

---

## A contradição das redes: jornalismo independente e veículos tradicionais em mútua influência não admitida<sup>1</sup>

Yorrana Maia<sup>2</sup>

Rogério Borges<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Goiás

### RESUMO

O presente artigo busca compreender se veículos que surgiram de meios de comunicação dentro da Internet, mais especificamente nas redes sociais, com uma lógica de funcionamento horizontal e não organizacional estão mais próximos do ideal de independência jornalística do que jornais originados em meios de comunicação analógica. O objeto de análise são as redes de comunicação *Mídia Ninja* e *Jornalistas Livres*. O que se observou, no entanto, foi um dispositivo de contradição. Não só as redes de comunicação incorrem em contradições quanto ao seu caráter alternativo, como a própria mídia tradicional não sustenta o discurso de ser isenta quando comparada aos veículos abertamente parciais. Como parâmetro de comparação foram analisados conteúdos da *Folha de S. Paulo*, *Estadão* e *O Globo* com os da *Mídia Ninja* e *Jornalistas Livres* sobre temas específicos.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo independente; mídia tradicional; redes sociais; contradição

### INTRODUÇÃO

O objeto desta pesquisa é composto por redes de comunicação brasileiras não hierárquicas e financiadas por *crowdfunding* que se formaram dentro de redes sociais, em um contexto de manifestações de rua e descontentamento com a mídia tradicional. Nesse sentido, vamos analisar dois desses veículos que ganharam projeção nos últimos anos por diversos motivos, tornando-se referências em seus respectivos nichos e influenciando, em alguma medida, rotinas produtivas de espaços jornalísticos mais tradicionais: a *Mídia Ninja* e o *Jornalistas Livres*.

A *Mídia Ninja* (sigla para Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação) foi fundada em 2013 durante as manifestações de rua contrárias ao aumento das tarifas do transporte público,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Aluna do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás). Bolsista de Iniciação Científica pelo CNPq dentro do projeto de pesquisa Mudanças Estruturais das Práticas Jornalísticas na Era Digital: Critérios de Noticiabilidade, Valores-Notícia, Papel das Fontes e Construção do Discurso Jornalístico, sob orientação do Prof. Dr. Rogério Pereira Borges. E-mail: [yorranamartinsmaia@gmail.com](mailto:yorranamartinsmaia@gmail.com)

<sup>3</sup> Professor adjunto do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás), professor do Mestrado em Letras da PUC Goiás e professor-colaborador no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: [rogeriopereiraborges@hotmail.com](mailto:rogeriopereiraborges@hotmail.com)

---

aproveitando a estrutura da rede de coletivos culturais Fora de Eixo<sup>4</sup>. Na ocasião, a *Mídia Ninja* ganhou notoriedade por realizar *lives* entre os manifestantes. O coletivo é financiado pelo público e possui uma loja online. Já o *Jornalistas Livres* foi fundado em março de 2015. O veículo nasceu de uma colaboração entre profissionais de comunicação (jornalistas, fotógrafos, produtores de vídeo)<sup>5</sup>.

Observa-se que ambos realizaram coberturas entre os manifestantes, com equipamento menos sofisticado (celulares, principalmente), e conteúdos produzidos em tempo real, almejando uma diferenciação da “narrativa tradicional” da grande mídia. São defensores da ‘não edição’ dos conteúdos como forma de aproximação da veracidade do acontecimento e por isso recorrem sobretudo às *lives* durante a cobertura das manifestações e entrevistas. Ademais, entendem que o corporativismo da mídia tradicional a impede de entregar um conteúdo democrático.

Em entrevista ao *Roda Viva* (programa da *TV Cultura*) em 2013<sup>6</sup>, Bruno Torturra disse que o *Mídia Ninja* nasceu da iniciativa de criar um “jornalismo ativista” e mais transparente. “A nova objetividade [da imprensa] vem da transparência clara do que pensa e como a informação é produzida. A grande mídia nem sempre é transparente. Nós somos transparentes até nos nossos erros. Não editamos nada, é tudo em tempo real”, disse o jornalista. Para ele, pode-se questionar o tipo ou a qualidade do jornalismo feito pelo coletivo, mas não há como negar que o *Mídia Ninja* é um espaço informativo independente. “Eu acho até curioso que ainda existe dúvida se o que a gente faz é ou não jornalismo”, disse durante o programa.

Nesse sentido, explora-se a seguinte questão-problema: esses veículos se aproximam do ideal jornalístico de independência ou funcionam, cada qual a seu modo e em diferentes níveis, sob a lógica das grandes mídias? A hipótese levantada é a de que eles não conseguiram alcançar, no meio digital, a independência que dizem possuir.

