

Identidade regional no jornalismo independente: o caso do Nordeste no Instagram

*Regional identity in independent journalism:
the case of the northeast on Instagram*

Marcelli Alves da Silva¹

Universidade Federal do Maranhão (UFMA) – Imperatriz/MA
marcelli.alves@ufma.br

 <https://orcid.org/0000-0002-8014-3946>

Wyldiany Oliveira dos Santos²

Universidade Federal do Maranhão (UFMA) – Imperatriz/MA
Universidade Federal Fluminense (UFF) – Niterói/RJ
wyldianyoliveira@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0001-7832-4783>

RESUMO: Este estudo analisa as características regionais presentes em iniciativas de jornalismo independente no Nordeste a partir de publicações no Instagram. A pesquisa investiga como essas iniciativas expressam a identidade cultural, territorial e jornalística da região. O mapeamento baseou-se nos levantamentos da Cajueira (2023) e da Agência Pública (2016), utilizando a cartografia social como abordagem metodológica. Foram identificadas mais de 100 iniciativas, cujas produções evidenciam forte vínculo com os territórios e com as comunidades locais, ressaltando a relevância dos marcadores regionais no fortalecimento da mídia independente nordestina.

Palavras-chave: *Instagram*. Jornalismo Independente. Mapeamento. Nordeste. Redes sociais.

ABSTRACT: This study examines regional characteristics in independent journalism initiatives in Brazil's Northeast through Instagram publications. It investigates how these initiatives express cultural, territorial, and journalistic identities. The mapping was based on surveys by Cajueira (2023) and Agência Pública (2016), using social cartography as the methodological approach. More than 100 initiatives were identified, whose content shows strong connections to local territories and communities, highlighting the importance of regional markers in strengthening independent media in the region.

¹ Doutora em Comunicação pela UnB, mestre em Gestão de Agronegócio pela Uniderp, graduada em Jornalismo pela UFMA. Professora associada do curso de Jornalismo da UFMA e professora permanente do mestrado em Comunicação (PPGCOM) pela mesma instituição.

² Mestre em Comunicação pela UFMA, doutoranda em comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e graduada em Jornalismo pela UFMA.

Keywords: Independent Journalism. Instagram. Mapping. Northeast. Social media.

Recebido em: 20/04/2026

Aprovado em: 29/08/2026

INTRODUÇÃO

No Nordeste, o jornalismo independente fortalece o ecossistema midiático com produções autônomas que priorizam a pluralidade de vozes. Iniciativas como o Mapa Cajueira, focado na região, e a Agência Pública (Atlas da Notícia) desempenham papel crucial ao catalogar esses veículos e expor desertos de notícias. Juntas, essas plataformas evidenciam a descentralização da informação e a relevância dos territórios jornalísticos brasileiros.

Além da relevância editorial dessas iniciativas, destaca-se também sua presença estratégica nas redes sociais, especialmente no Instagram. Diante dessa realidade, a questão que norteia esta pesquisa é: Quais elementos regionais podem ser identificados em perfis do *Instagram* de iniciativas de jornalismo independente nordestinas? Esse questionamento busca analisar o que há de regional nos *posts* de iniciativas de jornalismo independente nordestinas.

O caminho metodológico desta pesquisa é o mapeamento voltado à cartografia social. O presente trabalho tem como principais bases de dados os levantamentos realizados pelo Mapa do Jornalismo Independente da Agência Pública (2016) e o Mapa Cajueira³ (2023), um levantamento de iniciativas de Jornalismo Independente no Nordeste que foi publicado pela curadoria Cajueira. Ou seja, uma abordagem qualitativa e descritiva, a fim de observar de que maneira o jornalismo independente nordestino tem operado não apenas como

³O Mapa Cajueira está disponível no link: <https://www.mapacajueira.com/> e é uma produção da curadoria Cajueira, assim como o Cajuzap (áudio compartilhado pelo *WhatsApp*, semelhante a um *Podcast*) e a *Newsletter* Cajueira encaminhada por *e-mail*.

canal de informação, mas também como instrumento de afirmação cultural e resistência simbólica.

O *corpus* de análise compreende *posts* e legendas do *feed* de nove perfis informativos do *Instagram* publicados durante o mês de junho de 2023. No geral, foram reunidos 353 *posts*. Para este estudo, optamos por observar apenas o *Instagram* das iniciativas de jornalismo independente, a fim de contribuir com a pesquisa acadêmica sobre essa plataforma, principalmente acerca de perfis do Nordeste.

Diante disso, esta pesquisa se justifica por se tratar de um estudo na área da comunicação ligada diretamente às questões que envolvem o jornalismo no ambiente digital, a fim de contribuir com a pesquisa regional e disseminar pesquisas acadêmica para além dos centros Sul/Sudeste.

