. A *Rádio Difusora de Macapá* divulgava as ações e projetos do governo de Janary Nunes, militar e primeiro governador do Amapá. Nasciam ali, as primeiras produções radiofônicas locais.

Quase trinta anos depois, em 1975, chega à cidade a primeira emissora de TV. A Rede Amazônica de Televisão, afiliada da Rede Globo, deu início às

⁶⁸ O nome se dá em homenagem ao navegador espanhol Vicente Yánes Pinzón, um dos primeiros a percorrer a região Norte, nas proximidades do Oiapoque. O periódico foi criado por José Antônio de Siqueira e Joaquim Francisco de Mendonça Junior.

primeiras interações de vídeo para a produção jornalística. A empresa de jornalismo é a maior rede de televisão da região Norte do Brasil, com sede em Manaus.

Com o advento da internet, Melo Castro e Giraldo Pires (2019) registram o surgimento do primeiro blog de notícias, poesia e história do Amapá, com início das atividades em 1996. A jornalista Alcinéa Cavalcante apostou no jornalismo ético e livre, mesmo quando a internet ainda não era popular no Estado. Nesse espaço, a profissional debatia pautas importantes esquecidas ou não abordadas nos principais meios.

Ao longo da apresentação dos principais meios de comunicação no Amapá é possível notar o atraso na chegada desses meios e a forte ligação entre os proprietários e os políticos, religiosos e militares da época. Ou seja, desde o início da circulação de conteúdos jornalísticos já havia interferências diretas e indiretas de pessoas influentes na sociedade amapaense.

Graduação em Jornalismo na região Norte: desafios e oportunidades

O interesse pela academia não acompanhou o interesse dos grandes conglomerados por essas realidades (ASSIS, 2013). Para Pinto (2015), esse vazio científico nas regiões descentralizadas no desenvolvimento do país se dá pela desigualdade na oferta de cursos de jornalismo no Brasil, pois grande parte dessas ofertas está na região Sudeste do país.

A lacuna deixada nos estudos de comunicação para o tema pode ser interpretada como um reflexo de assimetrias na própria área como o desenvolvimento desigual (e tardio) dos cursos de Jornalismo (e outras habilitações) nas diferentes regiões brasileiras e a concentração acadêmica dos programas de pós-graduação em comunicação no Sudeste. Esse último fator acentua o olhar supervalorizado para o conjunto de veículos e produtos sediados nessa região nas pesquisas e nas bibliografias (PINTO, 2015, p.28).

No Amapá, a formação profissional por meio dos cursos de Jornalismo no ensino superior aconteceu tardiamente. A primeira graduação na área foi ofertada pela Seama (atual Estácio Macapá, rede privada), em Comunicação

Social (habilitação em Jornalismo), no ano de 2001. Dez anos depois, em 2011, foi criado o curso de Jornalismo na Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), sendo a última universidade do Norte a ofertar a graduação.

Enquanto no Amapá era ofertado o curso de graduação na universidade pública em 2011, na Universidade Federal do Amazonas (UFAM), em 2010; e na Universidade Federal do Pará (UFPA), em 2012, já eram ofertadas vagas para a pós-graduação na qualificação *stricto sensu*. Como pontua Munaro (2014), o Amapá e os estados do Acre, Tocantins, Roraima e Rondônia são considerados parte da ‘periferia da periferia’.

A promoção tardia da qualificação profissional dos jornalistas formados pela primeira turma da Seama, em 2005, evidencia a desvalorização do saber científico que só foi notável (lucrativo) pelos empresários em meados de 2000. Percebe-se a disparidade da primeira prática jornalística em 1890 (*O Democrata*) e a primeira turma de jornalistas formados, em 2005, no Estado.

A atividade amadora da comunicação no Estado ainda deixa resquícios na estruturação de um possível mercado profissional e valorização do trabalho. O Amapá não oferece piso salarial aos jornalistas e não possui um sindicato para a categoria. Muitos profissionais precisam exercer de duas a três atividades para ter renda média. De fato, essa real periferia geográfica fomenta um cenário de desertos da notícia.

Desertificação de notícias: Atlas da Notícia 2020

O Atlas da Notícia⁶⁹ é um projeto idealizado pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (PROJOR), em parceria com a agência Volt Data Lab. A iniciativa assume a responsabilidade de mapear os veículos que produzem conteúdos jornalísticos, especialmente a categoria de jornalismo local. A ação é inspirada no projeto America’s Growing News Deserts, da Revista Columbia Journalism Review.

De acordo com dados do PROJOR (2020), os *desertos de notícias* são os municípios que não possuem veículos jornalísticos de comunicação. São

⁶⁹ Ver em: <https://www.atlas.jor.br/> Acesso em: 04 jun. 2021.

geralmente pequenas cidades com uma média de 7.100 habitantes. Ao listar todos os municípios do Brasil, essa categoria citada soma 62,6% dos municípios, totalizando 37 milhões de pessoas (18% da população nacional). São regiões que não têm informações sobre a atuação das prefeituras, situação da saúde, educação, eleição e o básico para exigir direitos mínimos dos agentes administrativos.

Essa ausência de dados torna-se preocupante, visto que o jornalismo local pode contribuir nas decisões mínimas tomadas pelos cidadãos. São atitudes voltadas ao direito de cobrar os responsáveis pelos problemas no Sistema de Saúde Público (SUS), por escolas sem vagas, por serviços prestados pelas lideranças políticas, até por exigir o direito básico à informação e comunicação como precedentes à democracia e exercício da cidadania.

Nos três mapas apresentados a seguir, as porcentagens nas categorias descritas em cada parágrafo da imagem são referentes ao Estado do Amapá. É possível notar que os mapas 1 e 2 dos municípios com *desertos de notícias* e *quase desertos* são preenchidos completamente nas cores vermelha e laranja. Apenas uma extrema minoria, entre eles a capital Macapá, ganha a condição de *não-desertos*, ilustrada no mapa 3, em azul.

O Atlas da Notícia classifica os municípios sem veículos jornalísticos independentes como *desertos de notícias*, *quase desertos* e *não-desertos*. Os *desertos de notícias*, citados acima, são os municípios que não possuem nenhum veículo de jornalismo independente, conforme apresentam as ilustrações:

FIGURA 1 - Municípios brasileiros considerados *desertos de notícias*

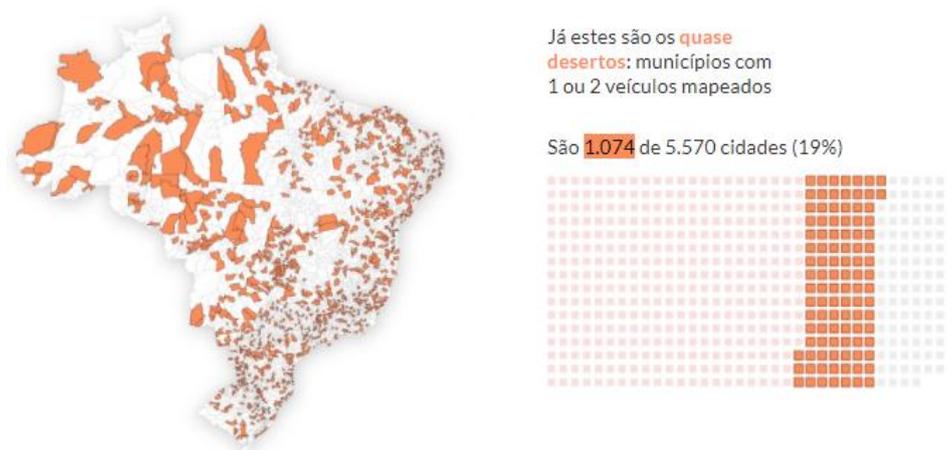


Fonte: Ilustração reproduzida do PROJOR, 2020.