Esta pesquisa recorreu como metodologias à análise qualitativa (LAGO & BENNETI, 2008) e análise semiótica dos dados (SANTAELLA, 2001). O escopo se limita aos conteúdos produzidos e divulgados nos perfis no Instagram e no Facebook de ambas as redes de comunicação e dos jornais *Folha de S. Paulo*, *Estadão* e *O Globo*, além dos conteúdos divulgados por estudantes no

---

<sup>4</sup> No site da *Mídia Ninja*, há a seguinte definição do veículo: “Somos uma rede de comunicação livre que busca novas formas de produção e distribuição de informação a partir da tecnologia e de uma lógica colaborativa de trabalho.” Disponível em: [midianinja.org](http://midianinja.org).

<sup>5</sup> No site do *Jornalistas Livres* encontra-se a seguinte definição: “Somos uma rede de coletivos originada na diversidade. Existimos em contraponto à falsa unidade de pensamento e ação do jornalismo praticado pela mídia tradicional centralizada e centralizadora. Os valores que nos unem são o amor apaixonado pela democracia e a defesa radical dos direitos humanos.” Disponível em: [jornalistaslivres.org](http://jornalistaslivres.org)

<sup>6</sup> Vídeo disponível em: [https://tvcultura.com.br/playlists/52\\_roda-viva-diversos\\_kmvgDn-lpNQ.html](https://tvcultura.com.br/playlists/52_roda-viva-diversos_kmvgDn-lpNQ.html)

---

grupo do Telegram, organizado pela União Nacional dos Estudantes (UNE) com os *Jornalistas Livres*.

### **Mudanças estruturais**

Desde o surgimento da *Mídia Ninja*, em 2013, e do *Jornalistas Livres*, em 2015, essas redes de comunicação têm passado, assim como as plataformas em que estão situadas, por intensas e constantes transformações. Essa tem sido, aliás, a realidade de toda a ecologia da comunicação na contemporaneidade, de veículos independentes a grandes conglomerados de mídia, que se deparam com novos desafios impostos pelos avanços tecnológicos incessantes. Isso pode ser nitidamente percebido nos muitos papéis já assumidos pelas chamadas redes sociais ou digitais na última década. De espaços de convivência privada, passaram a ser campos de batalha quanto às informações, levando para seu interior os veículos jornalísticos de todas as dimensões. Nelas, tanto o *Jornalistas Livres*, quanto o *Mídia Ninja* prosperaram, tendo sido fundados já dentro dessa nova lógica midiática. Assim, é evidente que ambos também têm sofrido alterações profundas.

Da transmissão ao vivo de um incêndio de grandes proporções, como o que destruiu o Museu Nacional, no Rio de Janeiro, em 2018, na qual a pessoa que segura o celular se limita apenas a apontar a câmera para o acontecimento, deixando a critério dos receptores a interpretação das imagens transmitidas, a *Mídia Ninja* passou para a realização de lives estruturadas e produzidas durante a COP-26, onde os enviados do veículo atuavam como comentaristas, aproximando-se da prática televisiva de coberturas ao vivo que estamos acostumados a ver em canais de TV há muito conhecidos do grande público. Soma-se a isso o modo de noticiar acontecimentos políticos factuais, como a prisão do ex-ministro da educação, Milton Ribeiro, com uma estética no Instagram parecida com a de jornais tradicionais.

Esse histórico demonstra que o veículo de comunicação, defendido em rede nacional em 2013 por dois de seus fundadores como sendo alternativo à mídia tradicional, tem progressivamente adotado práticas que o aproximam de jornais como a *Folha de S. Paulo*, *Estadão* e *O Globo* nas redes sociais. Em contrapartida, jornais tradicionais como os supracitados adotaram práticas antes usuais da *Mídia Ninja*, como a cobertura de protestos de rua entre os manifestantes, e o emprego de lives nas redes sociais para entrevistas<sup>7</sup> e nas coberturas *in loco*. Não só passaram a adotar práticas nas redes sociais parecidas com as das redes de comunicação ditas independentes, como também

---

<sup>7</sup> Após a *Mídia Ninja* entrevistar ao vivo no Facebook o então prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, em 2013 - que inclusive foi bastante criticada pelo *O Globo* -, podemos encontrar atualmente conteúdos semelhantes neste veículo, como é o caso da coluna “Malu Tá On” no Instagram do jornal O Globo. Entrevista ao vivo. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CV3g2TplCjJ/>

---

publicaram vídeos sem edição e utilizaram filtros e seleção de imagem para divulgar notícias sobre a política atual. Por que esse fenômeno de mão dupla tem ocorrido?

Se considerarmos o algoritmo do Instagram e seu favorecimento a determinados conteúdos, talvez a *Mídia Ninja* tenha adequado suas publicações e práticas durante as *lives* e a estética de suas publicações no *feed* para se encaixar em um modelo que gere visualizações e curtidas. Ora, alinhar práticas e conteúdos para aumentar o engajamento do perfil não é distante das tentativas de jornais impressos e televisivos de atraírem maior público e anunciantes, apenas o meio se difere.