1. AS REDES SOCIAIS E AS INTERAÇÕES NA INTERNET EM DIÁLOGO COM O JORNALISMO

O *Instagram* é uma mídia social, tendo em vista seus mecanismos de individualização que personalizam e expõem publicamente sua rede de atores, apropriando-se das ferramentas e dando sentido à ação no itinerário da interação digital. (Assis, 2021; Silva, 2023; Ramos *et al.* 2017). Nesse cenário, observa-se o crescimento da circulação de desinformação e *Fake News*, fenômenos potencializados pelo compartilhamento rápido nas plataformas digitais. Por isso, iniciativas de checagem de fatos (*fact-checking*) desempenham um papel importante na verificação e contextualização das informações, contribuindo para a confiabilidade do ecossistema informacional (Da Silva; Medeiros; Ceretta, 2021).

Portanto, observamos também nas diversas discussões que “os dispositivos móveis e *smartphones* trazem mais ubiquidade às plataformas e novas formas de interação”, ou seja, as redes sociais mediadas pelas ferramentas e aparatos tecnológicos ampliam a capacidade de estar em qualquer lugar e registrar por meio de seus atores sociais e conexões as diversas possibilidades de conduzir a informação (Alves, 2015).

1.1 O jornalismo independente

O jornalismo independente é caracterizado pela autonomia editorial e financeira, que possibilita a produção de conteúdos voltados para temáticas frequentemente marginalizadas pela grande mídia. Essa forma de jornalismo fortalece a diversidade de vozes e valoriza o protagonismo de comunidades locais, promovendo narrativas plurais e o debate democrático (Rodrigues, 2021). Essa autonomia permite que essas iniciativas articulem suas pautas de acordo com interesses sociais específicos, muitas vezes ligados a lutas por direitos e visibilidade.

É consenso entre autores como Batista e Patricio (2017) e Lima e Giusti (2020) o jornalismo independente se destaca pela resistência às pressões comerciais e políticas que influenciam os grandes conglomerados midiáticos, funcionando como um espaço de experimentação e inovação na produção de notícias, rompendo barreiras como a territorialidade e identidade. Como resultado, essas iniciativas contribuem para o fortalecimento da democracia ao ampliar o acesso a informações diversas e críticas, ampliando o campo do que é notícia e para quem ela é produzida.

2. PERCURSO METODOLÓGICO

Metodologicamente, o estudo utiliza a cartografia social para mapear nove iniciativas independentes no Nordeste (uma por estado), extraídas dos levantamentos da Agência Pública (2016) e Mapa Cajueira (2023). O *corpus* foi definido por critérios de atividade e alcance no Instagram, selecionando os perfis públicos com maior número de seguidores em cada estado nordestino até o período da coleta de dados.

Os principais critérios para a seleção das iniciativas foram: (a) a atividade do perfil no Instagram até a data da coleta de dados, garantindo que as iniciativas estivessem em operação efetiva; (b) o acesso público às publicações; e (c) a representatividade em termos de número de seguidores, escolhendo as

iniciativas com maior alcance em suas respectivas localidades. Essa escolha permite focalizar a análise em perfis relevantes e ativos, o que favorece a compreensão das dinâmicas atuais do jornalismo independente na plataforma.

As iniciativas escolhidas estão descritas no Quadro 1. Todos possuem perfil ativo no *Instagram* e estão elencados no Mapa Cajueira (2023). A partir dessa seleção, o Quadro 1, a seguir, indica quais iniciativas possuem um perfil factual e não factual, destacando as evidências de cada descrição.

Quadro 1 – Perfis de jornalismo independente factuais e não factuais no Nordeste

Perfil	Tipo	Evidências
Agência Manguê Jornalismo⁴ (SE)	Factual e não factual	O perfil possui publicações com elementos factuais, como descrições de eventos e dados apresentados, mas também apresenta elementos não factuais, como opiniões e críticas.
Agência Saiba Mais⁵ (RN)	Factual	Há uma clara ênfase na apresentação de informações baseadas em fatos, ou seja, informações precisas e verificáveis.
Marco Zero⁶ (PB)	Factual	Relata dados e informações apresentando estatísticas sobre conflitos e outros dados específicos. Destaca-se a produção de reportagens.
O Pedreirense⁷ (MA)	Factual	Nos textos, a iniciativa relata os eventos de forma factual. Observamos o posicionamento editorial e, em algumas pautas, uma perspectiva parcial, destacando a opinião e o posicionamento dos jornalistas.
Ocorre Diário⁸ (PI)	Factual e não factual	Verificamos no perfil a presença da cobertura de pautas frias e enfoque também no caráter opinativo nas matérias relacionadas à política e a latifundiários. Os textos apresentam descrições, dados e fontes.

⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/manguejornalismo/#>. Acesso em: 06 de ago. de 2023.

⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/saibamaisjor/#>. Acesso em: 06 de ago. de 2023.

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/marcozeroconteudo/#>. Acesso em: 06 de ago. de 2023.

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/opedreirense/#>. Acesso em: 06 de ago. de 2023.

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/ocorreidiario/#>. Acesso em: 06 de ago. de 2023.

Paraíba Feminina⁹ (PB)	Não factual	Notamos que o perfil descreve algumas matérias com detalhes. Porém, verificamos o atenuante posicionamento e o caráter opinativo em matérias sobre mulheres.
Pirambu News¹⁰ (CE)	Factual	Intensa publicação diária dos acontecimentos de amplo interesse público. O perfil, mesmo com legendas curtas, detalha as informações, preenchendo o <i>lead</i> da matéria e conduzindo o leitor ao <i>site</i> .
Portal Acta¹¹ (AL)	Factual	O perfil relata acontecimentos de amplo interesse público, com riqueza de detalhes na própria legenda das publicações.
Revista Afirmativa¹² (BA)	Não factual	Verificamos que o perfil descreve com riqueza de detalhes as legendas das matérias. As publicações são pautadas em questões de gênero e racismo.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

Distinguimos conteúdos factuais e não factuais analisando a natureza das postagens. O exame contrastou dados objetivos e fatos verificáveis com elementos opinativos e abordagens subjetivas ligadas ao perfil editorial das iniciativas.

2.1 Breve contexto midiático do Nordeste: conhecendo as iniciativas mapeadas

Segundo o Relatório do Atlas da Notícia (2023), houve uma crescente migração de veículos jornalísticos para o ambiente digital, o que contribuiu com a redução dos desertos de notícias no Brasil. Os dados indicam 4.670 iniciativas

⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/paraibafeminina/#>. Acesso em: 06 de ago. de 2023.

¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/pirambunews/#>. Acesso em: 06 de ago. de 2023.

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/actaoficial/#>. Acesso em: 06 de ago. de 2023.

¹² Disponível em: <https://www.instagram.com/revistaafirmativa/#>. Acesso em: 06 de ago. de 2023.

de jornalismo cadastradas e ativas. Dessas, 59% incluem *blogs* e veículos de mídias sociais, totalizando 2.791 veículos assim definidos.

No Nordeste, 2.728 veículos operam em diversos suportes. A predominância do digital e do rádio (mais de 80%) ajudou a reduzir os desertos de notícias locais, embora as capitais ainda concentrem o maior volume dessas iniciativas jornalísticas.

Salientamos que os nativos digitais continuam configurando o jornalismo local, processo percebido por Santos (2020) quando investigava as iniciativas de jornalismo independente no Maranhão.

Diante disso e da proposta desta pesquisa, a Tabela 1 destaca a quantidade de iniciativas de jornalismo independente mapeadas no Nordeste a partir dos levantamentos realizados pela Agência Pública e pela Cajueira. Ressaltamos que, das iniciativas que se destacam, apenas aquelas com *site* e *Instagram* ativos fazem parte do *corpus* de análise.

Tabela 1 – Quantidade de iniciativas mapeadas como jornalismo independente no Nordeste.

Estados	Mapa Cajueira (2023)	Mapa Agência Pública (2016)
Maranhão	9	0
Piauí	9	0
Ceará	24	3
Rio Grande do Norte	3	2
Paraíba	6	0
Pernambuco	23	7
Alagoas	11	0
Sergipe	4	0
Bahia	12	3
Sem definição	-	1
TOTAL	101	16

Fonte: Elaborada pelas autoras (2024)

Identificamos a desatualização de veículos no mapa da Agência Pública, corroborando Ramos (2021, p. 109) sobre a indisponibilidade online de muitas iniciativas. A inatividade foi confirmada por meio de buscas diretas nas redes sociais e verificação de links. A Figura 1 ilustra, por meio de um infográfico, a quantidade de iniciativas independentes mapeadas em cada região.

Figura 1 – Infográfico ilustrativo das iniciativas de jornalismo independente no Brasil



Fonte: Elaborada pelas autoras (2024)

A Figura 1 destaca uma atualização de dados referentes ao jornalismo independente no Brasil, tensionando as discussões sobre as regiões com menor índice de iniciativas presentes no mapa.

