

**CENTRO UNIVERSITÁRIO ACADEMIA
RENATO DA SILVA SOARES**

**OS VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO INDEPENDENTE E ATIVISTA:
UMA ANÁLISE DO NEXO JORNAL E DO MÍDIA NINJA.**

Juiz de Fora
2022

RENATO DA SILVA SOARES

**OS VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO INDEPENDENTE E ATIVISTA:
UMA ANÁLISE DO NEXO JORNAL E DO MÍDIA NINJA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário Academia, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Graduação em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra Marise Baesso Tristão.

Juiz de Fora

2022

SOARES, Renato da Silva. Os valores-notícia no Jornalismo Independente e Ativista: uma análise do Nexo Jornal e do Mídia Ninja. Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial à conclusão do curso Graduação em Jornalismo, do Centro Universitário Academia, realizada no 1º semestre de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Marise Baesso Tristão
Orientadora

Profa. Dra. Gilze Freitas Bara
Membro convidado 1

Profa. Ms. Ana Marta dos Santos Ladeira
Membro convidado 2

Examinado em: ____/____/____.

Conceito: _____

Dedico este trabalho com muito amor e carinho a todos que, de alguma forma, foram importantes na minha formação. Em especial, à minha mãe, Marília, que sem condições de prosseguir seus estudos, sempre me impulsionou a estudar. Sua força como mulher me inspirou todos os dias a nunca desistir e seguir com meu sonho de terminar esta graduação. Dedico também aos professores desta instituição que foram, para mim, como pais e mães que me acolheram e me mostraram uma visão do mundo que eu amei ver. Por fim, também dedico aos meus amigos, que sempre se orgulharam de mim e me mostraram o quanto eu sou importante em suas vidas, me fazendo sentir especial nos momentos difíceis. Todos vocês sabem o quanto foi difícil chegar até aqui, e todos também acompanharão os próximos passos deste, que é só o início de uma longa jornada.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus por me dar forças para chegar até aqui e acreditar que seria possível. À minha mãe, que sempre se fez presente e acreditou no meu potencial, me dando apoio em todos os sentidos da vida, até mesmo quando eu não acreditava mais em mim e quis desistir. Aos meus amigos e família, por compreenderem minha ausência e me darem energias e pensamentos positivos para que tudo se concretizasse. À professora Marise Baesso Tristão, que desde as primeiras disciplinas as quais fora minha professora, me encantou com seu jeito de ver o mundo, de tratar sobre as injustiças e de praticar jornalismo. Foi com seu jeito leve, serelepe e alvoroçado que eu criei minha paixão pela escrita, pelas reportagens e pelo jornalismo que não busca somente noticiar, e sim contar histórias, promover debates e fazer a real diferença. Agradeço também aos demais professores da instituição, por sempre nos tratar de forma humanizada, nos mostrando o caminho e nos fazendo seguir em frente com a convicção de nossos potenciais. Um agradecimento especial aos membros convidados da banca examinadora, à Professora Gilze Freitas Bara, e à Professora Ana Marta dos Santos Ladeira, por sempre serem pessoas tão incríveis me dando apoio, abrindo meus horizontes para um pensamento diverso e me dando espaço para ser quem eu sou dentro do curso.

A todos vocês, o meu sincero, muito obrigado!

Posso não concordar com o que você diz,
mas defenderei até a morte o seu direito
de dizê-lo.

Voltaire

RESUMO

SOARES, Renato da Silva. **Os valores-notícia do jornalismo independente e ativista**: uma análise do Nexo Jornal e Mídia Ninja. 75 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). Centro Universitário Academia, Juiz de Fora, 2022.

Nem tudo o que acontece no mundo é transformado em notícia. Para ser notícia, o tema, em geral, possui critérios aos olhos do veículo de comunicação e da classe jornalística. Estudiosos já apontaram valores-notícias que são componentes da noticiabilidade e auxiliam na seleção dos acontecimentos cotidianos. Estes critérios não são estáticos, mas, muitas vezes, dizem respeito ao lugar da mídia tradicional. Mas e como funcionam os valores-notícias em outros tipos de mídia, como a independente e a ativista? Seguem outros critérios? Esta monografia usa a Análise de Conteúdo com o objetivo de observar as escolhas de assuntos e formas de noticiar do Nexo Jornal e do Mídia Ninja e caracterizar outros valores-notícia, para além dos encontrados na mídia tradicional por Mauro Wolf e Nelson Traquina. É possível concluir que há outros valores predominantes para estes veículos.

Palavras-chave: Jornalismo Independente; Jornalismo Ativista; Valores-notícia; Mídia Ninja; Nexo Jornal;

ABSTRACT

Not everything that happens in the world is turned into news. To become news, the topic, in general, has criteria by the media and the journalistic class. Scholars have already pointed out news-values that are components of newsworthiness and help in the selection of the daily events. These criteria are not static, but often relate to the place of traditional media. But how do news-values work in other types of media, such as independent and activist? Do they follow other criteria? This monograph uses Content Analysis in order to observe the choices of subjects and ways of reporting by Nexo Jornal and Mídia Ninja and characterize other news-values, in addition to those found in traditional media by Mauro Wolf and Nelson Traquina. It is possible to conclude that there are other predominant values for these vehicles.