Do total de 3.487 municípios no país que não possuem nenhum veículo jornalístico, no Estado do Amapá, nove dos 16 municípios se enquadram nos *desertos da notícia*, são eles: Mazagão, Pedra Branca do Amapari, Serra do Navio, Itaubal, Tartarugalzinho, Cutias, Amapá, Vitória do Jari e Pracuúba.

Os *quase desertos* são municípios que possuem apenas um ou dois veículos de comunicação. Quase sempre há grandes chances de interferências políticas e empresariais ou ainda a perseguição de líderes políticos e outros agentes públicos. A probabilidade desses locais ao longo dos anos se tornarem desertos noticiosos é grande.

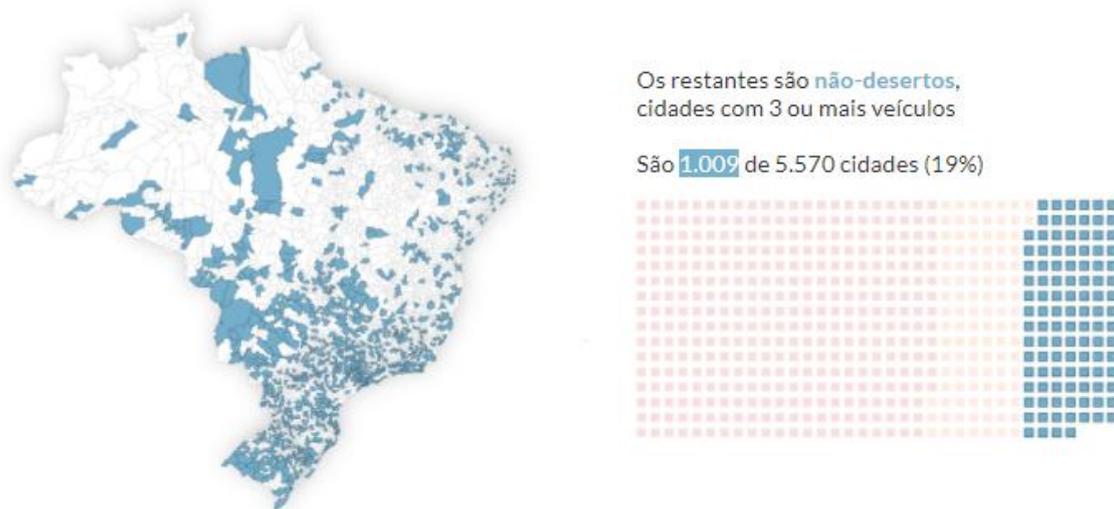
FIGURA 2 - Municípios brasileiros considerados *quase desertos de notícias*



Fonte: Ilustração reproduzida do PROJOR, 2020.

Para esta segunda definição, dos 1.074 municípios do Brasil que possuem um ou dois veículos, no Amapá, seis dos 16 municípios são *quase desertos* sendo eles: Santana, Laranjal do Jari, Oiapoque, Calçoene, Porto Grande e Ferreira Gomes.

Os *não-desertos* são cidades com três ou mais veículos jornalísticos. Das 5.570 cidades do Brasil, 1.009 são da categoria não-desertos (19%). Em síntese, é possível perceber que os estados das regiões Norte e Nordeste possuem o maior número de *desertos de notícias* e *quase desertos*. Nota-se também que os principais centros metropolitanos possuem mais veículos on-line.

FIGURA 3- Municípios brasileiros considerados *não-desertos de notícias*

Fonte: Ilustração reproduzida do PROJOR, 2020.

Por fim, na última classificação dos desertos, apenas um município do Estado do Amapá se enquadra nos *não-desertos de notícia*, a capital Macapá. Estando mais próximo das regiões metropolitanas, como Belém e Manaus, o município alcança este topo por possuir a maior população, sendo 512.902 habitantes na capital.

Em 2020, segundo o mapeamento divulgado no site Atlas da Notícia, o Amapá possuía 54% dos municípios como *desertos de notícia*; 41% como *quase desertos*; e apenas 5% como *não-desertos*. Essas porcentagens são pontuadas conforme o total de veículos, dos 16 municípios do Estado.

Durante a apresentação das figuras, com a classificação entre os *desertos de notícias* nos municípios do Estado do Amapá, foi possível observar um aspecto importante nas análises, chamado pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (PROJOR) 'silêncio informativo'. Esse conceito é utilizado para designar municípios que possuem a média de 17.800 habitantes, onde existe uma quantidade de veículos de comunicação pouco expressiva ou nenhuma. São cidades que não possuem ou têm poucas informações disponibilizadas pelo jornalismo local. A tabela abaixo apresenta

os municípios amapaenses que se enquadram nessa categoria de ‘silêncio informativo’.

TABELA 1: Habitantes por município em silêncio informativo no Amapá

MUNICÍPIO	POPULAÇÃO
Tartarugalzinho	17.769
Pedra Branca do Amapari	17.067
Vitória do Jari	16.254
Calçoene	11.306
Amapá	9.187
Ferreira Gomes	7.967
Cutias	6.101
Itaubal	5.617
Serra do Navio	5.488
Pracuúba	5.246

Fonte: Dados reproduzidos pelos autores, IBGE, 2020.

No Amapá, são mais de 100 mil habitantes que vivem nesse silêncio informativo. Lembrando que esse aspecto é somado às categorias de *desertos de notícias*, *quase desertos* e *não-desertos* apresentados nos parágrafos acima. Nessa associação, são registrados 15 municípios (dos 16) em condições de desertos de notícias e/ou quase desertos. Apenas a capital é contemplada com esse serviço básico de informação, ainda em fase de profissionalização das atividades de jornalismo.

Um aspecto importante relacionado ao funcionamento de veículos de comunicação (incluindo blogs e sites) é o fato de o Amapá ser o Estado com maior proporção de domicílios com acesso à internet, entre os estados da região Norte e Nordeste do país. O Estado conta com 83,9% da população conectada, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad C), com dados atualizados de 2019.

Esse pertencimento à região periférica, somado à lenta oferta do ensino superior público na área, empresários de grandes veículos envolvidos com a política amapaense e políticos que por décadas comandam o mercado tornam as atividades jornalísticas voltadas aos meios tradicionais e assessorias de comunicação de órgãos públicos ou de grandes empresas. Como a oferta de

trabalho é inferior à quantidade de profissionais recém-formados, há a necessidade de buscar outras formas de trabalho, que são gradualmente instauradas no Estado.