Pode-se supor que usar as redes sociais ativamente na distribuição de informação e adequar a linguagem para este meio de comunicação talvez seja a tentativa de os jornais tradicionais de se adequarem à era pós-industrial. O desenvolvimento das tecnologias de informação, a universalidade da linguagem digital e a lógica das redes do sistema de comunicação possibilitaram uma comunicação global horizontal (CASTELLS, 2020. p. 101). O filósofo francês, Pierre Lévy (1999) também enuncia esse aspecto ao ressaltar que o ciberespaço permitiu o surgimento de um dispositivo comunicacional (todos-todos) no qual todos os participantes interagem e colaboram para a construção de um contexto comum; diferente do dispositivo em que um único centro emissor, como a imprensa, o rádio e a televisão, envia mensagens para um grande número de receptores passivos (LÉVY, 1999. p. 65).

Criada a partir da rede de coletivo denominada Fora do Eixo, a proposta da *Mídia Ninja* desde o início era tornar-se um veículo com uma teia editorial horizontal, com vários núcleos diferentes, que distribuísse conteúdo online e gratuito<sup>8</sup>. Mas essa lógica pós-industrial de distribuição da informação é o que define um jornalismo alternativo e independente? Se os veículos criados a partir do impresso, por exemplo, já adotam as redes sociais como um meio de comunicação, não seria ela apenas a precursora no País de uma tendência inevitável dentro da comunicação?

Na obra *Sociedade em Rede*, Castells (2020) aponta que existem desigualdades presentes na rede. Apesar da rápida popularização da Internet e da idealização inicial de se tornar um espaço democrático, o acesso a ela varia de acordo com a renda financeira, o nível de escolaridade e a posição geográfica (p. 432). Ademais, o rápido desenvolvimento das tecnologias de informação nos Estados Unidos, principalmente, ocasionou uma concentração de poder em determinados nós. Podemos observar isso atualmente, na grande porção do mercado digital ocupado por poucas

---

<sup>8</sup> Informação retirada da fala do jornalista e co-fundador da Mídia Ninja, Bruno Torturra, durante entrevista ao programa Roda Viva, em 2013. Vídeo. Disponível em: [https://tvcultura.com.br/playlists/52\\_roda-viva-diversos\\_kmvgDn-lpNO.html](https://tvcultura.com.br/playlists/52_roda-viva-diversos_kmvgDn-lpNO.html)

---

empresas, como a Meta e a Google. Desse modo, a Mídia Ninja pode não depender de uma organização corporativa, mas sua rede de coletivos, ao utilizar Instagram, Facebook, Twitter, YouTube e site, não estaria alimentando os cofres de corporações como a Meta e Google?

Essa contradição se aplica também ao *Jornalistas Livres*, que diz existir como um “contraponto à falsa unidade de pensamento e ação do jornalismo praticado pela mídia tradicional centralizada e centralizadora”<sup>9</sup>. Ao recorrer à colaboração de grupos estudantis, por exemplo, para realizar coberturas de manifestações políticas, devemos considerar que os jovens que realizam essa contribuição são alinhados ideologicamente com o *Jornalistas Livres* e o conteúdo produzido pelo veículo é voltado para um público específico. Não há problema nenhum em realizar uma comunicação nas mídias digitais voltada para nichos específicos. Autores como Castells (2020) e Jenkins, Green & Ford (2014) já apontaram que o público é segmentado na internet. Entretanto, realizar uma cobertura de manifestação por e para determinado segmento não seria o mesmo que construir uma “unidade de pensamento”, como o *Jornalistas Livres* acusam a mídia tradicional de realizar? Ademais, se levarmos em conta que essa construção é feita nas mídias digitais, quão verdadeira é essa unidade de pensamento?

Nas *lives* realizadas pelas duas redes de comunicação durante o incêndio do Museu Nacional, em 2018, uma característica em comum se sobressai: o império da imagem sobre a informação. Ao apontarem a câmera para um determinado espaço, mesmo que em transmissão ao vivo nas redes sociais, não estariam escolhendo o que mostrar aos usuários e, por conseguinte, ao não acrescentarem nenhuma informação durante a *live*, deixando de mostrar uma série de coisas ao redor? Luís Martino (2014), na obra *Teoria das Mídias Digitais*, ressalta que a atualidade das reflexões críticas do sociólogo francês Jean Baudrillard sobre a sociedade de consumo e as tecnologias de comunicação ajudam a pensar como as mídias digitais, em alguma medida, contribuem na construção de simulacros. “O império da imagem sobre a realidade é que Baudrillard denomina simulacro, ou seja, algo parecido com o real, mas, na verdade, uma aparência” (MARTINO, 2014, p.262).

### **Análises por meio do dispositivo da contradição**

Diante de tantos questionamentos, é lícito pensar que estamos lidando com um quadro de numerosas contradições, tanto no que tange o jornalismo alternativo das redes de comunicação quanto o jornalismo de veículos mais antigos. O que se nota é uma influência mútua entre práticas e

---

<sup>9</sup> Trecho que consta no site do *Jornalistas Livres*: [jornalistaslivres.org](http://jornalistaslivres.org).

---

conteúdos dentro das redes sociais, contrariando assim não só a independência à mídia tradicional que as redes de coletivo defendem ter, como também o distanciamento do jornalismo “ativista” – e, em certa medida, da própria imparcialidade – que jornais tradicionais clamam ter.