Key words: Independent Journalism; Activist Journalism; News values; Mídia Ninja; Nexo Jornal.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1	Editorias do Nexo.....	35
FIGURA 2	Editorias da seção de Notícias do site Mídia Ninja.....	40
FIGURA 3	Matérias da editoria Meio ambiente do Mídia Ninja no período analisado	41
FIGURA 4	Assinaturas nas matérias da editoria de Educação do Mídia Ninja	42
FIGURA 5	Retranças e seções da editoria Explicado	47
FIGURA 6	Matérias analisadas na editoria Explicado.....	48
FIGURA 7	Exemplo de matéria enciclopédica.....	49
FIGURA 8	Exemplo de retranca dentro do jornal que comprova o valor-notícia ENCICLOPÉDICO.....	49
FIGURA 9	Seção EM ASPAS da matéria sobre as federações da editoria Explicado	50
FIGURA 10	Matérias analisadas na editoria Expresso.....	52
FIGURA 11	Matéria - “Os grupos de Israel que inflamam o conflito contra palestinos”.....	53
FIGURA 12	Matérias analisadas da editoria Meio Ambiente do Mídia Ninja.	56
FIGURA 13	Matérias analisadas da editoria Educação do Mídia Ninja.....	58
FIGURA 14	Página inicial da editoria Música.....	59
FIGURA 15	Matérias analisadas na editoria Música do Mídia Ninja.....	61
FIGURA 16	Matérias analisadas na editoria LGBT do Mídia Ninja.....	63
FIGURA 17	Chamada para o financiamento coletivo via “vaquinhas” do Mídia Ninja.....	65

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 HISTÓRIA RECENTE DO JORNALISMO NO PAÍS.....	12
2.1 IMPRENSA ALTERNATIVA.....	15
2.2 ALGUMAS MUDANÇAS TRAZIDAS COM O JORNALISMO DIGITAL.....	17
2.3 A OBJETIVIDADE NO JORNALISMO.....	21
3 DO JORNALISMO TRADICIONAL E SEUS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE AO JORNALISMO INDEPENDENTE E ATIVISTA.....	25
3.1 AS MÍDIAS INDEPENDENTE E ATIVISTA.....	30
3.2 O NEXO COMO MÍDIA INDEPENDENTE.....	32
3.3 O MÍDIA NINJA COMO MÍDIA ATIVISTA.....	37
4 OS VALORES-NOTÍCIAS NO MÍDIA NINJA E NO NEXO JORNAL.....	45
4.1 A ANÁLISE DE CONTEÚDO COMO METODOLOGIA.....	45
4.2 O NEXO JORNAL E SEUS VALORES-NOTÍCIA.....	46
4.3 O MÍDIA NINJA E SEUS VALORES-NOTÍCIA.....	54
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	69
REFERÊNCIAS	72

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo não é apenas um, mas são muitos. Há alguns anos, tínhamos um tipo de comunicação jornalística muito limitado, baseado na grande mídia, formada por veículos como jornal impresso, rádio e televisão. A internet e a disseminação dos *smartphones* mexeram com as estruturas da comunicação, dando a oportunidade de todos serem um veículo de propagação de informações.

Apesar de haver em outros períodos da história uma imprensa chamada alternativa, as redes atualmente vão permitir a disseminação mais fácil de veículos fora dos padrões, chamados ativistas ou independentes, que têm outro tipo de engrenagem diferente das tradicionais, que eram todas baseadas no modelo de se sustentar pela publicidade e pela venda de assinaturas ou em bancas.

Este era, e ainda continua sendo, um modelo muito focado no público amplo, chamados por isso veículos de comunicação de massa. Estes veículos direcionados para a grande audiência tiveram seus critérios de noticiabilidade e valores-notícia amplamente estudados. Muitos destes critérios estão também focados na capacidade de amplitude da notícia e de fisgar o público, conforme veremos mais à frente nesta monografia.

Esta mídia ativista e independente nos trouxe uma inquietude exatamente por remexer com os velhos paradigmas jornalísticos e por fazer coberturas de assuntos nem sempre destacados na grande mídia. Para além de definir os conceitos de mídia independente e ativista, nossa proposta é entender o conteúdo que predomina neste tipo de mídia que aparentemente tem parâmetros diferenciados para definir o que é e o que não é noticiável. Quais valores-notícia conseguiremos identificar em veículos que nem sempre têm a audiência ou o lucro como foco?

Para chegar ao nosso objetivo, realizaremos uma análise de duas mídias alternativas, sendo uma considerada como independente, o **Nexo Jornal**, e outra como ativista, o **Mídia Ninja**. Nos últimos anos, tornaram-se muito comuns as denominações de mídia alternativa e mídia independente para aquilo que era diverso do que é divulgado na mídia tradicional. No entanto, quais seriam os critérios para estas outras mídias e como elas ganham adesão no país? Entendemos ainda que a tão falada objetividade do jornalismo passa a ser ainda mais questionada a partir da criação destes outros modelos.

Em nosso trabalho, vamos retomar um pouco da história da mídia brasileira para compreender o caminho traçado até aqui, com a chegada da mídia digital, e lembrar que, em outros momentos da história, já tivemos uma mídia chamada alternativa. Também iremos lembrar, a título de revisão, os critérios de noticiabilidade da mídia chamada de tradicional e os valores-notícia a partir de Mauro Wolf e Nelson Traquina e, assim, buscar compreender outros critérios que serão conceituados/criados por nós. Iremos também voltar à questão da objetividade jornalística. A partir da Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin, buscaremos compreender os assuntos priorizados nos nossos objetos de estudo: **Nexo e Mídia Ninja** e, assim, criar as categorias/critérios usados na divulgação das notícias.