Diante desse panorama, é preocupante a simplória quantidade de arranjos da região Nordeste presente no mapa da Pública, no qual foram identificadas apenas 16 iniciativas, uma vez que no Mapa Cajueira foram verificadas 101 iniciativas, elencadas como: *sites*, *podcasts*, *revistas*, *newsletters* e *blogs*.

Desses, os *podcasts* são os que mais têm se destacado, totalizando 39 *podcasts* no levantamento.

3. DISCUSSÃO GERAL DOS RESULTADOS: PARTICULARIDADES DO JORNALISMO INDEPENDENTE NO NORDESTE

Pesquisas brasileiras associam a temática a coletivos sem fins lucrativos ou ligações com grandes grupos (Carvalho; Bona, 2017; Batista; 2020; Batista; Patrício, 2017). Essa característica foi confirmada nos perfis analisados, ratificando a definição de jornalismo independente utilizada.

O mapa da Agência Pública (2016) ancora pesquisas sobre a estrutura e atuação do jornalismo independente. O diferencial dessas iniciativas, segundo Batista (2020) e Batista e Patrício (2017), é o uso do ambiente digital para fortalecer o debate público e o exercício da cidadania.

A plataformação (Camargo *et al.*, 2020) molda a produção independente no Instagram. Os perfis analisados adaptam a informação aos recursos da rede, utilizando carrosséis para combinar textos e elementos audiovisuais. Esse formato é estratégico para reportagens extensas, permitindo a integração estética de dados, imagens e depoimentos.

Silva (2023) aponta que os veículos nas mídias sociais tendem a conduzir a informação em lugares com déficits comunicacionais. Nesse caso, nossos estudos apontam que a presença de iniciativas nas plataformas digitais tende a fomentar a comunicação em seu aspecto geral, principalmente em lugares que ainda possuem desertos ou quase-desertos de notícias.

Em perfis como *O Pedreirense* (MA), *Marco Zero* (PE) e *Mangue Jornalismo* (SE), em grande parte das publicações realizadas, os principais personagens eram pessoas comuns da comunidade, ressaltando que essas iniciativas, diversas vezes, realizaram longas reportagens que narram a vida cotidiana e a labuta diária dos cidadãos.

Ademais, nem sempre as ferramentas presentes na plataforma são utilizadas pelos perfis como suporte para conduzir a informação, tendo em vista que cada perfil se comporta de uma maneira na condução da informação no

Instagram. Alguns utilizam apenas imagens com textos e outros além disso investem em conteúdos audiovisuais.

Além disso, vemos que as plataformas digitais facilitam as interações e conexões. Ademais, esse ambiente passa rotineiramente por mudanças relacionadas à organização, identidade e mobilização a fim de atrair cada vez mais o público (D'andrea, 2020; Costa, 2021).

O público estreita laços com as iniciativas via discursos de proximidade regional e lugar de fala personalizado. Como "contadores de histórias", esses perfis transformam informação em memória coletiva (Assis, 2021; Costa, 2021; Silva, 2023; Feitoza da Silva, 2023).

Elementos regionais (gírias e festas) permearam diversas editorias nos perfis analisados, indo além da cultura. A produção, focada no entorno geográfico e pautada pelo viés autoral, reafirma noções de proximidade e laços sociais territoriais (Peruzzo, 2005; Batista; Patrício, 2017).

Sobre as temáticas abordadas nos perfis, elencamos 13 possíveis eixos que poderiam ser abordados, os quais estão apresentados na Tabela 2.

Tabela 2 - Temas dos *posts* nos perfis nordestinos

Temas	Predominância
Cultura	22
Educação	29
Saúde	25
Infraestrutura/Cidades	29
Meio Ambiente	19
Economia	36
Religião	1
Esporte	3
Política	63
Segurança/ Polícia/ Conflito	45
Projetos Sociais	3

Diversidade	31
Outros	47

Fonte: Elaborada pelas autoras (2024)

No tocante ao eixo temático das publicações, percebemos que cada perfil se comporta de maneira distinta na plataforma analisada, apresentando uma diversificação de temas em suas publicações e havendo até mesmo aqueles perfis em que há uma editoria bem demarcada como o perfil @revistaafirmativa e o @paraibafeminina. A *Revista Afirmativa* (BA) aborda temas relacionados ao racismo, logo possui mais publicações enquadradas no tema Diversidade (13 posts); enquanto a *Paraíba Feminina* que tematiza a discussão feminista e os direitos humanos possui mais publicações elencadas no eixo de Segurança (nove posts).

Com exceção de Religião e Esporte, os temas mostram-se expressivos, com 47 posts classificados como "Outros" (variedades). Embora a Cultura (22 posts) concentre traços regionais, estes também permeiam outras 44 publicações de eixos diversos, como Segurança, Meio Ambiente, Economia e Política.