Ao longo desta pesquisa, observou-se uma progressão dos conteúdos produzidos pela *Mídia Ninja* em três momentos distintos: a live do incêndio do Museu Nacional, em 2018; a cobertura da Cúpula do Clima de Glasgow (COP 26), em 2021; e publicações no *feed* do Instagram sobre a política atual. Notou-se o mesmo com os *Jornalistas Livres* quanto à live do incêndio do Museu Nacional, em 2018; à cobertura colaborativa das manifestações do dia 2 de outubro de 2021; e às publicações no *feed* do Instagram sobre a política atual.

### **Incêndio do Museu Nacional, em 2018**

Em 2018, os *Jornalistas Livres*, a *Mídia Ninja* e o jornal *O Globo* publicaram no *Facebook* uma live sobre o incêndio no Museu Nacional, no Rio de Janeiro. Realizamos uma análise qualitativa e comparativa entre os materiais das três publicações. A diferença mais marcante observada entre as lives dos jornais é a figura do jornalista. Durante toda a transmissão ao vivo da *Mídia Ninja* e *Jornalistas Livres*, a pessoa que realiza a *live* não aparece nem se apresenta, enquanto que a *live* do *O Globo* é majoritariamente feita com a imagem do profissional que segura o celular.

Nota-se, desse modo, a prioridade das redes de comunicação em noticiar o acontecimento da forma como ocorria. No vídeo dos “ninjas”, como gostam de ser designados os profissionais da *Mídia Ninja*, é possível ver o prédio em chamas e o trabalho dos bombeiros<sup>10</sup>. Já no do *Jornalistas Livres*, vemos a indignação dos manifestantes que se reúnem nos portões do museu para tentar entrar no local, no dia seguinte ao incêndio<sup>11</sup>. Com baixa qualidade de imagem e som, as pessoas que realizaram as lives dos coletivos forneceram poucas informações adicionais, fora da narração daquilo que era reproduzido no vídeo. O jornalista do *O Globo*, por outro lado, relatou todas as informações apuradas antes da transmissão ao vivo. A veracidade da informação, desse modo, é amparada nas palavras do jornalista<sup>12</sup>.

### **Marcha contra as mudanças climáticas em Glasgow, em 2021**

---

<sup>10</sup> Live realizada no perfil da *Mídia Ninja*, no dia 2 de setembro de 2018 às 23:59. A publicação teve 33 mil visualizações e 1.920 comentários. Disponível em: [encurtador.com.br/buEJW](https://www.encurtador.com.br/buEJW)

<sup>11</sup> Live realizada no perfil do *Jornalistas Livres*, no dia 3 de setembro às 11:16. A publicação teve 37 mil visualizações e 1.963 comentários. Disponível em: [encurtador.com.br/ntwIQ](https://www.encurtador.com.br/ntwIQ)

<sup>12</sup> Live realizada no perfil do *O Globo*, no dia 3 de setembro de 2018 às 12:35. A publicação teve 102 mil visualizações e 1,9 mil comentários. Disponível em: [encurtador.com.br/ntuDT](https://www.encurtador.com.br/ntuDT)

---

Como parte da cobertura da 26ª edição da Conferência das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (COP 26), em Glasgow, na Escócia, o *Estadão* publicou em seu perfil do *Instagram* um vídeo em que o jornalista enviado Emílio Sant’Anna acompanha a marcha contra as mudanças climáticas<sup>13</sup>. Em meio aos manifestantes e com o som de tambores ao fundo, o jornalista apresenta o lide em 19 segundos. O vídeo se altera entre trechos de gritos de ordem dos manifestantes, um depoimento de uma climatologista que estava no protesto, entrevistada no meio da marcha, e trechos dos discursos de uma indígena brasileira e da ativista Greta Thunberg.

Por meio da edição, além de manter uma alteração dinâmica entre cada um dos trechos elencados, o vídeo possui legenda durante toda a sua extensão, inclusive com tradução da entrevista de Twaila Moon, a cientista que se emociona durante as perguntas, e do discurso de Greta Thunberg. A identificação do jornalista acontece logo no início com uma legenda colocada acima de sua cabeça. Na legenda do *post*, é possível notar a chamada em caixa alta (marcha contra as mudanças climáticas) e todas as informações pertinentes em um lide. No final, é acrescentado o endereço do perfil no *Instagram* do repórter enviado e do responsável pela edição do vídeo. Não foram utilizadas *hashtags*.