2 HISTÓRIA RECENTE DO JORNALISMO NO PAÍS

Os meios de comunicação têm papel central hoje na chamada Sociedade da Informação. Voltar à história do jornalismo nos anos mais recentes é importante para entendermos que houve um período em que os chamados veículos de comunicação de massa tiveram grande dominação. Mas também existiram fases de destaque da mídia alternativa até a chegada do momento atual, quando a tecnologia e a existência das redes permitem a sobrevivência de centenas de veículos para além do chamado *mainstream* (corrente dominante).

Na história recente do jornalismo brasileiro, um dos mais graves entraves, até mesmo democráticos, é a existência de poucas empresas que monopolizam estes meios tradicionais, como rádio, televisão e jornais. Romancini e Lago (2007) ressaltam:

o risco de uma mídia e de um jornalismo pouco pluralista é grave, pois dificilmente poderia amplificar as diversas vozes de que é feita a sociedade ou desempenhar de modo mais pleno a tarefa de oferecer diferentes opiniões e interpretações para os fatos, de modo a compor uma esfera de debate e esclarecimento públicos (ROMANCINI, LAGO, 2007, p. 169)

Os mesmos autores apontam que o “negócio” da comunicação exigiu durante anos capitais mais elevados que permitiram a modernização dos processos de produção informativa. A oligopolização do setor vai acontecer não só no Brasil, como em vários países. “Não é por acaso que o processo de constituição de grandes grupos de comunicação, por meio de aquisições, parcerias estratégicas e fusões, e a consequente oligopolização do setor, afeta o mundo todo” (ROMANCINI, LAGO, 2007, p. 169).

Nelson Werneck Sodré (1998), que escreveu um dos principais livros da história da imprensa no Brasil, com pesquisas que duraram cerca de 30 anos, também foi um duro crítico da grande mídia. Pouco antes de morrer em 1999, atualizou a sua análise em um capítulo inédito publicado no livro, no qual fala sobre a expansão das mídias eletrônicas e a progressiva perda de peso dos grandes jornais. Além disso, critica a diminuição da diversidade nos diários e a uniformidade de posições em diferentes periódicos que davam um apoio incondicional ao neoliberalismo.

Com o advento da Internet, há algum contraponto e “existem movimentos de pluralização de produtores (...) de regionalização e localização das mensagens” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 169) Romancini e Lago contam a história da imprensa no Brasil desde 1808, com a chegada da Família Real e a prensa móvel. No último capítulo do livro, relembram o fato de poucas empresas dominarem a grande mídia e seus consequentes problemas. Porém, reconhecem que a imprensa teve papel importante na redemocratização do país após mais de 20 anos da ditadura civil e militar. “O jornalismo brasileiro viveu no período da redemocratização um momento de forte participação nas instâncias políticas e sociais” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 170).

Nestas ações logo após a abertura democrática, esta imprensa precisou explicar planos econômicos à população, traduzindo aspectos técnicos complexos. Os autores lembram que o país passou por várias moedas, como o cruzeiro, o cruzado, o cruzado novo até a chegada do real. Também foi a mídia que ajudou a eleger e a derrubar o presidente Fernando Collor de Mello em 1992.

Mesmo com uma maior liberdade de imprensa no pós-ditadura, a grande mídia “nem sempre pautou-se por princípios que aumentassem a credibilidade do setor” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 170). Pelo contrário, mesmo tendo pontos positivos reconhecidos, é considerada uma mídia que tem “complacência” com grupos econômicos fortes e apoio de determinadas propostas políticas em detrimento de outras. Os autores apontam a dificuldade desta mesma mídia fazer um jornalismo de qualidade e investigativo de verdade. “Problemas como o sensacionalismo e o ‘denuncismo’ também atingem o jornalismo realizado no país” (ROMANCINI, LAGO, 2007, p. 171).

A modernização da imprensa é grande no período pós-ditadura. A informatização chega às redações. A informatização provocou consequências. “(...) a automação tornou dispensáveis muitos trabalhadores, fato que gerou protesto dos sindicatos e provocou desemprego, agora estrutural. Hoje as redações empregam menos pessoas” (ROMANCINI, LAGO, 2007, p. 178.) Funções como as de revisor ou redator, que reescrevia as matérias dos repórteres, não existem mais.

Enquanto as redações ficam mais enxutas, abrem-se vagas para jornalistas em assessorias de órgãos públicos e privados. Também passam a existir mais oportunidades em canais de TV por assinatura ou em veículos nativos digitais.

Mas o poder da grande mídia ainda era e continua sendo muito forte. Esta mídia que cresceu dizendo para o grande público que era transparente e isenta. Estamos falando de grandes jornais e emissoras de televisão, como Sistema **Globo**, que envolve a **TV Globo** e o Jornal **O Globo**, jornais **Folha de S.Paulo**, **Estado de S.Paulo**, entre outros. “Ao discutir o Projeto Editorial da Folha, Lins da Silva comenta e defende o ‘apartidarismo’ que o veículo passou a postular em meados dos anos 1980, baseado em argumentos ligados ao mercado.” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 179-180)

Na história recente do jornalismo, a eleição presidencial de 1989 é um ponto importante por ser a primeira a ocorrer num país “integrado” pelos meios de comunicação no qual se destacava a **Rede Globo** (ROMANCINI, LAGO, 2007, p. 181-182). Esta emissora tinha índices de audiência que variavam entre 60% a 80% em qualquer dia de semana e horário na época.

O papel da emissora foi considerado definitivo na ascensão meteórica de Collor de Mello, que havia sido prefeito “biônico” de Maceió, em Alagoas, ou seja, foi indicado dos militares. Também foi capa de várias revistas **Veja** e destaque em um **Globo Repórter** que abordava o tema dos “marajás”. (ROMANCINI; LAGO, 2007 p. 182). Ele seria o caçador dos marajás. Como foram chamados os funcionários públicos ou políticos bem pagos que pouco trabalhavam.