O trabalho remoto ou *home office* na Covid-19

O trabalho remoto aumentou nos últimos anos diante dos avanços tecnológicos e há tendência pelo aumento contínuo, como observa Morgan (2004), ao citar a afirmação de Bill Gates. O fundador da *Microsoft* disse que metade da população ativa irá trabalhar no espaço doméstico, sob o modelo de trabalho *home office* (HANDY, 2001 apud MORGAN, 2004). Esse modelo de trabalho está presente em muitas empresas de tecnologia, como a própria *Microsoft*, porém surgiu num campo sem tecnologias:

O trabalho em *home office*, palavra inglesa utilizada para designar o bem conhecido trabalho em casa, era prática quase doméstica de costureiras, trabalhos por encomendas de doces, cozinheiras, lavadeiras; depois também a casa passou a abrigar o trabalho com pequenas peças, pagamento por produção de produtos com pouco acabamento e sem a necessidade de tecnologias, diz-se de pouco valor agregado. Hoje, esse tipo de trabalho continua e se estendeu por muitos setores que requerem trabalho manual (FIGARO et al., 2013).

No ano de 2020, a pandemia do novo coronavírus acelerou esse processo em diversas categorias de trabalho. Como exemplo, os colaboradores do *Twitter* poderão trabalhar de forma remota definitivamente, mesmo após o fim da pandemia (TECMUNDO, 2020). Conforme o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), 7,3 milhões de pessoas estavam trabalhando em *home office* em novembro de 2020.

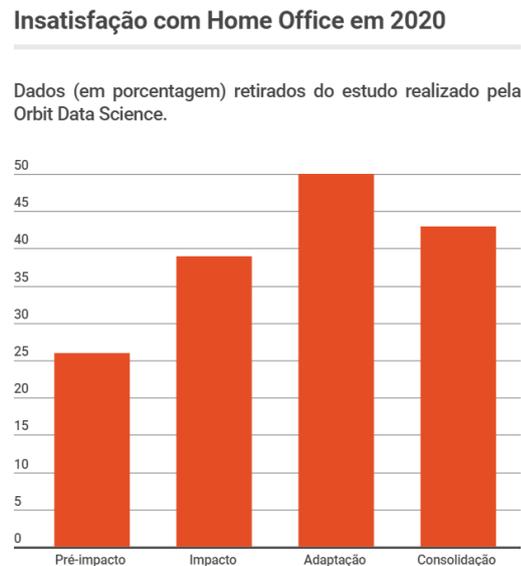
A comunicação é um dos setores que apresenta muitas modificações no regime de trabalho, desde os anos 1990. Com as mudanças da organização produtiva, cresceu também a quantidade de comunicadores submetidos a variadas relações de contrato de trabalho, como observam Oliveira e Grohmann (2015). Conforme analisa Morgan (2004), o trabalho remoto possui pontos positivos e negativos. O modelo *home office* diminui gastos de tempo e dinheiro

com transporte, oferece mais flexibilização ao empregado e permite que o colaborador possa trabalhar de praticamente qualquer distância geográfica.

Contudo, há pontos negativos que provocam insatisfação no colaborador que está realizando seu trabalho de forma remota. É o que aponta o estudo realizado pela Orbit Data Science, empresa de inteligência de dados, através de comentários sobre o termo *home office* no ano de 2020. A pesquisa é dividida em quatro etapas: pré-impacto, impacto, adaptação e consolidação. O pré-impacto abrange os meses de janeiro e fevereiro de 2020, nesse período o trabalho remoto “era elogiado em 71,3% das conversas nas redes” (ORBIT DATA SCIENCE, 2020). Segundo o levantamento, os principais pontos positivos tinham relação direta com a comodidade do trabalhador.

Na segunda etapa, a fase do impacto, as críticas ao *home office* cresceram. No mês de março, o retorno negativo sobre o trabalho remoto subiu de 26,4% para 38,5%. A pesquisa aponta o aumento da jornada de trabalho como principal fator para o aumento das críticas. Posteriormente, contemplando os meses de abril, maio e junho, a fase de adaptação alcança o pico de comentários negativos sobre o trabalho remoto. Segundo o estudo, além do aumento das jornadas de trabalho, as reclamações referentes à saúde cresceram.

Por fim, a fase de consolidação, que retrata os meses de julho, agosto e setembro. Nesse período, o olhar positivo sobre o *home office* voltou a subir, atingindo 51% de comentários favoráveis, tendo muitos comentários como “não quero voltar ao escritório”. Contudo, nesse último momento da pesquisa, as opiniões sobre o trabalho remoto estavam bem divididas.

FIGURA 4 - O trabalho *home office* durante a pandemia da Covid-19

Fonte: Ilustração reproduzida do Data Science, 2020.

Precarização dos contratos e o capitalismo digital

Em pesquisa realizada para mostrar a relação entre o crescimento da terceirização e o capitalismo, Alves (2014) observa que as modalidades flexíveis de contrato aumentaram, como contrato por prazo determinado ou por prazo parcial, suspensão de contrato e, principalmente, as relações de emprego disfarçadas tais como contratação como pessoa jurídica (PJ), cooperativas de contratação de trabalho, trabalho-estágio, autônomos, trabalho em domicílio e teletrabalho.

Portanto, a expansão da terceirização na década do neodesenvolvimentismo é tão somente um traço candente (e quase irremediável) da nova ofensiva do capital na produção nas condições históricas do capitalismo flexível. Nesse período, instaurou-se o que denominamos de “nova precariedade salarial” no país. Entendemos a “nova precariedade salarial” como sendo o novo modo de organizar o processo de trabalho e a produção do capital a partir da lógica do trabalho flexível, sendo ela caracterizada pela adoção das novas tecnologias informacionais, gestão toyotista e relações de trabalho flexíveis (contrato salarial, jornada de trabalho e remuneração flexível) (ALVES, 2014, p. 91).

Diante da situação econômica atual (cerca de 14 milhões de desempregados no país), o prestador de serviços vê-se obrigado a ceder às pressões do mercado, aceitar subcontratos de baixa remuneração e renunciar aos direitos trabalhistas, como férias remuneradas e décimo terceiro salário. Processo que ocorre não apenas com trabalhadores individuais, mas com pequenas empresas também, que fazem parte da cadeia produtiva de geração de lucro das grandes empresas, pagando baixos salários aos seus profissionais com pouco ou nenhum benefício. Como observa Cruz (2019) em sua tese de mestrado, em que aborda a precarização dos jornalistas na era digital:

O tipo de atividade desenvolvida determina o tipo de mão de obra e a tecnologia que é empregada. A fragmentação da estrutura produtiva leva ao desenvolvimento de economias baseada em pequenas empresas - produção pequena - que por sua vez contribui para reprodução do capital das grandes empresas. Essas microunidades de produção, via de regra, são compostas por trabalhadores informais e/ou pequenas empresas familiares e caracterizam-se pela baixa produtividade/ baixa remuneração. Neste contexto inserem-se ainda os trabalhadores por conta própria, como os chamados microempreendedores individuais (MEI) ou Pessoa Jurídica (PJ) - que, portanto, sob a ótica empreendedora, vende produto do trabalho, não a força de trabalho, o pode servir de argumento para descaracterizar a relação de trabalho subordinado (CRUZ, 2019, p. 42).