O vídeo publicado no *feed* da *Mídia Ninja* é uma gravação da *live* realizada durante a manifestação<sup>14</sup>. Marielle Ramires, identificada em outros vídeos da cobertura da COP 26, inicia a *live* sem se apresentar nem mostrar o rosto. Devido a problemas de conexão, mencionados pela própria jornalista, a qualidade da imagem é ruim. Com os gritos dos manifestantes ao fundo, ela passa a palavra a Ricardo Targino, outro enviado do coletivo, que menciona a morte da cantora Marília Mendonça, ocorrida no dia anterior à *live*. Durante os primeiros minutos, Ricardo Targino, que também não aparece nas imagens, resume os motivos da manifestação. Ao contrário da *live* realizada em 2018 pelo coletivo no incêndio do Museu Nacional, os ‘ninjas’ narram as informações que não podem ser visualizadas na transmissão, oferecendo um *lead* aos seguidores.

Mesmo sendo realizada por aparelho celular, em uma plataforma diferente, essa *live* se assemelha às transmissões ao vivo da televisão, onde os apresentadores/jornalistas dão as informações ao mesmo tempo da exibição das imagens transmitidas pelo cinegrafista no local. Sem de fato aparecerem, esses narradores comentam os acontecimentos, improvisam falas e prolongam informações para não haver vácuos na transmissão. A *live* dos ninjas não difere muito desse

---

<sup>13</sup> Publicado no dia 5 de novembro de 2021, o vídeo do *Estadão* sobre a marcha contra as mudanças climáticas alcançou 22.108 visualizações. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CV57cojMLAd/>

<sup>14</sup> Publicado no dia 6 de novembro de 2021, o vídeo da *Mídia Ninja*, que obteve 19.710 visualizações, é a gravação de uma *live* feita durante a manifestação. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CV7-PPJBdG6/>



---

modelo. São dois comentaristas que se revezam nas falas, acrescentam informações às imagens na tela, sem mostrar os rostos. A legenda do *post* prioriza identificar os diferentes grupos presentes no local. Há uso de três *hashtag* no *post*. A transmissão para diversas vezes por problema de conexão, mas o vídeo final – publicado sem edição, ou corte no *feed* – continua rodando mesmo com a imagem estática.

Em uma outra publicação, esta com edição<sup>15</sup>, a *Mídia Ninja* reuniu em um vídeo de pouco mais de dois minutos trechos das falas de ativistas, indígenas e líderes do movimento negro no Brasil, realizadas entre os dias 5 e 6 de novembro na COP 26. Sincronizadas com uma música de fundo, legendadas e com a devida identificação de seus palestrantes, as falas resumiram as demandas dos manifestantes naquele dia. Nenhum enviado do coletivo aparece nesse vídeo. Com o dinamismo da edição, e com a estética sonora e visual, esse vídeo alcançou mais visualizações do que a *live* de mais de 20 minutos acompanhando a marcha, ou o vídeo informativo de pouco mais de um minuto sobre o mesmo evento produzido e publicado pelo *Estadão*.

### **Conteúdos não editados**

Ainda sobre a temática de manifestações civis, algo que marca o jornalismo dos coletivos analisados na pesquisa é a colaboração. O *Jornalistas Livres* usa essa tática para cobrir protestos em todo o País no mesmo dia. A rede de comunicação participa de um canal no Telegram criado pelo Circuito Universitário de Cultura e Arte (Cuca), da União Nacional dos Estudantes (UNE), pelo qual tem acesso consentido a mídias produzidas pelos próprios estudantes.

Dentro do grupo, há o consenso entre os participantes que as mídias presentes no grupo estão livres para serem publicadas por terceiros, desde que seja feita a atribuição devida. No ato político do dia 2 de outubro de 2021, acompanhado por esta pesquisa, 573 fotos e vídeos foram compartilhados no *Telegram* pelos seus participantes. O veículo *Jornalistas Livres* publicou 19 em seu perfil. Não foi possível analisar os critérios de noticiabilidade usados pelo *Jornalistas Livres* no dia, nem a estrutura com a qual a rede de comunicação trabalhava, restando assim apenas o questionamento sobre os motivos de alguns conteúdos terem sido postados e outros não.

Evidente que publicar todas as mais de 500 mídias seria um exagero, mas escolher uma foto de um homem caricaturado de presidente cuspidando fogo em frente de uma igreja ao invés da captura de imagens de manifestantes na rua levanta questões. Se o objetivo da colaboração era noticiar os

---

<sup>15</sup> Publicado no dia 7 de novembro de 2021, o vídeo da *Mídia Ninja*, que obteve mais de 36 mil visualizações. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CV-8IohJ2D2/>



protestos contra o presidente Jair Bolsonaro no dia 2 de outubro, então por que publicar uma imagem de *contra plongée* de um único homem?



Publicada no dia 2 de outubro de 2021, a foto recebeu mais de 1.300 curtidas no perfil do *Jornalista Livres*. Disponível em:

[https://www.instagram.com/p/CUiBY1krPHG/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CUiBY1krPHG/?utm_source=ig_web_copy_link)

Buscar a estética visual é compreensível quando falamos sobre redes sociais. Ademais, o fotojornalismo demonstra que é possível realizar belas capturas com valor informativo. Se esse era o objetivo do *Jornalistas Livres*, então por que publicar uma imagem de um braço engessado na capa de uma série de sete fotos?