Investigações detalhadas (Lattman-Weltman, 1994; Lima, 2001) mostram que o papel da mídia no processo de consolidação da candidatura Collor envolveu principalmente, por um lado uma espécie de convergência ideológica entre a agenda priorizada por esta – desqualificação da política e dos políticos tradicionais, crítica à corrupção e à crise econômica, associadas ao Estado – e as propostas do candidato, criando um ambiente propício a sua aceitação. (ROMANCINI, LAGO, 2007, p. 184)

Collor e Lula foram para o segundo turno naquelas eleições. Collor obteve 28,5% dos votos, o que não foi suficiente para ganhar no primeiro turno. Os candidatos teriam um mês de campanha acirrada. “A grande imprensa apoiava Collor, seja de modo explícito, como em editoriais (...), seja numa cobertura que destacava criticamente as propostas de Lula (...) (ROMANCINI, LAGO, 2007, p. 187). Houve um primeiro debate entre eles em 3 de dezembro. Lula foi considerado melhor. O adversário baixou, então, o nível da campanha, usando o depoimento de Miriam Cordeiro, ex-namorada de Lula. Ela acusava o petista de ter proposto o aborto da filha Lurian. A acusação foi ao ar no programa de TV de Collor do dia 12 de dezembro de 1989.

Uma jornalista que trabalhava com Collor denunciou que Miriam recebeu dinheiro para denunciar. O episódio abalou Lula, faltando dois dias para o último debate de campanha na TV. O debate feito por meio de um pool de emissoras ocorreu três dias antes da eleição. Collor fez uma série de acusações e provocações a Lula. No início do debate, irritado e nervoso, o petista não quis apertar a mão do adversário.

Pesquisa do Instituto Gallup divulgada no mesmo dia do debate mostrava uma ligeira vantagem de Collor na opinião do público. Quarenta e dois por cento dos eleitores achavam que Collor tinha ido melhor, enquanto 39% apontavam Lula. “A ligeira vantagem de Collor, porém, foi transformada num massacre, conforme a edição do debate que foi transmitida no Jornal Nacional da Rede Globo, na sexta-feira, dia 15 de dezembro.” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 188). Para os autores, “é provável que esta tenha sido a mais decisiva ação da imprensa por seu candidato em toda a eleição”. (ROMANCINI, LAGO, 2007, p. 188).

Este é um dos episódios mais criticados da história recente da nossa grande mídia. Há outros casos mais recentes, mas, a partir da proliferação da internet, casos de manipulação de edição como este se tornam mais difíceis. A mídia também esteve como grande denunciante em anos seguintes até a chegada dos governos do PT. Lula se elegeu em 2002 para a presidência da República na sua quarta tentativa. Em seu governo, a mídia denunciou o Mensalão. “Lula sempre negou a existência do ‘mensalão’, mas procurou explicar o desvio cometido pelo PT como resultado da política de caixa dois eleitoral, que seria comum nos partidos brasileiros” (ROMANCINI; LAGO, 2007, P. 236).

A mídia também acompanhou de perto outros momentos, como o do impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, em 2016. De lá para cá, o país viveu forte influência de outras mídias. Em 2013, em meio ao governo Dilma, tivemos as grandes manifestações populares nas ruas, ou um grande movimento articulado para que se parecesse popular, e o início de coberturas por meio das redes. Entre elas, a que culminaria com a consolidação de uma importante mídia alternativa: o **Mídia Ninja**, que é um dos objetos de estudo deste trabalho.

Antes de chegarmos até ele, vamos mostrar um pouco também historicamente a imprensa alternativa que existiu no Brasil em outros momentos até chegarmos às existentes atualmente.

2.1 IMPRENSA ALTERNATIVA

A imprensa alternativa já existiu em outros momentos no Brasil. O principal deles, segundo Kucinski (1991) no período da ditadura militar. Segundo ele, entre 1964 e 1980, foram 150 títulos de veículos alternativos surgidos no Brasil. Muitos deles eram vistos como resistência à política dominante. Alguns, como **O Pasquim**, chegaram a vender mais de cem mil exemplares. “Do universo levantado de cerca de 150 jornais, um em cada dois não chegava a completar um ano de existência. Vários ficaram apenas nos primeiros dois ou três números.” (KUCINSKI, 1991. p. 12)

Quando o tabloide começou a se apresentar como empresa e dar lucros, os diretores de **O Pasquim** se assustaram. Entre eles, Jaguar, que não quis comprar uma pequena gráfica com medo de se tornar patrão. Era este o espírito que predominava, o de resistir e não o de sobreviver de lucros destes veículos. Muitos existiram graças ao apoio de jornalistas que trabalhavam na mídia tradicional e com shows culturais que eram feitos com renda revertida para as publicações. Kucinski (1991) lembra também que muitos veículos acabavam tendo ligações com partidos de esquerda, como o PC do B.

Para além do período da ditadura cívico-militar, a imprensa alternativa também existiu de maneira forte, com pasquins irreverentes e panfletários no período da Regência, que atingiu o seu auge em 1830 com cerca de 50 títulos (KUCINSKI, 1991, p. 10). O autor lembra ainda dos jornais anarquistas de operários que floresceram meio século depois, entre os anos de 1880 e 1920, quando havia quase 400 títulos.