A respeito das legendas, em cada publicação analisada, evidenciamos uma tendência de utilizar no máximo três parágrafos de descrição: o primeiro com partes do que se conhece como o *lead* de uma matéria; o segundo com uma breve contextualização e, geralmente, a fala de algum entrevistado; e o terceiro com a indicação ao público para conferir a matéria completa no *site* e encaminhamentos de doações, que é uma das formas de sustentabilidade financeira utilizada pelas iniciativas. Contudo, ressaltamos que o perfil @saibamaisjor segue um padrão diferente dos demais nesse quesito, pois suas legendas são curtas e, na maioria das vezes, utilizadas como extensão de continuidade do título da matéria, para, logo em seguida, conduzir o leitor a deixar sua opinião nos comentários e conferir a matéria completa no *site*.

Com relação às formas de sustentabilidade financeira, notamos uma diversidade e complexa rede de financiamentos. Os perfis tendem a deixar o mais evidente possível qual é a principal forma de receita da iniciativa, como

pôde ser observado nas legendas e nos *sites* de cada perfil analisado. Os principais meios de financiamentos identificados nos perfis estão relacionados a doações de amigos e do público por meio de Pix, participação em editais públicos e pequenos espaços de publicidade. Podemos inferir que isso tende a estabelecer certa credibilidade a partir do discurso adotado pelas iniciativas de autonomia, colaboração, transparência, inovação e defesa de valores sociais em todas as realidades (Batista, 2020).

Lima e Giusti (2020) sinalizam que há maior autonomia no fazer jornalístico quando a equipe não precisa se preocupar com a sustentabilidade financeira do veículo, facilitando até o contato externo com o público. Contudo, é fundamental evidenciar que há a necessidade de recursos financeiros para garantir a execução do trabalho externo e interno, pois essa informalidade, sobretudo nas relações de trabalho, tende a fragilizar os vínculos internos de cada veículo, podendo levar a iniciativa ao declínio em pouco tempo de atividade (Lima; Giusti, 2020; Ramos, 2021).

3.1 Marcas regionais: ponderações acerca das territorialidades em diálogo com os elementos característicos em perfis informativos nordestinos

Discussões sobre regionalidade focam na busca por proximidade e credibilidade informativa. Reis (2022) destaca que, em cidades pequenas, as iniciativas midiáticas operam com tecnologias simples e fluxos restritos, sendo frequentemente atravessadas por interesses políticos locais.

Além da informação de proximidade servir para o consumo da região, há também uma intermediação de fluxos informativos produzidos em outros centros urbanos que também fazem parte da região. Esses achados de Reis (2022) convergem com a proposta deste trabalho ao investigar a relação do jornalismo independente com elementos regionais em suas publicações, tendo em vista o estreitamento de laços e o pertencimento, pelo simples direcionamento de informação que alcança o público local.

À vista disso, os elementos regionais identificados neste estudo permitem traçar um breve panorama do que há de regional nos perfis de jornalismo

independente do Nordeste. No âmbito geral, mesmo que as iniciativas utilizem poucas marcas regionais em suas publicações, notamos que os perfis tendem a se aproximar da comunidade por meio das expressões linguísticas e manifestações culturais tradicionais populares, conforme evidencia a Tabela 3, a seguir.

Tabela 3 - Elementos regionais nos perfis de jornalismo independente do Nordeste

Estados	Elementos Regionais			
	Expressões ou Gírias Populares	Festas Populares	Gastronomia	Sem Identificação
Maranhão	7	3	0	28
Piauí	0	0	1	9
Ceará	3	1	0	48
Rio Grande do Norte	1	2	0	75
Sergipe	2	6	1	14
Alagoas	1	2	0	66
Paraíba	1	2	0	20
Pernambuco	6	3	0	26
Bahia	1	1	0	23
TOTAL	22	20	2	309

Fonte: Elaborada pelas autoras (2024)

Conforme a Tabela 3, observamos que das 353 publicações analisadas, 309 não contemplam nenhuma das categorias de elementos regionais, ou seja, não possuem elementos que a configurem como regionais no enquadramento das expressões linguísticas, da gastronomia e das manifestações culturais. São publicações que muito se assemelham às publicações de veículos convencionais, sem tantos marcadores regionais próprios de cada lugar.

Os perfis geram regionalidade ao integrar informação, território e pertencimento. Alinhado a Patrício e Silva (2018), o estudo identifica que os

ethés jornalísticos vinculam-se a espaços físicos e simbólicos, onde a notícia é moldada pela "percepção de identidade cultural" (p. 193), alcançando desde comunidades locais a regiões periféricas.