Publicada em 2 de outubro de 2021, a foto recebeu mais de 850 curtidas no perfil do *Jornalistas Livres*. Disponível em:

[https://www.instagram.com/p/CUixJYNt15Q/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CUixJYNt15Q/?utm_source=ig_web_copy_link)

Pode-se entender a prática da cobertura colaborativa de duas formas: a primeira como uma tentativa de tornar o jornalismo mais democrático e participativo, e a segunda, de aproveitar a interação do público na internet para suprir a falta de profissionais em campo, por meio de trabalho gratuito. As duas formas não são necessariamente excludentes uma da outra.

Trazer estudantes e ativistas políticos e sociais para participarem na produção de conteúdos para as redes sociais de veículos independentes pode sim ser visto como um fator positivo, como a construção de uma comunicação com base em diferentes perspectivas. Mas quão diferentes são essas perspectivas? A quantidade de conteúdos compartilhados no *Telegram* sobre a manifestação

do dia 2 de outubro de 2021 e a quantidade publicada no *Instagram* mostram que houve uma seleção por parte do *Jornalistas Livres*. Entretanto, para saber se a colaboração desta rede de comunicação é mais democrática do que as dos jornais tradicionais, seria necessário acesso aos critérios usados pelo *Jornalistas Livres* durante a cobertura dos protestos, algo que não está no escopo desta pesquisa. Já a segunda forma, referente ao aproveitamento da interação do público na internet, pode ser analisada consoante o conceito de trabalho gratuito na nova economia digital, apontado por Jenkins, Green & Ford (2014). Existem discordâncias, como apontado pelos autores, entre entender o trabalho gratuito como exploração ou como engajamento de um nicho de público.

No perfil do Instagram da *Folha de S. Paulo* é possível encontrar três vídeos de protestos gravados por manifestantes, entre setembro e outubro de 2021. Um deles, publicado no dia 30 de setembro, é uma imagem panorâmica em vertical (de cima para baixo) mostrando um grupo de manifestantes com cartazes com os dizeres “6 milhões para a mansão” e “19 milhões sem feijão”<sup>16</sup>. Na legenda da publicação, o jornal explica que manifestantes do Movimento de Trabalhadores Sem Teto (MTST) decidiram ocupar a rua do condomínio em que o senador Flávio Bolsonaro comprou uma casa por quase R\$ 6 milhões com cartazes contra a fome no Brasil. Não há informação sobre o crédito do vídeo, mas pela forma como se encerra a gravação – com a câmera caindo na grama –, e pelo fato de a publicação estar sem som nem texto sobre as imagens, dá-se a entender que o vídeo não passou por nenhuma edição e foi gravado por algum dos participantes do protesto.

Já outra sequência, publicada no dia 14 de outubro, também não possui créditos na legenda e parece ter sido gravada por um dos manifestantes<sup>17</sup>. A imagem é tremida e possui baixa resolução, tendo a legenda do jornal um caráter mais de denúncia de vandalismo, com uso de termos “invadido” e “pichações”. Neste vídeo é possível ver os manifestantes jogando balões de tinta no escritório de associações do agronegócio, em Brasília. O único que recebe crédito de imagem é o vídeo publicado no dia 8 de setembro, sobre o bloqueio de uma rodovia por caminhoneiros. A autoria da gravação é dada à Polícia Rodoviária Federal (PRF) do Rio de Janeiro<sup>18</sup>. No vídeo, que também possui baixa resolução, o homem que grava diz em certo momento: “nós tentamos conversar, eu e o Robinho, mas não estamos conseguindo”. Pode-se inferir que um policial realizou

---

<sup>16</sup> Publicação feita no dia 30 de setembro de 2021, no perfil da Folha de S. Paulo, alcançou mais de 67 mil visualizações. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CUdchophOc8/>

<sup>17</sup> Publicação feita no dia 14 de outubro de 2021, no perfil da Folha de S. Paulo, alcançou mais de 97 mil visualizações. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CVBoxQIrRmM/>

<sup>18</sup> Publicação feita no dia 8 de setembro de 2021, no perfil da Folha de S. Paulo, alcançou mais de 297 mil visualizações. Disponível em: [https://www.instagram.com/tv/CTIEK\\_wNBEt/](https://www.instagram.com/tv/CTIEK_wNBEt/)

a gravação para compartilhar em um grupo privado e depois esse vídeo acabou sendo compartilhado com um jornalista e publicado pelo jornal sem edição.

A comparação aqui, entre *Jornalistas Livres* e *Folha de S. Paulo*, não trata do conteúdo das publicações. O primeiro realizou uma colaboração online para cobrir os protestos contra o governo de Jair Bolsonaro em diferentes cidades brasileiras durante o dia 2 de outubro de 2021, e o segundo noticiou três manifestações com reivindicações e datas distintas no mesmo ano. O que se compara aqui é o fato de que tanto o *Jornalistas Livres* quanto a *Folha de S. Paulo* receberam fotos/vídeos produzidos por terceiros durante manifestações civis e publicaram no Instagram sem editá-los.

