Perfil institucional

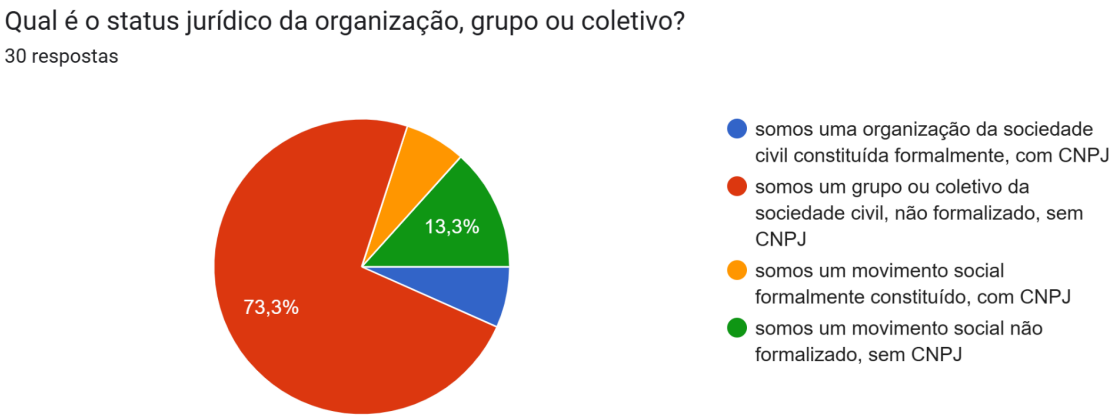
Um dos objetivos desta pesquisa era entender como os grupos e coletivos que hoje produzem mídia independente no estado de Pernambuco se organizam institucionalmente. Esta resposta nos ajuda a visualizar não apenas o perfil dessas organizações, mas principalmente as dificuldades enfrentadas para execução de suas atividades.

Hoje, ao analisarmos as diferentes configurações formais de grupos ou coletivos da sociedade civil, de organizações ou de movimentos sociais, nos deparamos com uma diversidade no que se refere à formalização, ou seja, a ter um CNPJ ou não. Mas ser formalizado vai muito além de ter um CNPJ. Ser formalizado ou não, impacta diretamente no acesso a recursos financeiros, no cumprimento de exigências jurídicas, nas parcerias e redes estabelecidas, na sustentabilidade do grupo, entre outros pontos. Assim, realizamos a seguinte pergunta para os grupos e coletivos pesquisados: "Qual o status jurídico da organização, grupo ou coletivo?".

O Gráfico 2 nos ajuda a visualizar que a grande maioria do nosso universo de pesquisa (73,3%) é formado por grupos e coletivos da sociedade civil não formalizados, ou seja, sem CNPJ. Estamos falando de grupos e coletivos de pequeno porte, que diante da sua não formalização enfrentam algumas dificuldades e desafios como o acesso a recursos, limitação para participar de editais e espaços de Controle Social, a exemplo de conselhos participativos.

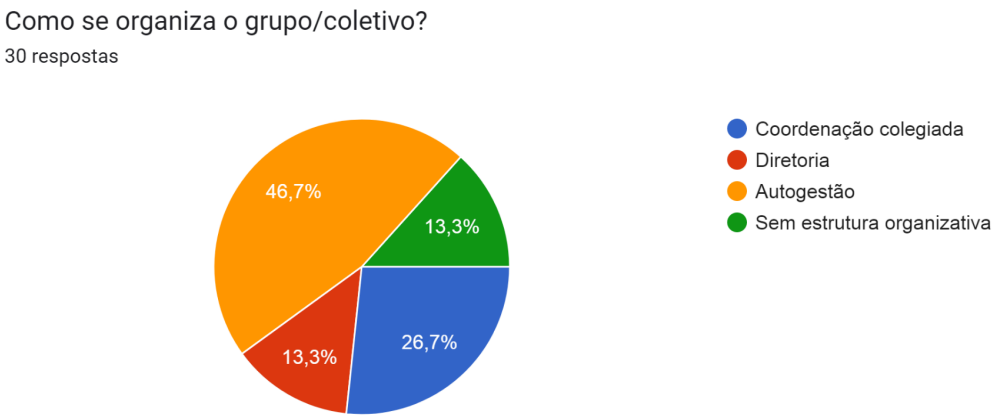
Porém, este processo de formalização exige um amadurecimento institucional que a maioria dos grupos e coletivos não possuem, seja por falta de estrutura, sustentabilidade financeira para garantir a execução das atividades, mas principalmente por falta de suporte profissional para conduzir a este processo.