No campo jornalístico, o trabalho remoto abre espaço para que aumente a fragilidade no contrato entre colaborador e contratante. A prática de contratar como pessoa jurídica (PJ) tem se tornado cada vez mais comum no mercado, tendo em vista que os custos para quem contrata são menores nesse caso. A ideia de flexibilização e o individualismo parecem recentes, contudo, essa forma de organização trabalhista é estreitamente ligada ao toyotismo. E, como outros sistemas de trabalho, o modelo remoto possui a intenção de beneficiar apenas o patrão. Como observa Antunes:

Essas transformações, decorrentes da própria concorrência intercapitalista (num momento de crises e disputas intensificadas entre os grandes grupos transnacionais e

monopolistas) e, por outro lado, da própria necessidade de controlar as lutas sociais oriundas do trabalho, acabaram por suscitar a resposta do capital à sua crise estrutural (ANTUNES, 2009, p. 49-50).

É importante ressaltar que o desregulamento profissional do jornalista no Brasil contribui ainda mais para a precarização do trabalho, sabendo que não é necessário possuir diploma de jornalismo para exercer a profissão. No Amapá, por exemplo, não existe a atuação do sindicato de representação da categoria e piso salarial para os profissionais. Outro aspecto de peso, trata-se do fim da exigência do diploma de jornalismo, decidido pelo Supremo Tribunal Federal (STF), no dia 17 de setembro de 2009. Contudo, já era possível emitir o registro de profissional no Ministério do Trabalho desde 2006, sendo necessário apenas comprovar exercício regular da profissão (CRUZ, 2019).

Edson Spenthof, doutor em Comunicação, escreveu um artigo para o site da Universidade Federal de Goiás, enquanto era professor da instituição, abordando o julgamento do STF sobre a não obrigatoriedade do diploma de jornalismo para atuação profissional. Na ocasião, disse:

O Jornalismo opinativo faz parte da fase embrionária da imprensa. Na atualidade, porém, o jornalista produz informações novas (conhecimento) acerca da realidade e faz a mediação das diversas opiniões sociais que disputavam visibilidade na esfera pública. Por dever ético e eficácia técnica, ele não expressa a sua própria opinião nas notícias e reportagens que escreve. Trata-se de atividade profissional, remunerada, e não gozo de direito fundamental, o que torna a medida do STF, além de equivocada, ineficaz. (UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS, 2009)

Atuar em redações tem sido cada vez mais difícil para os novos jornalistas. O mercado oferece poucas vagas e, quando oferece, os salários e benefícios são baixos e as exigências são grandes. As empresas requerem um profissional com habilidades em multiplataformas, com destreza no uso da língua e das linguagens para produzir enunciados a partir dos requisitos das diferentes plataformas e dos objetivos de consumo (FIGARO et al, 2013).

Fatores que, por muitas vezes, provocam desvio de função do profissional. Como aponta Fígaro et al (2013), essas demandas exigem do comunicador noções de marketing e de administração ou obrigam o trabalhador jornalista a possuir mais de uma fonte de renda.

Mas a questão do acúmulo de tarefas e desvio de função não é ocasionado apenas pelas mudanças no mercado jornalístico. A crise de desemprego que o país enfrenta neste ano, registrando a triste marca de 14,8 milhões de desempregados – segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), também contribui para que a condição dada de subemprego seja acatada pelo trabalhador, afinal, não há possibilidade de escolha.

Adaptação dos comunicadores ao trabalho de plataformas

A atuação jornalística tem passado por fortes mudanças nos últimos anos, sendo o espaço criado pela internet o principal fator para que essas modificações pudessem acontecer. Basta um dispositivo móvel com acesso à internet para que qualquer pessoa possa recolher dados, armazenar e comunicar informação em qualquer formato (SILVA; CUNHA, 2002). Celulares são facilmente adquiridos até mesmo em países subdesenvolvidos, o que evidencia como conteúdos podem ser produzidos de diversos lugares.

A introdução de telemóveis é muito mais transformadora do que os habitantes dos países modernos supõem. Ao ficarem on-line, as pessoas acedem muito repentinamente a quase toda a informação do mundo num só local e na sua própria língua (SCHMIDT; COHEN, 2013, p.25).

Por conta desses fatores, surgiram inéditas formas de fazer jornalismo. As principais redes sociais, como *Twitter* e *Instagram*, criaram novos mercados e novos comunicadores. Estes podem abordar qualquer tipo de assunto, gerar novos conteúdos e publicar por conta própria através de redes sociais e blogs, ou ser um jornalista *freelancer* que presta serviços para veículos de comunicação distintos, as opções são diversas. Essas injunções do mercado de trabalho obrigam os comunicadores a realizar multitarefas, ou seja, praticam diversas atividades jornalísticas ao mesmo tempo .

Esse é o perfil do jornalista da era digital, o multimídia e multitarefa, que necessita saber atuar em diferentes veículos midiáticos simultaneamente (BERTOLINI, 2017). Além disso, é exposto a subcontratos que, como citado anteriormente, partem da premissa de flexibilização. Fator que destaca a precariedade do jornalismo brasileiro e como esse aspecto se faz cada vez mais presente por conta do usos das tecnologias e das flexibilizações contratuais.

As significativas mudanças nas últimas décadas devido à introdução de novas tecnologias e ao redesenho da organização produtiva no mundo trabalho, associadas às mudanças na forma de acumulação capitalista, do modelo fordista para o modelo flexível, impactou os jornalistas principalmente a partir da década de 1990. Isso se observa por meio da flexibilização crescente dos contratos de trabalho e das condições de uso e remuneração da força de trabalho (CRUZ, 2019, p. 93).

Não é apenas o cenário contratual que comporta as mudanças causadas pelos avanços tecnológicos. O jornalista *freelancer* precisa arcar com todas as responsabilidades, até mesmo a de ferramentas para a realização do trabalho. Os *smartphones* permitem jogar, baixar informações da internet, tirar ou enviar fotografias ou mensagens de texto (JENKINS, 2009). Ou seja, é possível realizar uma cobertura jornalística utilizando apenas o telefone celular, tendo em vista que, atualmente, esse tipo de aparelho possui toda a tecnologia necessária para esse tipo de trabalho.

Este fator escancara como as mudanças tecnológicas, a partir dos dispositivos móveis, propiciam uma maior facilidade na produção de material jornalístico (GROHMANN, 2016). Contudo, essa facilidade pode não vir acompanhada de procedimentos profissionais básicos como a apuração. O uso de novas tecnologias para a produção jornalística tem se tornado cada vez mais comum, de acordo com Santaella:

Já está se tornando lugar-comum afirmar que as novas tecnologias da informação e comunicação estão mudando não apenas as formas do entretenimento e do lazer, mas potencialmente todas as esferas da sociedade: o trabalho (robótica e tecnologias para escritórios), gerenciamento político, atividades militares e policiais (a guerra eletrônica), consumo (transferência de fundos eletrônicos), comunicação e educação

(aprendizagem a distância), enfim, estão mudando toda a cultura em geral (SANTAELLA, 2003, p. 23). |

A cultura da convergência (JENKINS, 2009) interfere de forma direta no mercado de trabalho atual, tendo em vista que a geração de jornalistas mais antigos precisa desenvolver habilidades com aparelhos tecnológicos que a Geração Z (KAMPF, 2011) cresceu habituada. As antigas redações diminuíram, já que os jornalistas da era digital são profissionais multitarefas (CRUZ, 2019).