Nos três momentos, pequenos jornais sem fins mercantis, produzidos precariamente, às vezes por um homem só, como eram muitos pasquins, dirigiam-se à sociedade civil e às classes subalternas criticando o Estado e propondo mudanças. A imprensa alternativa dos anos de 1970 pode ser vista, no seu conjunto, como sucessora da imprensa panfletária dos pasquins e da imprensa anarquista, na função social de criação de um espaço público reflexo, contra- hegemônico. Especialmente no seu apogeu, durante o triênio 1975-1977, quando o padrão alternativo tornou-se dominante, com a circulação simultânea de todos os oito grandes somando até 160 mil exemplares por semana. (KUCINSKI, 1991, p. 10)

O autor acredita que pode-se traçar uma demarcação entre a imprensa convencional e a alternativa pelos seus papéis opostos. Ele ressalta um raciocínio de Elizabeth Fox: “a imprensa alternativa pode até mesmo ser definida como uma forma de enfrentar a solidão, a atomização e o isolamento em ambiente autoritário”

(KUCINSKI, 1991, p. 10). E o autor aponta nomes de veículos da imprensa alternativa do período de 1960, que despertaram uma “excepcional afetividade coletiva”, como **Pif-paf, O Pasquim, Opinião e Bondinho**. Por outro lado, o autor afirma que a grande imprensa passa cada vez mais a ter como destaque as suas funções estritamente mercantis.

Crítico ácido da mídia tradicional, Kucinski critica a dependência dos grandes grupos de comunicação em relação ao Estado. “pelos seus subsídios, empréstimos favorecidos, verbas publicitárias e isenções fiscais” (KUCINSKI, 1991, p. 11)

A história da mídia vai modificar-se profundamente com o assalariamento do jornalista e com o acirramento das técnicas de produção. O romantismo ou as bandeiras de antes darão lugar a um sistema industrial, que, aos poucos, vai tomando conta. Novamente teremos espaço para uma mídia alternativa já nos anos mais recentes, com as redes e novos movimentos sociais.

Kucinski pergunta e ele mesmo responde o motivo de a imprensa alternativa não ter sobrevivido com o fim da ditadura. Estes veículos só existiam como resistência. Efetivamente, com a abertura, a grande imprensa não foi só recriando uma esfera pública, como o fez apropriando-se de temas até então exclusivos da imprensa alternativa, e recontratando muitos dos seus jornalistas (KUCINSKI, 1991, p. 12).

Mas o autor lembra a grandeza, a criatividade e a importância desta imprensa para além da questão da ditadura no país.

A ditadura, entretanto, não foi a única razão de ser da imprensa alternativa. Nem a ditadura podia sozinha explicar a riqueza do fenômeno alternativo, a diversidade de suas manifestações ou a tentativa, conforme Ana Maria Nethol, de criar todo um “modelo ético-político”, com formas e estratégias próprias, que se confrontaria com o sistema dominante muito mais no campo permanente da tentativa de construção de uma contrahegemonia ideológica do que no campo conjuntural da resistência à ditadura (KUCINSKI, 1991, P. .12)

Hoje existem mídias alternativas no Brasil, mas, conforme veremos, elas possuem objetivos muito mais plurais. Elas são alternativas à grande mídia, mas se apresentam como independentes ou ativistas. Entre elas, há modelos também muito variados e algumas com formato de empresa e lucro bem diferente dos modelos antepassados.

2.2 ALGUMAS MUDANÇAS TRAZIDAS COM O JORNALISMO DIGITAL

A autora Pollyana Ferrari (2008) lembra que, em sua primeira fase, o jornalismo digital trazia os textos replicados dos jornais impressos.

A maioria dos sites jornalísticos surgiram como meros reprodutores do conteúdo publicado em papel. Apenas numa etapa posterior é que começaram a surgir veículos realmente interativos e personalizados. (FERRARI, 2008, p. 23)

A mesma autora ressalta que, nos Estados Unidos, houve uma evolução dos sites de busca, enquanto, no Brasil, os sites de conteúdos de maior repercussão começaram a aparecer a partir das empresas tradicionais de comunicação. “O primeiro site jornalístico brasileiro foi o do **Jornal do Brasil**, criado em maio de 1996, seguido pela versão eletrônica do jornal **O Globo** (FERRARI, 2008, p. 25). Todos os grandes veículos passaram a ter seus próprios sites.

Depois, algumas possibilidades da internet começam a ser utilizadas, por meio da inserção de links e de um design mais adequado ao meio. Canavilhas (2006) lembra que o “modelo digital” surgiu com a “utilização do hipertexto e a possibilidade de comentar (CANAVILHAS, 2006, p. 114) os assuntos e também as notícias de última hora. Já a terceira e última fase é a do “modelo multimídia”: “as publicações tiram o aproveitamento máximo das características do meio, nomeadamente a interactividade e a possibilidade de integrar som, vídeo e animações nas notícias” (Canavilhas, 2006, p. 114).

O autor fala de uma série de características possíveis ao jornalismo com a internet. Entre essas possibilidades, Canavilhas cita a hipertextualidade, a multimídia, a interatividade, a memória, a instantaneidade, a personalização e a ubiquidade. Em outro texto, de 2014, o mesmo autor propõe uma arquitetura da notícia no mundo digital. A notícia é organizada em níveis de informação conectados por hiperligações internas. Isso possibilita diferentes caminhos de leitura. Assim, “o modelo mantém uma hierarquização de importância, oferecendo simultaneamente um relativo grau de liberdade ao leitor. (CANAVILHAS, 2014, p. 13).