A defesa da “não edição” dos veículos independentes como mecanismo de contraposição à narrativa da mídia tradicional gera essa contradição a partir do momento em que a própria mídia tradicional utiliza esse recurso para divulgar o mesmo tema que eles. Do mesmo modo, o julgamento negativo que esses veículos independentes recebem por publicarem conteúdos com baixa qualidade e pouco valor informativo pode ser posto à prova, já que jornais tradicionais realizam a mesma ação.

## Cobertura de escândalos

Nota-se no Instagram que o uso de fotos esteticamente bonitas e legendas chamativas não é raro. Afinal, é essa a natureza inicial desta rede social. Alguns veículos adotaram padrões de design, como é o caso da *Folha de S. Paulo*, em suas postagens neste espaço. Analisando somente a parte da composição estética, tanto imagética e textual, por meio de uma análise semiótica – “o conceito de código, entendido semioticamente, responsabiliza-se pelo funcionamento dos fatores semânticos” (SANTAELLA, 2001, p. 57) –, das publicações do *Mídia Ninja* e do *Jornalistas Livres*, percebe-se que elas não se diferem das feitas pela *Folha de S. Paulo*.



Publicação feita em 22 de junho de 2022 no perfil da *Mídia Ninja* recebeu mais de 160 mil curtidas. Disponível em:

[https://www.instagram.com/p/CfG2\\_W3OZbf/](https://www.instagram.com/p/CfG2_W3OZbf/)



Publicação feita em 22 de junho de 2022 no perfil da Folha de S. Paulo recebeu mais de 148 mil curtidas. Disponível em:

<https://www.instagram.com/p/CfGxRuZs3f7/>

Neste exemplo, as duas publicações se referem à prisão do ex-ministro de Educação, Milton Ribeiro. Ambas as fotos possuem intencionalidade. A primeira, da *Mídia Ninja*, buscou retratar a proximidade entre o ex-ministro preso com o presidente, expondo uma foto em que o principal elemento é Bolsonaro, que aparece sorrindo. Já a segunda, da *Folha de S. Paulo*, em preto e branco, traz Milton Ribeiro com a boca aberta, com ar de espanto, destacando a “fatalidade” que lhe ocorreu. A informação da proximidade de Ribeiro com o presidente vem no título com a colocação “ligado a Bolsonaro”. Nas duas postagens, o texto “urgente” é apresentado em caixa alta e na cor amarela.

Na legenda da postagem, ambos os veículos deram destaque à ação perpetrada pela Polícia Federal. Na legenda da *Mídia Ninja* lê-se: “A Polícia Federal realiza na manhã desta quarta-feira (22) uma operação contra o ex-ministro da Educação Milton Ribeiro e pastores suspeitos de operar um balcão de negócios no Ministério da Educação e na liberação de verbas do FNDE”. Na publicação da *Folha de S. Paulo*, por exceção da chamada em caixa alta “PRESO EX-MINISTRO” e o uso da sigla PF ao invés de Polícia Federal, a legenda está igual. Expedientes parecidos – e até idênticos – são constatados na cobertura de outros assuntos, como ilustram as imagens a seguir.



Publicação feita em 8 de outubro de 2021 no perfil da Folha de S. Paulo recebeu mais de 22 mil curtidas. Disponível em:

[https://www.instagram.com/p/CUxUID4LTEL/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CUxUID4LTEL/?utm_source=ig_web_copy_link)



Publicação feita em 9 de abril de 2022 no perfil do *Jornalistas Livres* recebeu um pouco mais de 1 mil curtidas.

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CcipLHdrIMO/>

Vemos um homem cabisbaixo vestido de preto e segurando um celular, que caminha em frente a um muro coberto de cartazes amarelos com dizeres como “Tá tudo muito caro | tá na conta do Bolsonaro” e “Bolsocaro”, além dos preços da carne, arroz e gás de cozinha, escritos nas cores preta, vermelho e branca. Essa imagem, com o crédito de Marlene Bergamo, da Folhapress, foi publicada no Instagram da Folha de S. Paulo para ilustrar a notícia de que a inflação em setembro de 2021 foi a maior desde 1994, segundo dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Na legenda não são mencionados os termos “atual governo” ou mesmo “Bolsonaro”, mas a associação causal entre o aumento inflacionário do preço com a política do governo de Jair Bolsonaro se estabelece pelos elementos contidos na foto.

Em abril de 2022, o *Jornalista Livres* utilizou a mesma imagem para ilustrar um texto que também relatava a alta do preço dos alimentos, sobretudo da carne, e da diminuição do poder de consumo da população. “73,1% dos consumidores deixaram de comer carne nos últimos tempos”, lê-se na legenda, com dados a uma pesquisa. Do mesmo modo que a *Folha de S. Paulo*, nem a legenda da publicação nem o título colocado na imagem remetem a alta dos preços ao governo Bolsonaro.