Os jornalistas que antes viviam em redações, carregavam cadernos para fazer anotações e usavam telefones convencionais para fazer apurações não existem mais e quem fazia parte dessa geração se encontra excluído do mercado. É o que aponta Fígaro em *As Mudanças do Mundo do Trabalho* (2013) ao mencionar a fala de Nilson, um jornalista com mais de 60 anos que se recusa a receber menos do que o piso negociado pelo Sindicato dos Jornalistas.

[...] a minha geração é uma geração do mundo analógico, mesmo usando computador continua sendo pra mim uma máquina de escrever mais ágil [...] o mundo mudou principalmente de 3, 2 anos pra cá, com a mudança na legislação o mercado ficou infestado aí de jornalistas entre aspas, que aceitam trabalhar por qualquer pagamento, não digo nem salário, porque nem salário a maior parte recebe, vê no jornalismo a possibilidade de aparecer, esquece o princípio fundamental de que a gente não tem que aparecer, a gente tem que fazer a informação, a notícia aparecer, e está essa loucura (Nilson, 62, Grupo B, apud FÍGARO et al, 2013, p. 52).

A convergência não ocorre apenas com os materiais midiáticos, também ocorre com quem consome, é também o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação (JENKINS, 2009) e, como no caso de Nilson, quem não se molda ao mercado deixa de ser visto como opção.

Dificuldades dos projetos independentes em Macapá

O mundo da tecnologia digital tem propiciado novos meios de gerar renda com a comunicação, afinal, mais áreas estão surgindo com o avanço tecnológico e essas novas áreas necessitam de profissionais qualificados. O

jornalista que faz webjornalismo (CANAVILHAS, 2003) é essencial em qualquer redação jornalística atualmente, seja grande ou pequena. Pois, na era digital, o jornalista produz novas formas de leitura, com imagens, vídeos e áudios.

A introdução de novos elementos não-textuais permite ao leitor explorar a notícia de uma forma pessoal, mas obriga o jornalista a produzi-la segundo um guião de navegação análogo ao que é preparado para outro documento multimédia. O jornalista passa a ser um produtor de conteúdos multimédia de cariz jornalístico – webjornalista. Por sua vez, o utilizador do serviço não pode ser identificado apenas como leitor, telespectador ou ouvinte já que a webnotícia integra elementos multimédia, que exige uma “leitura” multilinear. A utilização destes recursos obedece a critérios diretamente ligados com o conteúdo informativo e com as características daqueles elementos multimédia. O que se segue são alguns exemplos da sua possível integração na webnotícia (CANAVILHAS, 2003, p. 8).

E são exatamente essas novas formas de leitura que abrem espaço para um novo perfil de jornalismo, o jornalismo que explora novas alternativas de trabalho, em que indivíduos empreendedores aproveitam as tecnologias digitais para serem bem-sucedidos em áreas que os grandes meios de comunicação falharam (COHEN, 2017).

As novas tecnologias são de extrema importância para a democracia, pois criam uma rede de comunicação preocupada com a informação, tendo em vista que o mercado comunicacional tornou-se refém do capital. Marcondes Filho (1986) aponta em *O capital da notícia* que notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais.

Essa afirmação de Marcondes Filho (1986) é refletida em jornais de diferentes alcances e tamanhos. No Estado do Amapá, a prática jornalística com viés capital e político é uma realidade. Por conta disso, a posse de emissoras de rádio e televisão por apenas um grupo familiar permanece com o passar do tempo. É o caso da família Alcolumbre – a que pertence o senador Davi Alcolumbre, que inclusive exerceu a presidência do Senado –, que é dona da TV Macapá, retransmissora do SBT. O irmão de Davi, José Samuel, é sócio da TV

Amazônia, retransmissora da Band TV. O rádio também sofre com esse monopólio, é o que aponta Melo e Giraldi Pires (2019) ao citar Giraldi Pires e Wanderley (2018):

Como muitos estados brasileiros, o Amapá possui vários veículos de comunicação nas mãos de uma só família. A família Borges detém a concessão de 17 rádios no estado. Nela podemos perceber a tríade comunicacional que permeia a história da radiodifusão no país: comunicação x família x política. Vários membros da família Borges possuem ligação partidária direta, sendo mais expressivos o ex-senador Gilvam Borges, o atual deputado Federal Cabuçu Borges e o ex-prefeito de Mazagão, Dilson Borges (GIRALDI PIRES; WANDERLEY, 2018, p. 84-85).

Os grupos jornalísticos independentes têm liberdade para abordar pautas que a mídia tradicional normalmente não abordaria. Ao redor do Brasil é possível encontrar projetos independentes com boa visibilidade, como a agência de jornalismo Alma Preta, que é especializada na temática racial e, atualmente, conta com 374 mil seguidores no *Instagram* e 88 mil seguidores no *Twitter*.

Outros meios de compartilhamento, plataformas digitais e a produção de conteúdo realizado por jornalistas independentes são importantes para a discussão democrática das informações, além de diminuir a necessidade do consumo de notícias apenas através da grande mídia.

A falta de recursos é um impasse que dificulta a manutenção dos projetos praticados de forma independente. Ramos (2015) ressalta que cabe à sociedade civil, empresas, fundações e até incentivos provenientes de políticas públicas apoiarem, colaborarem e fortalecerem estas iniciativas. Só assim esses arranjadores conseguirão exercer a profissão em espaços alternativos, longe das corporações midiáticas, que sempre monopolizaram as receitas e as informações disponibilizadas nos meios de comunicação no país.

No Amapá, as iniciativas digitais independentes têm tempo curto de sobrevivência, por uma série de fatores. Em *Novos Arranjos Econômicos de Comunicação na Região Norte: Um Olhar Sobre o Trabalho em Macapá*, Melo Castro e Giraldi Pires (2019) realizaram um levantamento sobre alguns projetos

embrionários da área de comunicação na cidade de Macapá, sendo eles: Amapá no Mapa, Espia, Teia Ativista, Vírgula Dobrada Network, 19h da Manhã, Bem Tucuju. Contudo, com pouco ou nenhum incentivo financeiro, esses projetos perderam força e alguns, como o podcast 19h da Manhã e o blog Espia, deixaram de existir.

TABELA 2: Arranjos alternativos em Macapá (2018 a 2020)

Nome	Site/ Redes	Início das Atividades	Responsáveis
Espia!	https://espiablog.blogspot.com/	2016	Camila Karina; Graduada em Jornalismo e Assessora de imprensa.
Amapá no Mapa (encerrou as atividades)	https://www.instagram.com/amapanomapa/	2018	Beatriz Belo; Estudante de Jornalismo. Lorran Belo; Graduado em Administração.
Vírgula Dobrada	http://virguladobrada.com.br/	2018	Diego Martins; Estudante de Teatro.
19 h da Manhã	http://virguladobrada.com.br/podcast/19hdm/	2018	Karina Pacheco; Estudante de jornalismo.
Bem Tucuju	https://www.bemtucuju.com.br/	2018	Marcelle Nunes; Jornalista.
Teia Ativista	https://www.instagram.com/teiativista/	2019	Irlan Paixão; Estudante de Teatro.
Aeka	https://www.aeka.info/	2019	Dyepeson Martins e Abinoan Santiago; Jornalistas e Pós-Graduandos em Comunicação.
Catraia digital	https://www.catraiadigital.com.br/	2020	Gabriel Dias; Assessor de Comunicação e estudante de Jornalismo.

Fonte: Elaborada pelos autores com base nos dados coletados no levantamento, 2018-2021.