Retomamos esta trajetória em nosso trabalho para mostrar como a internet vai trazer várias novas possibilidades de conexão e irá permitir a divulgação de conteúdos por outros meios para além da grande mídia. É importante salientar como o

aparecimento das redes sociais ajudou a impulsionar outras maneiras de jornalismo, como lembra Pedro (2016 p. 26). “Em meados da década passada surgiram três empresas que, em muito, vieram influenciar o jornalismo da atualidade”.

Ela está falando do surgimento do Facebook, o Youtube e do Twitter: “em 2004, o norte-americano Mark Zuckerberg cria o Facebook, em 2005, é fundado o Youtube e, em meados de 2006, aparece o Twitter” (PEDRO, 2016, p. 26). E a autora acrescenta: “O Facebook e o Twitter permitiram difusão das notícias a nível global, enquanto o Youtube permitiu que pudessem ser partilhados vídeos, tanto por parte dos media, como por parte dos utilizadores, dos anônimos. (PEDRO, 2016, p. 26)

Às redes, junta-se os *smartphones* que vão transformar ainda mais as possibilidades do jornalismo. Pedro cita o estudioso John V. Pavlik (2014) que fala da ubiquidade no mundo moderno: “na era digital, o valor do jornalismo na sociedade está a expandir-se. Os cidadãos fazem mais do que simplesmente obter informação de fontes noticiosas. Eles contribuem para o fluxo informacional” (PAVLIK, 2014, p. 181 apud PEDRO, 2016, p. 28). Portanto, muitas vezes, os celulares permitem a divulgação de informações antes da imprensa tradicional, alterando o fluxo anterior das notícias.

Os meios de comunicação vão perceber que a internet dispõe de potencialidades que nenhum outro meio teria. Isso também vai afetar os critérios de noticiabilidade de acordo com os interesses destes veículos.

Não foi apenas a apresentação da notícia que se alterou, mas também o seu conteúdo. A verdade é que as redes sociais não representam apenas uma forma de difundir as notícias, mas também se tornaram uma fonte informativa para os próprios órgãos. Muitas vezes histórias que circulam nas redes através da partilha quer por parte de anônimos, quer por parte de celebridades, acabam por se transformar em notícia, tornando-se, por isso, polos de alternância (PEDRO, 2016, p. 41)

Iremos tratar mais à frente sobre os critérios de noticiabilidade, mas, como estamos mencionando as mudanças trazidas pelo jornalismo digital, vale lembrar que agora os meios de comunicação conseguem perceber mais o seu público, como lembra Pedro (2016, p. 43). “Essas novas informações fizeram com que os meios de comunicação as utilizassem de forma a ir ao encontro dos interesses do seu público e, para isso, surgiram vários “indicadores de atenção” (PEDRO, 2016, p. 43). Entre estes indicadores, estão o número de acessos de determinada página e os

comentários nas redes, que seriam uma forma de perceber a prevalência de interesse público em determinados momentos e construções noticiosas.

Alguns autores mostram que a ideia de convergência serve para traduzir as alterações nas formas de relacionamento do público com os meios de comunicação. “[...] hoje em dia não parece mais adequado apontar que cada meio tem suas características particulares e opera apenas fechados nela” (CORRÊA, 2017, p. 26). O autor afirma que isso acontece porque: “[...] o atual contexto de convergência traz cada um destes meios se utilizando de características que antes não eram suas. A televisão, o rádio e a mídia impressa, por exemplo, se utilizam da web tanto quanto os veículos digitais nativos”. (CORRÊA, 2017, p. 26). O autor afirma que isso acontece porque:

[...] o atual contexto de convergência traz cada um destes meios se utilizando de características que antes não eram suas. A televisão, o rádio e a mídia impressa, por exemplo, se utilizam da web tanto quanto os veículos digitais nativos. (CORRÊA, 2017, p. 26)

Apesar de a informação estar em todo lugar, há autores que reafirmam a importância de haver um jornalista para ser o curador no meio de tanta “notícia”.

Caminhamos em direção a um mundo em que a web está nos mostrando o que queremos ver, mas não necessariamente o que nós precisamos ver (CORRÊA e BERTOCCHI, 2012, p. 137). De acordo com elas, o papel do jornalista ainda é o mais propício às atividades de curadoria da informação por suas próprias características, ainda que a tarefa possa ser feita utilizando-se da parceria do algoritmo (CORRÊA, 2017, p. 29)

O autor destaca ainda que, embora a internet tenha provocado tantas reviravoltas, quando se fala em sites jornalísticos “ainda remete muito aos jornais impressos, com a diagramação projetada em colunas, predomínio de pouco texto e pouco uso dos recursos multimídia e do potencial de criação que ela oferece” (CORRÊA, 2017, p. 56)

Os caminhos deste tipo de jornalismo ainda não estão definidos. No entanto, em nossa história recente, há um salto em novas modalidades digitais nos últimos anos. As manifestações articuladas para que parecessem populares de 2013, no Brasil, por exemplo, aumentaram, significativamente, a visibilidade de veículos autodeclarados independentes. Veículos fora dos tradicionais e conhecidos conglomerados que dominavam o jornalismo.

Além disso, a crise nos veículos impressos, o grande número de demissões e a insatisfação com a mudança nas rotinas produtivas levou à desvinculação de muitos jornalistas dos grandes meios de comunicação. Para se manter no mercado de trabalho, criar nichos foi uma das opções escolhidas por muitos profissionais da área tanto para se assegurar financeiramente como para conseguirem ser mais autônomos na profissão.