A foto, portanto, possui uma clara conotação de denúncia ou acusação das medidas econômicas tomadas pelo governo de Bolsonaro que culminaram no aumento dos preços, a ponto de nenhum dos veículos ver necessidade de reforçar a informação no texto da legenda do *post*. Soma-se a isso o fato da intencionalidade da foto se adequar ao posicionamento político e ideológico que o *Jornalista Livres* abertamente defende, apesar de ser originada de um jornal que



---

não possui esse posicionamento admitido tão claramente. No entanto, é importante ressaltar que a imagem foi publicada no perfil do *Jornalistas Livres* sem atribuição de créditos à *Folhapress*, ou à fotógrafa Marlene Bergamo, uma reprodução literal de conteúdo imagético oriundo exatamente a uma fonte contra a qual a rede afirma se contrapor, incorrendo, mais uma vez, em contradição.

### **Considerações finais**

Na *polis* da mídia não há uma distribuição igualitária de poder de discussão nem uma representatividade democrática. Martino (2014) ressalta que alguns países estão presentes quase todos os dias no noticiário, enquanto outros raramente ganham espaço na mídia, e quando ganham, apenas aparecem como símbolos reforçadores de estereótipos negativos. Podemos reduzir essa representatividade ao nível civil. Algumas pautas, como despejo de moradores irregulares, são difíceis de se encontrar na grande mídia. O trabalho de veículos como *Jornalistas Livres*, que trazem ao palco da discussão pública nas redes sociais tais assuntos, mostrando o lado desses indivíduos e suas dificuldades, configura uma maneira de driblar essa “realidade mediada”.

É possível entender a proposta da *Mídia Ninja* e *Jornalistas Livres* de quererem fugir da edição de seus conteúdos, ao menos no início de seu funcionamento. Ambas as redes nasceram de um certo descontentamento da forma como a grande mídia retratava os grupos minoritários, uma narrativa que ao seu ver não representava a realidade daquelas pessoas. Eles se misturam entre os manifestantes em 2013 e 2015, respectivamente, dando uma perspectiva diferente ao fato narrado, realizaram *lives* para transmitir acontecimentos em tempo real, já que a forma como os jornais tradicionais editavam e apresentavam o produto final era o principal ponto de crítica deles, e procuram dar voz a quem geralmente não aparece nas reportagens de horário nobre da televisão. Mas talvez a liberdade e independência desses veículos se restrinja a isso: a pautas e narrativas.

Analisando o uso das *lives*, da defesa da não edição e da colaboração com estudantes, vemos que foram práticas usadas como tentativa de construir uma narrativa em oposição aos jornais tradicionais. Porém, a própria mídia tradicional passou a adotar as *lives* nas redes sociais, misturou-se entre manifestantes em suas coberturas e publicou fotos que demonstram certas intencionalidades. O que esse dispositivo da contradição demonstra é que não só as redes de comunicação se contradizem quanto ao seu caráter alternativo, como a própria mídia tradicional não sustenta o discurso de ser diferente dos veículos abertamente parciais.

Essa contradição pode ser um fator ocasionado pelas próprias redes sociais. A mudança progressiva das publicações realça o fato de que nem mesmo redes de coletivos auto suficientes

---

estão livres dos algoritmos das *bigtech* e que, no final, o que se vê nas redes sociais são conteúdos esteticamente semelhantes à espera de *likes*, independentemente se provêm de uma grande corporação midiática ou de um grupo de jovens idealistas.

Talvez a proposta inicial das duas redes de comunicação, de se tornarem veículos independentes e alternativos à grande mídia, distribuindo um conteúdo “mais limpo”, “mais fiel”, “mais democrático”, seja prejudicada pelo próprio meio de comunicação que elas utilizam. As redes sociais e a própria *World Wide Web* não são espaços necessariamente democráticos. Os fluxos de informação não circulam de maneira igualitária entre todos e para se destacar ou alcançar um mínimo de notoriedade é preciso seguir as regras impostas pelos donos das grandes *bigtech* que criaram o Instagram, o Facebook, o YouTube, o Google e o design dos programas dessas plataformas. Algo que, com o passar do tempo, nota-se que ambas as redes passaram a aderir cada vez mais, chegando a ter uma estética muito parecida com a dos jornais tradicionais. Desse modo, a hipótese enunciada no início da pesquisa foi confirmada.

Esta pesquisa não se ateve à discussão do que é ou não jornalismo independente, nem se as redes sociais podem ser usadas como um meio de comunicação alternativo à grande mídia. O que se encontrou foi um dispositivo de contradição. Abre, portanto, um espaço para uma discussão acadêmica mais ampla sobre o que de fato define um jornalismo independente e alternativo na contemporaneidade e se, na era informacional pós-industrial, tanto os veículos menores e financiados pelo público como as grandes corporações midiáticas acabam sendo influenciados pelas empresas de tecnologias que detêm controle sobre as redes sociais, causando uma espécie de uniformização de táticas, estratégias e até aspectos semióticos entre esses diferentes veículos.

## REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 22ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARTINO, Luís Mauro. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes e redes. 2ª edição. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação & pesquisa**. São Paulo: Hacker, 2001.