Essa realidade é reflexo do fraco mercado de comunicação existente no Estado do Amapá. Tem a ver com outros aspectos necessários para a realização de um trabalho com total dedicação voltada a ele. Equipamentos como microfone, computador, celular e internet têm custos, logo, o realizador do projeto necessita angariar fundos. De acordo com a pesquisa realizada por Melo

Castro e Giraldi Pires (2019), 88,9% dos integrantes dos projetos exerciam outras atividades remuneradas e 77,8% das produções eram mantidas com recursos próprios, ou seja, um trabalho que demanda tempo e não possui retorno financeiro, pelo contrário, apenas gastos.

Segundo o levantamento dessa mesma pesquisa, 66,7% dos arranjadores são jovens, com faixa etária entre 21 e 26 anos. Em sua maioria, são comunicadores (jornalistas, publicitários, designers ou profissionais de relações públicas) que concluíram o ensino superior há pouco tempo ou estão concluindo. Desse total, 61,1% cursaram ou estão na faculdade de Comunicação Social, outros 38,9% cursaram outras graduações. Outro aspecto a destacar é o fato de 94,4% dos entrevistados considerarem-se inovadores.

Em relação ao tipo de atividade, 84,4% dos arranjadores consideram o seu trabalho alternativo e independente, o restante (16,7%) declaram-se independentes. A grande maioria, 88,9%, realiza outras atividades remuneradas para o sustento próprio. Nenhuma das produções recebe ajuda de patrocinadores/projetos do poder público, já que 77,6% desses profissionais utilizam recursos próprios e 22,2% contam com financiamento coletivo, por meio de vaquinha virtual - *crowdfunding*.

Caminhos percorridos ao longo do estudo

A pesquisa realizada por Melo Castro e Giraldi Pires (2019), como já citado anteriormente, trouxe levantamento de seis arranjos embrionários. No estudo, foram utilizados o método exploratório, de coleta de dados, entrevista e mapeamento referenciados em Gil (2008), como também a revisão dos estudos de Gerhardt e Silveira (2009) para a revisão bibliográfica e análise qualitativa. Na tentativa de compreender o perfil dos arranjadores, o trabalho de Melo Castro e Giraldi Pires (2019) apresentou mapeamento de características desses trabalhadores, como idade, profissão, escolaridade, além do olhar deles sobre se enquadrar como inovadores, como consideram as suas produções de conteúdo, se possuem um emprego formal e de que forma as produções são financiadas.

Para compreender a influência das tecnologias digitais sobre a atividade de comunicação e como o avanço tecnológico colabora para que novos arranjos de trabalho surjam, o diálogo com os trabalhadores/entrevistas foi de suma importância para o caminho inicial das reflexões da pesquisa.

O levantamento bibliográfico nas áreas de comunicação, tecnologia e trabalho permitiu a melhor compreensão sobre os acontecimentos que influenciam as mudanças mercadológicas enfrentadas pelo mundo do trabalho, especialmente no que se refere à comunicação.

Apesar das dificuldades financeiras vividas por esses perfis independentes, a permanência desses arranjos contribui para a produção de um jornalismo alternativo. A proposta é transpor as condições impostas pelo mercado e atuar como fator essencial para a construção crítica do jornalismo. Além de pesquisas expostas em livros e artigos, para responder às questões apontadas pela pesquisa, os sites de cunho jornalístico e apuração de dados colaboraram para a resolução dos apontamentos. Autores de comunicação como Pinto (2015), Grohmann (2016), Giraldi e Wanderley (2018) e Marcondes Filho (1989), autores do mundo do trabalho como Antunes (2009) e autores de tecnologia e mídia como Jenkins (2009).

A primeira etapa da pesquisa foi iniciada em 2018 com: 1) revisão bibliográfica, 2) coleta de dados de todos os envolvidos nos arranjos, 3) mapeamento dos arranjos alternativos, 4) entrevistas com os criadores e colaboradores dos projetos e 5) estruturação dos resultados a partir de todo o levantamento de dados por meio de entrevistas, utilização de produções científicas, mapeamento e análise qualitativa. Em 2019, a pesquisa seguiu com o estudo das rotinas produtivas, relações de comunicação e produções relacionadas ao mundo do trabalho dos jornalistas alternativos no Amapá.

Em 2020, essa atividade é executada a partir da óptica da pandemia da Covid-19, quando houve a necessidade da transformação no cenário de trabalho para a adequação da produção com a adoção do distanciamento social. Já neste ano, a terceira fase do estudo segue por duas vertentes. A primeira trata-se do levantamento de acontecimentos históricos, de conteúdo técnico-

científico relacionados com o mundo do trabalho e suas ramificações. A segunda vertente da pesquisa ocorre com o levantamento bibliográfico, estudo, coleta de dados com aplicação de questionários e mapeamento de iniciativas dos arranjadores digitais, criadas a partir da crise socioeconômica vivida no Estado e no contexto da pandemia da Covid-19.

Esta última vertente não está relacionada apenas aos arranjos alternativos de jornalismo, pois estuda amplamente os processos de comunicação, relações de comunicação, rotinas produtivas e organização dos trabalhadores de diversas áreas, como alimentícia, vestuário, aparelhos eletrônicos e de eventos, com o foco de suas atividades em redes sociais, sites e outras plataformas digitais. O olhar agora está em compreender as atividades exercidas pelos arranjadores digitais nas tecnologias de plataformas diante da crise do emprego.

Resultados da pesquisa: apontamentos

É evidente que a internet proporciona novas formas de produção e difusão de conteúdos informacionais. Com isso, é possível observar que esse ecossistema criado pela internet traz inúmeras questões para o debate do trabalho do jornalismo no Amapá, como a indagação da atividade independente ser uma alternativa confiável, se as redações deixarão de existir ou se os arranjos independentes poderão ser autossuficientes num futuro breve. As abordagens da comunicação alternativa tornam-se necessárias e urgentes, principalmente para o favorecimento das comunidades longínquas situadas na área de *desertos de notícias* na região norte da Amazônia.

Como evidenciado na análise, todos os municípios amapaenses, exceto a capital, encontram-se em *deserto de notícias*. Com essa necessidade de comunicar a população, os veículos alternativos surgem para romper esse silêncio informativo. Porém, vale ressaltar que mesmo tendo um espaço de atuação pelo status de desertos de notícia vivido no Amapá, também existe a presença maciça de políticos em meios já consolidados, ameaçando ou intimidando essa produção alternativa e independente.

Por meio do levantamento dos arranjos locais, é possível observar a atuação dos jovens na busca de novas formas de comunicação e trabalho no jornalismo amapaense. Esse mercado local precarizado e sem perspectivas abre debates para a importância de transformar esse cenário, sendo também um compromisso da universidade. A produção alternativa surge como uma fuga a essas práticas mercadológicas, que ocupam e automatizam, cada vez mais, as decisões humanas. Os jovens são a esperança de um novo cenário da comunicação, com voz profética, livre, democrática e diversa.

Além disso, são esses mesmos arranjos identificados no Amapá que garantem novos espaços, a partir da necessidade de contribuir e transformar com informação, ética e responsabilidade os locais onde vivem. Por isso, percebe-se que, no levantamento realizado por Melo Castro e Giraldi Pires (2019), mesmo os 88,9% dos entrevistados realizando outras atividades remuneradas para o sustento próprio, ainda há o desejo da busca por exercer uma atividade de comunicação criativa, profissional e democrática, que emerge pelas plataformas e redes sociais.