No decorrer desta pesquisa, identificamos essas particularidades em cada perfil analisado e percebemos que as iniciativas objetivam uma reterritorialização da identidade cultural, jornalística e territorial, tendo em vista os marcadores utilizados até mesmo na identificação do perfil. Quanto a isso, a Tabela 3 realça um desses marcadores regionais presentes especificamente nos *posts*, haja vista que 44 publicações dos perfis analisados aplicam algum elemento regional que expressa um lugar de fala próprio de cada estado, ou seja, um entrosamento com a informação publicada e a identidade cultural (Patrício; Silva, 2018).

Nos estudos de Batista e Patrício (2017), o autor aponta que a proximidade, sobretudo a territorial, funciona como um facilitador para a iniciativa conseguir recursos para sua sustentabilidade. Nessa perspectiva, as iniciativas demarcam seu campo de atuação tanto territorial quanto simbólico. Ademais, esse achado correlaciona-se com a discussão sobre a geolocalização da informação apontada neste material para compreender com qual comunidade os perfis se comunicam, conforme aponta a Tabela 4, indicando a quantidade de publicações em cada categoria.

A Tabela 4 demonstra como os perfis combatem desertos de notícias ao estreitar laços territoriais. Alinhado a Reis (2022), o estudo nota que essas iniciativas medeiam temas que rompem limites geográficos locais, alcançando a região em sua totalidade por meio da informação (Souza, 2022; Silva, 2023).

Tabela 4 - Geolocalização da informação nos perfis nordestinos de jornalismo independente

Estados	Geolocalização da Informação							
	Local	Local-Regional	Regional	Local-Estadual	Estadual	Nacional	Internacional	Sem localização
MA	9	5	5	2	4	7	1	5
PI	1	2	2	1	1	2	0	1
CE	5	7	4	13	0	21	0	2

RN	6	16	5	27	7	9	2	6
SE	1	6	5	8	0	2	0	1
AL	2	5	1	10	12	23	8	8
PB	3	3	0	0	1	8	1	7
PE	12	5	0	4	4	6	0	4
BA	5	2	0	5	1	9	0	3
TOTAL	44	51	22	70	30	87	12	37

Fonte: Elaborada pelas autoras (2024)

Perante o exposto, identificamos na Tabela 4 que os perfis de jornalismo independente analisados seguem uma dinâmica de publicações que intercala conteúdos ora nacionais, ora regionais. Dos 353 *posts* analisados, 87 são definidos como Nacional, ou seja, a informação engloba qualquer região do território brasileiro; seguidos de 70 *posts* Local-Estadual, 51 *posts* Local-Regional e 44 *posts* enquadrados como Local, o que implica dizer que grande parte das publicações das iniciativas são direcionadas e ligadas à vida cotidiana dos moradores ou que, de alguma forma, atingem diretamente todos os habitantes do estado.

Diante disso, percebemos que os perfis reforçam a prática de um jornalismo regional caracterizado por publicações direcionadas ao espaço geográfico, que intercala as variações linguísticas com jargões próprios, debruçando-se diversas vezes na identidade cultural e fomentando as particularidades de cada região. Ademais, utilizam marcadores regionais que fidelizam o elo entre a identidade cultural, territorial e jornalística.

Os perfis @opedreirense, @manguejornalismo e @paraibafeminina trazem marcadores territoriais no próprio nome da iniciativa, utilizando o nome da cidade em que o veículo está situado ou indicando algo da região. O mangue destacado no nome da iniciativa de Sergipe está relacionado à época em que parte do litoral sergipano foi um imenso mangue.

Os perfis @marcozeroconteudo, @revistaafirmativa e @ocorrediarior apresentam marcadores regionais ligados enfaticamente à identidade cultural,

destacando lugar de fala de temas e fontes pouco abordados pela mídia. Enquanto isso, observamos que os perfis @pirambunews, @actaoficial e @saibamaisjor se caracterizam por marcadores regionais jornalísticos por meio dos quais as iniciativas se apresentam como projetos jornalísticos que destacam a vida da comunidade.