Gráfico 2 - Status jurídico dos Grupos e Coletivos



No que se refere à forma com que estes grupos e coletivos se organizam, a maioria afirma se gerir de forma autogestionada. O modelo de gestão utilizado pela maioria dos participantes do mapa da mídia independente de Pernambuco aponta possíveis desafios no que se refere ao amadurecimento institucional desses grupos e coletivos. Compreendemos que este modelo prioriza a democracia interna e a tomada de decisões de forma coletiva, mas ao mesmo tempo este modelo pode limitar a atuação e crescimento dos grupos e coletivos por na maioria das vezes não haver uma estrutura organizativa delimitada.

Gráfico 3 - Modelo organizativo dos grupos e coletivos



Ainda na busca de traçar um perfil institucional foi perguntado qual a formação das pessoas responsáveis pelos grupos e coletivos estudados. Como bem demonstra o Quadro 1, as respostas foram as mais diversas possíveis, mas é possível identificar que a grande maioria além de ter ensino superior completo ou estar cursando o ensino superior, se concentravam em áreas de ciências humanas e sociais e da comunicação. Sobre este aspecto destacamos que 30% dos respondentes afirmou possuir um profissional do jornalismo entre as pessoas responsáveis pelo grupo ou coletivo. Embora em menor quantidade, foi possível identificar seis grupos que registraram que as suas lideranças possuíam ensino médio e apenas um registrou ter uma liderança com ensino fundamental.

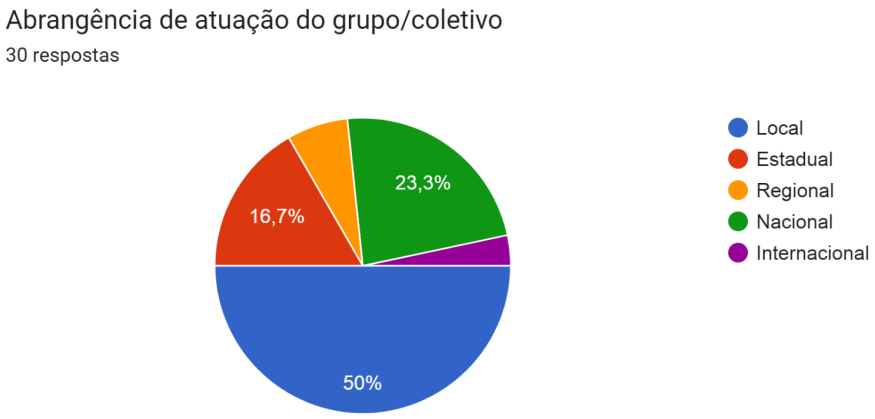
Quadro 1 - Lista de áreas de formação/atuação dos responsáveis pelos grupos e coletivos do mapa da mídia independente

Áreas de formação/atuação das pessoas responsáveis pelos grupos e coletivos
1. Jornalismo; 2. Fotografia; 3. Logística 4. Música; 5. Rádio e TV; 6. Logística; 7. Psicologia; 8. Ciências sociais; 9. Agroecologia; 10. Educação popular; 11. Serviço social; 12. Medicina veterinária; 13. Nutrição 14. Arquitetura e urbanismo; 15. Técnico em Informática; 16. Administração; 17. Biologia; 18. Enfermagem; 19. Direito; 20. Arteterapia; 21. Educação física; 22. Design; 23. Ilustração; 24. Artes; 25. Comunicação social; 26. Pedagogia; 27. Contabilidade; 28. Trabalho doméstico.