Diante de tantas incertezas e pouca preparação acadêmica para esses novos nichos de trabalho, é possível notar o compromisso com a comunicação crítica. Por isso, compreender as transformações que alcançam o jornalismo, desde a primeira produção jornalística no Amapá, possibilita espaços para novos diálogos, enfrentamentos e debates sobre as problemáticas de atuação, identidade, prática e mercado de trabalho na região amazônica – muitas vezes idealizada e esquecida pelo restante do Brasil. O potencial desses arranjadores acentua a resistência e luta contra um trabalho precarizado representado por uma escravidão moderna e tecnológica, com interesses voltados ao faturamento de mercado. Porém, não se pode esquecer que a vida digna vem antes do trabalho.

Dessa forma, é notório o desejo dessa geração de jovens amapaenses em construir ambientes mais democráticos na sociedade. Um exemplo é a cobertura da pandemia da Covid-19, realizada pelo Catraia Digital, diante da crise sanitária vivida pelo Estado. Mesmo com o distanciamento social e a adaptação

às redações virtuais, a equipe jovem e motivada seguiu com as produções, coberturas e publicações. E, com uma melhor apoio pelos governantes, muitas pautas poderiam ser representadas a partir da atuação desses arranjos alternativos, que alcançam diferentes grupos, muitas vezes esquecidos e ignorados pelos meios tradicionais, nas mãos de políticos.

Como pontuam Melo Castro e Giraldo Pires (2019),

[...] esses novos arranjos e iniciativas de comunicação promissoras expostas aqui, pretendem estabelecer relações de trabalho mais horizontais, unilaterais, dispensando hierarquias depreciativas, destacando a ética no exercício dos trabalhos, pensando coletivamente e abolindo modelos competitivos do trabalho em equipe. Ainda caminham para um modelo mais sólido de produção, mas já anunciam sua missão: escrever novos caminhos para a atividade de comunicação em Macapá, mesmo que tal feito seja realizado voluntariamente, mas potencializado pela paixão dos que se propõem inovar (p.14).

Com esperança, os jovens recém-formados conseguem propor à sua comunidade local novas discussões, condutas éticas e empoderamento das informações a grupos excluídos ou não mencionados nos veículos tradicionais. O desejo de contribuir com práticas assertivas conduz os jovens arranjadores digitais por caminhos democráticos, trabalhando com responsabilidade, dando a voz a minorias excluídas e mobilizando pessoas para a reivindicação de direitos, por um país de oportunidades.

CONSIDERAÇÕES

O mundo do trabalho tem sofrido constantes modificações ao longo da história, tendo o avanço tecnológico como um dos principais fatores de mudanças. Acompanhado por processos, como a transição da produção fordista para taylorista, o trabalho na sociedade contemporânea vem sofrendo com a perda de direitos, a exemplo do mercado de jornalismo, em constante crise e desvalorização do profissional.

Diante das dificuldades enfrentadas em tempos de crise econômica, desemprego, baixos salários e baixo poder de compra, a sociedade procura

novos arranjos para superar as condições adversas. Com o avanço dos aparelhos eletrônicos, a atividade empreendedora passou por novas modificações e as mídias sociais, que foram criadas para o compartilhamento e conexões, tornaram-se um forte meio para a promoção de produtos e serviços.

A atividade jornalística possui relação direta com as mudanças tecnológicas, já que a produção midiática está em contato direto com a convergência. Nesse sentido, o trabalho do jornalista também tem passado por modificações, a escrita para a web tornou-se característica essencial dos novos comunicadores.

O jornalista do século XXI trabalha ocupando diversas funções, como nas atividades de redações ou *freelancer*. É importante ressaltar que esse jornalista autônomo ou nas empresas realiza multitarefas como escrever, fotografar, editar e filmar, tornando a atuação jornalística cada vez mais precária e desvalorizada.

No Amapá, o perfil dos jornalistas em arranjos é, obrigatoriamente, o de um jornalista empreendedor que busca sobreviver. A falácia do empreendedorismo é reflexo de uma política mascarada e descomprometida com os direitos dos trabalhadores, como a seguridade social. Essa prática governista de programas de incentivo ao empreendedor é impulsionada pela lógica neoliberal e pelas transformações tecnológicas.

Contudo, além do ponto de vista de empreendedor, é necessário ressaltar que os novos arranjos de comunicação abrem oportunidade para que conteúdos com compromisso social e não mercadológicos estejam em pauta, sem depender da grande mídia. A mídia independente consegue expor ocasiões que são pouco abordadas nos grandes canais televisivos, como a recente situação de apagão vivida pelo povo amapaense em todo o Amapá, fato pouco discutido na mídia nacional e internacional.

Mesmo com boas ideias surgindo, a falta de apoio financeiro afeta diretamente esses projetos e, em alguns casos, os arranjadores encerram os trabalhos. É a situação vivida pelo arranjo Amapá no Mapa, atualmente com atividades paralisadas. Portanto, um real exemplo do forçado

empreendedorismo falacioso propagado pelo governo local, em tempos sombrios de desemprego, crises e ausências de políticas públicas do trabalho digno para todos. Por isso, a comunicação e trabalho continuam sendo caminhos necessários para o exercício da cidadania e democracia, diante das incertezas vividas e ataques à dignidade humana praticados pelos governos tiranos.

REFERÊNCIAS

ALVES, Giovanni Antonio Pinto. Terceirização e capitalismo no Brasil: um par perfeito. **Revista do Tribunal Superior do Trabalho**, v. 80, n. 3, p. 90-105, 2014. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/115098>>. Acesso em: 03 jun. 2021.

ASSIS, Francisco de. **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a negação e afirmação do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 2009.

BERTOLINI, Jeferson. Jornalista multimídia e multitarefa: o perfil contemporâneo do trabalho precário no jornalismo. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, Santa Maria, v. 16, n. 31, 2017. ISSN: 2175-4977. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/17827/pdf>. Acesso em: 07 jun. 2021.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. In: **I Congresso Ibérico de Comunicação**. Covilhã, UBI, 1999.

CRUZ, Reginaldo Euzébio. **Empresário sem empresa: trabalho desregulamentado, pejetização e uberização. A precarização do trabalho dos jornalistas na era digital**. 2019. 1 recurso online (157 p.). Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia, Campinas, SP.

CUNHA, Raimundo. Panorama do Rádio em Macapá. In: PRATA, Nair (org). **Panorama do Rádio no Brasil**. v. 1. Florianópolis: Insular, 2011.

FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. As mudanças no mundo do trabalho do jornalista. In: FIGARO, Roseli. **Perfis e discursos de jornalistas no mundo do trabalho**. São Paulo: Salta, 2013.

FILHO, Ciro Marcondes. **O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Atica, 1986.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas S/A, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas da pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIRALDI PIRES, Paulo Vitor; WANDERLEY, Patrícia Teixeira Azevedo. O rádio na Amazônia amapaense: a migração para FM. (pp. 83-92) In: **Migração do rádio AM para FM - Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica**. Nair Prata e Nélia R. Del Bianco (orgs.). Florianópolis: Insular, 2018.