Assim, enquanto há uma crise no jornalismo tradicional, que leva às reduções das redações, temos um chamado jornalismo nativo digital com a criação de novas experiências. Elas surgem em vários lugares e também fora do eixo Rio-São Paulo, tradicional por ser o local preponderante da grande mídia no país.

A criação de iniciativas independentes de jornalismo nativas digitais é um dos principais movimentos da atualidade no que diz respeito à comunicação. A potencialização de iniciativas independentes se dá por meio, na sua grande maioria, do trabalho colaborativo e das possíveis interações em redes as quais estão inseridas. Lembrando que o termo nativo digital possui diferentes significados e aplicações. No jornalismo, elucida a representatividade de veículos noticiosos nascidos, exclusivamente na era da internet (LENZI, 2019) e que trabalham com diferentes linguagens jornalísticas, explorando vários recursos multimídia, redes sociais e inovações para a construção de diversas narrativas (SAAD, GIACOMASSI, 2018).

2.3 A OBJETIVIDADE NO JORNALISMO

No livro *Objetividade Jornalística*, o autor Luiz Amaral (1996) afirma que a objetividade é uma espécie de virtude que se pretende com os textos jornalísticos. Ela não é só um princípio, mas também um norteador das diversas etapas da rotina da produção de notícias. Isso envolve a pauta, a apuração e a forma de apresentação do texto. Em todos eles, a noção de objetividade estaria presente.

Mas o autor lembra que, mesmo com o amplo reconhecimento da objetividade como um valor fundamental para a atividade jornalística, a carga de subjetividade está presente. Isso porque todos, inclusive os jornalistas, têm crenças, valores, preconceitos, históricos familiares, entre outras questões que são confrontadas durante a rotina diário de trabalho.

Gomes (2009), assim como Amaral, debruça-se sobre esta questão da objetividade. E explica que toda a experiência de linguagem implica em construção de sentidos. Portanto, não existe discurso neutro ou livre de propósito.

O que seria, portanto, uma notícia verdadeira? Aquele sobre a qual deve ser possível um acordo universal realizado por uma comunidade ilimitada da comunicação. Dito de outra forma: aquela que de algum modo alcança o sentido próprio de um fato, portanto conformando-se nos limites dos percursos interpretativos dogmaticamente instituídos por uma comunidade de sentido (GOMES, 2009, p. 64)

O jornalismo propõe contar à sociedade os “acontecimentos” do dia a dia. Para isso, usa técnicas que são amplamente divulgadas e apreendidas nas instituições de ensino. E que técnicas são essas? O jornalista precisa ouvir os diversos lados envolvidos em um fato antes de narrá-lo, buscar evitar os adjetivos e manter-se o mais distante do fato, entre outras. Resende (2009) lembra que, diante deste quadro, passa a ser consenso de que a tarefa do jornalismo é contar os fatos ao mundo com esta aura de neutralidade e objetividade.

O mesmo autor acredita que, assim, passa a ser absolutamente relevante o que é ou deixa de ser verdade. O jornalismo é uma “atividade própria de um espaço dinâmico em que se articulam estratégias de poder e como parte de um processo no qual representações e mediações são indissociáveis” (RESENDE, 2009b, p. 36).

Para reforçar esta narrativa da objetividade, também são criados outros aparatos, como os manuais de redação dos veículos de comunicação. São regras que os jornalistas das empresas precisam seguir para contar os fatos com o que eles vão chamar de textos claros, precisos e concisos.

O Manual de *O Globo* diz que, “quanto mais profundamente a notícia afetar o dia a dia do leitor, mais detalhado deverá ser o texto, mais amplas as explicações e mais numerosos os exemplos. E, obviamente, maior o cuidado com a exatidão (GARCIA, 1997, p. 21).” O manual ainda prossegue, dizendo que a informação irrelevante ocupa espaço imerecido e confunde o leitor. Portanto, a ordem, aos que escrevem as notícias chamadas informativas, é não expor opiniões e buscar exatidão. As conclusões caberão ao próprio leitor/ouvinte/telespectador e, agora também, internauta. (TRISTÃO, 2017, p. 23)

Para a autora, este pode ser chamado de o mito da objetividade jornalística, porque, quando o veículo faz a própria escolha do que deve e do que não deve ser noticiado, já há muitos interesses envolvidos. “É preciso lembrar que os valores-

notícia são uma forma de ver o mundo, atribuindo maior ou menor importância a determinados assuntos de acordo com algumas características específicas” (TRISTÃO, 2017, p. 23).

É evidente que as técnicas ajudam as narrativas a parecerem mais neutras, mas sempre haverá interesses e ideologias em jogo. Nesta tentativa, os manuais buscam o controle até mesmo sobre os verbos que serão escolhidos pelo repórter. Utilizaremos outro manual para exemplificar, o do jornal **Folha de S. Paulo** (2001). O manual chama de verbos com carga negativa o admitir, alegar, confessar, reconhecer e jurar, enquanto argumentar, garantir e lembrar seriam verbos com carga positiva. Já os neutros seriam dizer, afirmar, declarar, perguntar e responder.