Transcorrida a análise e a discussão dos resultados, podemos verificar no Quadro 2 os objetivos específicos elaborados para este estudo, destacando evidências de sua concretização

Quadro 2 - Evidências de consecução dos objetivos desse estudo

Objetivos Específicos	Evidências
a) Investigar quantas iniciativas de jornalismo independente estão ativas no Nordeste, a partir do mapeamento realizado pela Agência Pública e o Mapa Cajueira.	Após o levantamento de ambos os mapas utilizados neste estudo, notamos que o Nordeste possui 101 iniciativas autodeclaradas independentes, todas ativas e presentes no âmbito digital. A partir disso, podemos mensurar que existam outros tantos veículos de jornalismo independente no Nordeste que não estão inclusos nos referidos mapeamentos, haja vista as próprias catalogações regionais.
b) Verificar a presença dos elementos regionais em perfis informativos no <i>Instagram</i> , a partir das publicações no <i>feed</i> de iniciativas de jornalismo independente.	Os perfis utilizam elementos regionais em suas publicações, porém com pouca intensidade se comparados às riquezas culturais e linguísticas de cada região. Em destaque, observamos a presença de 44 publicações com expressões regionais e gírias e festas populares. Houve também a presença de elemento relacionado à gastronomia local, destacando um fruto típico da região do Piauí.
c) Refletir sobre as características regionais identificadas na produção do jornalismo independente no Nordeste.	Os perfis, além de possuírem aspectos de proximidade com a comunidade, a partir de seus marcadores regionais e da geolocalização da informação, estabelecem a percepção de pertencimento e seu espaço como lugares de fala por meio da identidade cultural, territorial e jornalística estabelecida entre o perfil informativo e o público-alvo.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

O Quadro acima indica de forma geral aponta as iniciativas de jornalismo independente no Nordeste (101 iniciativas) e a presença de elementos regionais, sobretudo nos perfis que mais publicam conteúdo regional e local. Ademais, aponta que a pesquisa destaca marcadores que rotineiramente reforçam a proximidade com o público local, estabelecendo o sentido de pertencimento e laços sociais a partir da identidade cultural, territorial e jornalística presente nos perfis.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que o jornalismo independente nordestino é mais vasto que o mapeado, sendo marcado pela forte identidade regional. Sob a lógica da plataformação, as iniciativas adaptam-se aos recursos do Instagram — como *feed*, *reels* e *stories* — para diversificar formatos informativos (vídeos, notas e imagens) e integrar o conteúdo da rede social aos seus portais oficiais.

Outro ponto relaciona-se à discussão sobre os elementos de regionalidade como a aproximação e o pertencimento na produção da informação. O conteúdo local e regional fideliza o contato com a comunidade a quem se destina sob o discurso de ser espaço de voz e da identidade cultural do povo. Ademais, as expressões regionais, sejam elas relacionadas às festividades, às gírias ou à gastronomia local na produção do conteúdo informativo, atuam como memória de determinada região, provocando na subjetividade o pertencimento àquela localidade.

No tocante à sustentabilidade financeira desses veículos, foi possível a validação de tantos outros estudos semelhantes, que confluem sobretudo na autossustentabilidade e na liberdade editorial. De qualquer modo, os veículos são bem definidos e destacam que seus apoiadores não influenciam a sua produção de conteúdo.

Surge ainda a possibilidade de analisar a dimensão da crise no jornalismo dentro das iniciativas de jornalismo independente a partir da rotina produtiva de seus produtores. Por fim, consideramos que as iniciativas de jornalismo independente nas plataformas de mídias sociais são locais midiáticos utilizados

pelo público para se informar, em uma realidade cada vez mais pautada pelo imediatismo e instantaneidade. Porém, é fundamental combater perfis que mimeticamente usurpam lugar de fala do jornalismo, para que não propaguem a desinformação e possam contribuir com os fluxos comunicacionais na consecução de seu papel social.

REFERÊNCIAS

ALVES, M. S. O “Ciclo do Jornalismo Integrado” e os comentários das “Mais Lidas” do G1. **Comunicologia**, [s. l.], v. 7, n. 2, p. 144-163, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.31501/comunicologia.v7i2.5651>. Acesso em 20 de agosto de 2025.

ASSIS, I. P. **Notícias autodestrutivas: jornalismo no Snapchat e Stories do Instagram**. 1. ed. Florianópolis: Editora Insular, 2021.

BATISTA, R. C. **Credibilidade no jornalismo independente: uma análise do ethos discursivo da agência pública**. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

BATISTA, R.; PATRÍCIO, E. Elementos de identidade jornalística em autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 15., 2017, São Paulo. **Anais [...]** SBPJor, 2017. p. 1–16.

CAJUEIRA. **Jornalismo independente do Nordeste**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://bit.ly/49tIE86>. Acesso em: 8 ago. 2023.

CAMARGO, C. A.; NONATO, C.; PACHI FILHO, F. O financiamento de arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia por plataformas digitais. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 18., 2020. **Anais [...]**. SBPJor, 2020. p. 1–19. Disponível em: <https://bit.ly/3VvRhrZ>. Acesso em: 10 ago. 2023.

COSTA, R. M. B. **Jornalismo e redes sociais: a utilização do Facebook e Instagram para a produção e distribuição de notícias do portal Cidade Verde**. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2021.