No que se refere à abrangência de atuação dos grupos e coletivos participantes da pesquisa, observa-se uma predominância no nível de atuação local. 50% deles afirmou que sua atuação se dá à nível local, ou seja, estamos falando de grupos e coletivos com atuações que se concentram em seus territórios, em sua grande maioria, periféricos. Este dado, combinado com os resultados anteriores, nos sinalizam que as produções de mídia independente do estado de Pernambuco são produzidas por pequenos grupos, com frágeis

estruturas organizacionais e localizados em territórios periféricos. Seguido dos grupos de atuação local estão os que já possuem incidência nacional, representando 23,3% dos grupos e coletivos pesquisados. Ao olharmos para estes grupos e coletivos com atuação nacional foi possível identificar que quase metade deles possuem um maior amadurecimento organizacional se comparado a grande maioria dos grupos e coletivos analizados. Assim, cabe o destaque a dos 9 grupos e coletivos com incidência nacional, 44,44% são formalizados, ou seja, possuem CNPJ. Além disso, 44,4% atuam através de coordenações colegiadas, o que demonstra uma estrutura organizativa dividida por áreas centrais para o funcionamento do grupo e/ou coletivo.

Gráfico 4 - Abrangência de atuação dos grupos e coletivo

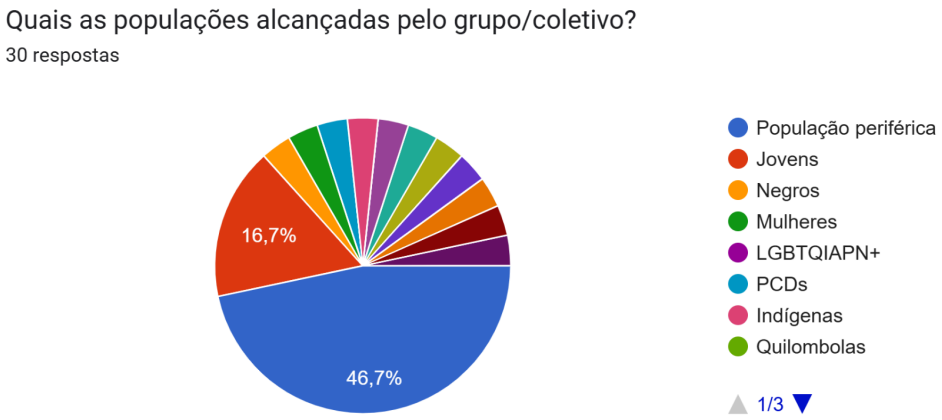


No que se refere ao território de atuação destes grupos e coletivos, cabe o destaque de que embora em Pernambuco tenhamos produções midiáticas independentes nas quatro regiões do estado, há uma maior concentração na Região Metropolitana do Recife. Dos grupos e coletivos que participaram desta pesquisa, 73.33% informaram ter como território de atuação, municípios, bairros e comunidades da Região Metropolitana do Recife.

Gráfico 5 - Área de atuação

No que se refere a área de atuação, a análise das respostas dadas pelos grupos e coletivos confirma a predominância em grupos e coletivos que possuem como foco principal comunicar a realidade vivenciada por sujeitos periféricos. Assim, as respostas obtidas apontam 3 principais áreas/temáticas de atuação, são elas: jornalismo (30%), comunicação popular (20%) e juventudes (10%). Estas respostas revelam que os conteúdos de mídia independente de Pernambuco são produzidos por uma juventude que utiliza da comunicação popular para trazer temas de realidades silenciadas por meios hegemônicos de comunicação.

Gráfico 6 - Populações alcançadas



No que se refere ao público alcançado pelas produções midiáticas dos grupos e coletivos estudados, destaca-se que 46,7% afirmou que seu público principal são pessoas periféricas. Esse dado revela o caráter contra-hegemônico e periférico destas produções pois falar de mídias independentes é exatamente falar de discursos que se contrapõem a discursos das classe dominantes, com perspectivas que não consideram a pluralidade de classe, racial, étnica e de gênero de nossa sociedade. Assim, falar em mídias independentes significa dizer que temos produções pensadas, executadas e protagonizadas por aqueles que historicamente estiveram à margem: população periférica, negra e pobre.

Além disso, destaca-se que seguido da população periférica, outros públicos que se interseccionam também são destaques dos grupos alcançados por estas produções, a exemplo de jovens, população negra, mulheres, LGBTQIAPN+, PCDs, indígenas, quilombolas, ribeirinhos, outros povos tradicionais, entre outros sujeitos que passam por processos históricos de exclusão.