GROHMANN, Rafael. O trabalho do jornalista a partir dos processos comunicacionais e produtivos: dimensões teóricas em cenário de flexibilização e tensionamento identitários. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 13 , n. 1, p. 06-18, 25 nov. 2016. ISSN: 1984-6924. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n1p6>. Acesso em: 07 jun. 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KAMPF, Cristiane. A geração Z e o papel das tecnologias digitais na construção do pensamento. **ComCiência**, Campinas, n. 131, 2011 . Disponível em <http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542011000700004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 07 jun. 2021.

MELO CASTRO, Beatriz.; GIRALDI PIRES, Paulo Vitor. Novos Arranjos Econômicos de Comunicação na Região Norte: Um Olhar Sobre o Trabalho em Macapá. In: **Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2019. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0517-1.pdf> Acesso em: 23 maio 2021.

MINAYO, Maria Cecília. **O desafio do conhecimento científico: pesquisa qualitativa em saúde**. 2 ed. São Paulo: Hucitec-Abrasco, 1994.

MORGAN, Robert. Teleworking: an assessment of the benefits and challenges. **Emerald Publishing Limited**, United Kingdom, v. 16, n. 4, p. 344-357, 1 ago. 2004. ISSN: 0955-534X. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/0955-534X/vol/16/iss/4>. Acesso em: 2 jun. 2021.

MUNARO, Luis Francisco. Aspectos da imprensa e da modernidade amazônicas: um estudo do centro às periferias. **TROPOS: Comunicação, Sociedade e Cultura** (ISSN: 2358-212X), [S. l.], v. 1, n. 2, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/26>. Acesso em: 22 jun. 2021.

OLIVEIRA, Michelle; GROHMANN, Rafael. O jornalista empreendedor: uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização, do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo empresarial. **Libero**, São Paulo, v. 18, n. 35, p. 123-132, jan./jun. 2015. ISSN: 1517-3283. Disponível em: <http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/issue/view/3>. Acesso em: 2 jun. 2021.

ORBIT DATA SCIENCE. **O Home office nos comentários dos brasileiros**. Out. 2020. Disponível em: <https://www.orbitdatascience.com/estudo-home-office>. Acesso em: 2 jun. 2021.

Funcionários do twitter poderão trabalhar de casa permanentemente. **TECMUNDO**, 2020. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/153067-funcionarios-twitter-trabalhar-casa-permanentemente.htm>. Acesso em: 30 maio 2021.

PINTO, Pâmela Araujo. **Mídia regional brasileira: características dos subsistemas midiáticos das regiões Norte e Sul**. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2015.

PROJOR (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). **Atlas da Notícia** [on-line]. São Paulo: 2020. Disponível em <https://www.atlas.jor.br/plataforma/consulta/>. Acesso em: 20 maio 2021.

RAMOS, Daniela Osvald. Iniciativas de Jornalismo Independente no Brasil e Argentina. **Revista Extraprensa**, [s.d.], v. 9, n. 1, p. 114-123, 2015. DOI: 10.11606/extraprensa2015.104463. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/epx17-a09>. Acesso em: 24 jun. 2021.

RODRIGUES, Edgar. As comunicações sociais no Amapá. 2009. Disponível em: https://www.achetudoeregiao.com.br/ap/macapa/As_comunicacoes_sociais.htm Acesso em: 13 maio 2021.

COHEN, Nicole. Jornalismo Empreendedor e o estado precário do trabalho midiático. **Parágrafo**, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 129-145, jun. 2017. ISSN 2317-4919. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/568> >. Acesso em: 06 jun. 2021.

SANTOS, Abinoan Santiago dos. **A formação da imprensa da Amazônia: o primeiro século do jornalismo do Amapá (1890-1990)**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2019.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 10, n. 22, p.23-32, 12 abr. 2008. ISSN: 1980-3729. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2003.22.3229>. Acesso em: 6 jun. 2021.

SILVA, Edna Lúcia da; CUNHA, Miriam Vieira da. A formação profissional no século XXI: desafios e dilemas. **Ciência da informação**, Brasília, v. 31, n. 3, p. 77-82, set./dez. 2002. ISSN: 1518-8353. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/950/>. Acesso em: 4 jun. 2021.

SCHMIDT, Eric; COHEN, Jared. **A nova era digital: reformulando o futuro das pessoas, das nações e da economia**. Rio de Janeiro: Dom Quixote, 2013.

SPENTHOF, Edson. O diploma de jornalismo em questão. Faculdade de Informação e Comunicação. 2009. Disponível em: <https://fic.ufg.br/n/8168-o-diploma-de-jornalismo-em-questao>. Acesso em: 5 jun. 2021.

Sobre os Autores

Anézia Maria Brito Lima

Discente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/ CNPq/ UNIFAP) [2019 - 2020]. Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (PIBITI/ CNPq/ UNIFAP) [2020-2021]. Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação, Mercado e Tecnologias (COMERTEC/ CNPq). Interesse nas áreas de pesquisas: Comunicação e Trabalho; Relações de Comunicação dos Jornalistas; Comunicação Independente e Alternativa; Empreendedorismo Digital nas profissões; Desenvolvimento de Startups; Organização do Trabalho em Iniciativas Digitais; Mídia e Cultura. anezialima55@gmail.com

Beatriz Melo Castro

Discente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica [2018 - 2019]. abe.atrizmcastro@gmail.com

Paulo Vitor Giraldi Pires

Professor Permanente do Mestrado em Desenvolvimento Regional (PPGMDR/UNIFAP). Jornalista e Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB/PPGCOM) [2019]. Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP) [2013]. Graduação: Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo - Universidade do Sagrado Coração [2010]. Atual coordenador do GP da INTERCOM - América Latina, Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais. É Professor Adjunto da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), onde atua no curso de graduação em Jornalismo, na Pós-Graduação e, também, Diretor da TV e Rádio Universitária. É coordenador de duas pesquisas científicas na área de Tecnologia e Comunicação, com fomento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - (CNPq), Projetos - Desenvolvimento de Startups na Amazônia Amapaense: empreendedorismo digital nas profissões e Startups na Amazônia Amapaense: novos arranjos econômicos alternativos. paulogiraldi2@gmail.com

Thiago Felipe Nunes de Freitas

Aluno do 8º semestre Jornalismo na Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). Participou do projeto de pesquisa Startups na Amazônia Amapaense: empreendedorismo digital nas profissões (PIBIC/CNPq), coordenado pelo Prof. Dr. Paulo Giraldi. Membro organizador do I Congresso Internacional COMERTEC e IV COMERTEC Jr. Possui experiência profissional no mercado de comunicação amapaense nas áreas de assessoria, redação e marketing. thiagofelipeeng96@gmail.com

editora
da UNIVERSIDADE
FEDERAL DO AMAPÁ





O desenvolvimento é fruto das possibilidades, oportunidades e investimentos em Políticas Públicas e na Ciência. Nada acontece do dia para a noite: o conhecimento é o grande aliado do progresso de qualquer país democrático. O desenvolver exige envolver-se! O tempo é o segredo das grandes invenções, ideias, inovações e crescimento – seja ele humano, social, econômico ou estrutural. Esse livro é resultado de quatro anos de reflexões e estudos vinculados ao Departamento de Pesquisa (DPq) e Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), com participação de bolsistas do Programa de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq).
