

MODELOS DE NEGÓCIOS DO WEBJORNALISMO LOCAL. ANÁLISE DESCRITIVA DO WEBSITE RIACHÃO NET DE PICOS - PIAUÍ¹

Nícolas BARBOSA²; Jacqueline DOURADO³

¹ GT Economia Política do Jornalismo

² Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, nicolasnunesbarbosa@gmail.com

³ Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, jacdourado@uol.com.br

RESUMO

A mudança tecnológica ocasionada pela liberação da internet comercial representou um grande desafio para as empresas de jornalismo. O cenário que se apresenta é a chegada de diversos novos atores jornalísticos possibilitados pela redução das barreiras de entrada financeiras e legais que se misturam com um oligopólio global que concentra a distribuição de conteúdos (BOLAÑO, 2017). Entre esses novos sites, blogs, aplicativos, mídias sociais etc estão os webjornalísticos dedicados à cobertura local. São veículos que se dedicam a publicar notícias sobre pequenas cidades, bairros ou regiões de grandes municípios.

Entender como esses veículos organizam seu modelo de negócios é importante porque eles representam, em geral, o único meio de informação da população de diversas cidades brasileiras. Apesar de muitas vezes seus proprietários e publicadores não terem formação superior ou técnica em jornalismo, é possível notar que esses meios de comunicação também são comodificados, ou seja, o produto jornalístico tem sua utilidade transformada em mercadoria e àquilo que pode render no mercado (MOSCO, 2016).

O artigo busca observar esse processo de comodificação no site jornalístico Riachão Net. Este fica sediado na cidade de Picos, que é a terceira maior do estado do Piauí com cerca de 75 mil habitantes mas com um centro comercial e de serviços que atrai uma população flutuante que pode chegar a 200 mil pessoas.

Para essa observação será feita uma análise crítica descritiva do site visando relacionar a descrição e o aporte teórico (DOURADO, 2008). Este parte do paradigma da Economia Política da Comunicação (EPC) com maior foco na EP do Jornalismo e na EP da Internet a partir de um viés crítico. A setorização é definida a partir da concepção da Escola Francesa de EPC que entende que há um funcionamento específico para cada segmento da comunicação compatibilizado com tecnologias, normas e modalidades de consumo envoltas e definidos pelas modalidades de valorização econômica dos produtos, as formas de concorrência e as modalidades de financiamento criando lógicas sociais e modelos de industrialização específicos (HERSCOVICI, 2008).

A chamada lógica das redes é a que envolve um veículo como o Riachão Net. Nessa há um editor de programação utilizando uma rede de transporte e distribuição de conteúdos segmentados para o público que pode acessá-los de acordo com sua demanda. Em geral são remunerados por assinaturas e/ou publicidade (LOPES, 2017). Formato de remuneração semelhante ao do jornalismo que, no entanto, esteve entre as décadas de 1990 e 2000 bastante dependente de anúncios e que, com a perda de verbas para competidores como Google e Facebook, busca sobreviver recuperando assinantes (PICARD, 2010).

A hipótese do artigo é que os proprietários do Riachão Net transformam o veículo em mercadoria se integrando às lógicas da indústria das redes. Por ser um site local, interagem modelos de produção, distribuição e remuneração mediados por atores globais e locais, sendo os primeiros centrais na distribuição e os segundos na remuneração.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLAÑO, C. R. S. **Economia Política da internet: Jornalismo Online**. São Cristovão: Editora UFS. 2017

DOURADO, J. L. **Estudo das estratégias da Rede Globo de Televisão na esfera da cidadania**. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Rio Grande do Sul, 2008

HERSCOVICI. **Lógicas sociais e economia digital: os novos rumos da Economia Política da Comunicação**. In: XVIII Compós 2009, 2009, Belo Horizonte. Anais da Compós 2009, 2009.

LOPES, D. M. M da S. **Communication and culture in the business core**. Teknokultura, vol. 14(2) 2017b, p. 323-338

MOSCO, V. **Economia Política do Jornalismo**. In: DOURADO, J. L.; LOPES, D. M. M. da S. e MARQUES, R. (Orgs.). **Economia Política do Jornalismo: Tendências, perspectivas e desenvolvimento regional**. 1.ed. Teresina: Edufpi, 2016. cap. 2. p. 43-68.

PICARD, Robert. **Criação de valor e o futuro das organizações jornalísticas**. 1. ed. Porto: Media XXI, 2010.