DA SILVA, M. A.; MEDEIROS, F. B.; CERETTA, K. A. C. Covid-19 and fake news: Analysis of the verified news at the “Fact or Fake” website. **Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación**, [s. l.], n. 145, p. 119–136, 2021. Disponível em: <https://bit.ly/3UQpGEx>. Acesso em: 15 ago. 2023.

FEITOZA DA SILVA, S. D. **Um brinde à cultura: análise de elementos identitários e regionais nos perfis do Instagram de cervejarias artesanais brasileiras.** 2023. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2023.

LIMA, S. P.; GIUSTI, T. R. F. Jornalismo independente e governança editorial: a comunidade de membros do The Intercept Brasil. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 18., 2020. **Anais [...]**. SBPJor, 2020. p. 1–15. Disponível em: <https://bit.ly/3ZqdGlu>. Acesso em: 12 ago. 2023.

MANGUE JORNALISMO. **Perfil @manguejornalismo.** Sergipe, jun. 2023. Instagram. Disponível em: <https://bit.ly/3VxF71F>. Acesso em: 6 ago. 2023.

MARCO ZERO CONTEÚDO. **Perfil @marcozeroconteudo.** Recife, 1-30 jun. 2023. Instagram. Disponível em: <https://bit.ly/4gtYUHz>. Acesso em: 6 ago. 2023.

OCORRE DIÁRIO. **Perfil @ocorrediariorio.** Teresina, 1-30 jun. 2023. Instagram. Disponível em: <https://bit.ly/3OT8veZ>. Acesso em: 6 ago. 2023.

O PEDREIRENSE. **Perfil @opedreirensense.** Pedreiras, 1-30 jun. 2023. Instagram. Disponível em: <https://bit.ly/4gqUbGE>. Acesso em: 6 ago. 2023.

PARAÍBA FEMININA. **Perfil @paraibafeminina.** João Pessoa, 1-30 jun. 2023. Instagram. Disponível em: <https://bit.ly/4ghw50S>. Acesso em: 6 ago. 2023.

PATRÍCIO, E.; SILVA, N. R. da. Territorialidade e ethos em iniciativas de jornalismo independente do Nordeste. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 16., 2018. **Anais [...]**. SBPJor, 2018. p. 1–16. Disponível em: <https://bit.ly/41s9OJs>. Acesso em: 14 ago. 2023.

PERUZZO, C. M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendência. **Comunicação & Sociedade**, [s. l.], v. 26, n. 43, p. 67–84, 2005.

PIRAMBU NEWS. **Perfil @pirambunews.** Fortaleza, 1-30 jun. 2023. Instagram. Disponível em: <https://bit.ly/4ioJSof>. Acesso em: 6 ago. 2023.

PÚBLICA. **O mapa do jornalismo independente.** [S. l.], 2016. Disponível em: <https://bit.ly/4gr5nCZ>. Acesso em: 8 ago. 2023.

RAMOS, A. N. C. **Sustentabilidade financeira de meios jornalísticos nativos digitais no Brasil: um estudo a partir do Mapa do Jornalismo Independente.** 2021. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

RAMOS, M. C. et al. (org.). **Em defesa da comunicação pública**. Brasília: FAC-UnB, 2017. E-book. Disponível em: <https://dspace.unisa.br/server/api/core/bitstreams/5ef2d960-6ad4-4a89-85c8-fb75c3267e78/content>. Acesso em: 18 ago. 2023.

REIS, T. A. **A cidade de notícias**: um estudo do jornalismo de influência regional de Imperatriz no Maranhão. 2022. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

REVISTA AFIRMATIVA. **Perfil @revistaafirmativa**. Cruz das Almas, 1-30 jun. 2023. Instagram. Disponível em: <https://bit.ly/3ONscFm>. Acesso em: 6 ago. 2023.

RODRIGUES, A. R. M. **Jornalismo independente na era digital**: características e modelos de negócio na Divergente e no Fumaça. 2021. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, 2021.

SAIBA MAIS. **Perfil @saibamaisjor**. Mossoró, 1-30 jun. 2023. Instagram. Disponível em: <https://bit.ly/3ZqRH40>. Acesso em: 6 ago. 2023.

SANTOS, W. O. **Jornalismo independente no Maranhão**: mapeamento das iniciativas independentes nas plataformas digitais. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2020.

SILVA, G. A. **O cenário midiático maranhense nas mídias sociais**: as características da cobertura informativa em perfis noticiosos do Instagram no Maranhão. 2023. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2023.

SOUZA, S. J. N. de. **A presença da narrativa transmídia no jornalismo regional**: análise das experiências dos jornais Folha de Londrina e O Povo. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) – Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2022.