No entanto, os que pretendem com isso a exatidão esquecem-se, no mínimo, de que a avaliação é sempre feita pelo jornalista que vai entender que sua fonte está alegando ou argumentando conforme ele seja convencido ou não do que for dito, além dos documentos e provas se for o caso. (TRISTÃO, 2017, p. 24)

Ao observarmos como o jornalismo busca se aproximar do que chama de verdade é que percebemos os aparatos que ele aciona, mas, ao mesmo tempo, compreendemos a complexidade. Acionar as teorias do jornalismo pode ser importante para buscar explicações. A Teoria do *Newsmaking* lembra que o jornalismo está longe de ser um espelho da realidade. “É, antes, a construção social de uma suposta realidade. (...) Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la” (PENA, 2005, p. 128)

Pena lembra ainda que o modelo do *Newsmaking* foi sistematizado por autores como Mauro Wolf e Nelson Traquina, que levam em consideração os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, que iremos tratar mais à frente. Pena ressalta ainda que também importam neste processo os constrangimentos organizacionais, a construção da audiência e as rotinas de produção. O autor ressalta ainda as ideias de Gaye Tuchman, uma das principais pesquisadoras do *Newsmaking*. A teoria, segundo ela, articula-se em três vertentes: a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e os processos produtivos. (PENA, 2005, p. 129)

A objetividade jornalística já foi amplamente investigada em estudos acadêmicos, mas continua polêmica quando comparada à neutralidade. Retomamos aqui a questão por entender que, no jornalismo da mídia dita ativista, esta questão passa a ser vista de outra forma.

Para Hanna-Jones, jornalista americana vencedora do Prêmio Pulitzer 2020,¹ “o que precisamos é objetividade nos métodos. Ter certeza de que se está sendo preciso e justo, usando métodos objetivos.” No entanto, ela defende não ser necessário fingir que não temos pensamentos e sentimentos sobre aquilo que cobrimos. A resposta foi dada quando perguntada se era possível separar jornalismo de ativismo. E ela deu sequência:

Eu escrevi sobre segregação racial no sistema público de ensino e claramente eu penso que essa segregação é errada. Eu me oponho à segregação escolar, mas isso não significa que eu não possa reportar de maneira justa e precisa sobre este fenômeno. (LIMA, 2021)

Para Lima (2021), as causas humanitárias que vêm ganhando espaço nas sociedades mundiais e que acabam impulsionadas pelas redes sociais e pelo chamado jornalismo independente digital desafiam a forma de pensar o jornalismo. Para ele, no entanto, é possível assumir claramente posições sem abrir mão do rigor dos métodos de apuração, o que inclui toda diversidade de fontes e posições presentes na realidade histórico-social.

3 DO JORNALISMO TRADICIONAL E SEUS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE AO JORNALISMO INDEPENDENTE E ATIVISTA²

Para este capítulo, vamos tratar dos critérios de noticiabilidade tradicionais e, posteriormente, dos conceitos de jornalismo independente e ativista para, então, falar sobre o **Nexo Jornal** e o **Mídia Ninja** individualmente, pontuando suas histórias e linhas editoriais.

Para Mauro Wolf (2003, p. 82), a abordagem do *Newsmaking* constitui-se em dois aspectos principais. Uma é a cultura profissional dos jornalistas e a outra é a organização do trabalho e dos processos produtivos. Dentre os principais pontos desta teoria estão os critérios de noticiabilidade. Isso significa que, em meio a todos os acontecimentos diários, os profissionais de jornalismo usam critérios para selecionar o que será notícia. A partir disso, passa a definir os valores-notícia.

¹ <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/jornalismo-e-ativismo-ainda-cabe-falar-em-objetividade-neutralidade-e-imparcialidade/>

² Aqui, gostaria de ressaltar que, o estudo sobre os valores-notícia é amplo e abrange muitos conteúdos diversos. No entanto, neste capítulo, iremos focar somente nos que se fazem mais importantes para este estudo.

Sabemos que a prática jornalística se baseia em valores-notícia que são elementos centrais da cultura do jornalismo, como ressalta Nelson Traquina (2005, p. 61). Segundo o autor, estes são utilizados na seleção das notícias e em sua construção para trazer os fatos para a realidade. No geral, o autor afirma que estes critérios são responsáveis por tornar as notícias que são veiculadas pelos canais de mídia tradicionais “um ‘padrão’ geral bastante estável e previsível.” Isso porque os membros dessa comunidade jornalística partilham desses mesmos critérios que iremos abordar neste capítulo.

Os critérios de noticiabilidade se dão pela junção de valores-notícia que permeiam a seleção e a construção da notícia:

[..] os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia”.(TRAQUINA, 2005. p.63)

Os valores-notícia estão presentes em todo o processo de produção jornalística, segundo Mauro Wolf (1985), desde o momento da seleção dos fatos até a construção da notícia. Portanto, estes valores se subdividem em valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção. A partir de agora, vamos analisar cada um deles e suas ramificações.

Os valores-notícia de seleção estão subdivididos em dois grupos, entre critérios substantivos e critérios contextuais. Os primeiros estão relacionados à avaliação direta dos fatos, levando em consideração sua importância e/ou interesse como notícia. Já os critérios contextuais dizem respeito ao contexto de produção daquela notícia, levando em consideração o que deve ou não ser destacado, omitido ou priorizado, servindo como linhas-guia para a apresentação do material. (TRAQUINA, 2005.)

Como um dos principais valores-notícia de seleção dos critérios substantivos temos a **morte**, pois, “onde há morte, há jornalistas” (TRAQUINA, 2005. p.79). Traquina ressalta que este fator é um valor-notícia fundamental na interpretação dos jornalistas e que, por este motivo, o público visualiza uma negatividade excessiva no mundo jornalístico que é apresentado diariamente nos tabloides, na televisão e na internet, na prática que chamamos de *hardnews*, que são as notícias factuais, do dia a dia, com textos concisos, curtos e objetivos. (TRAQUINA, 2005.)

Outro valor-notícia de seleção é o da **notoriedade**, que pode estar ligado ao anterior, pois, a notoriedade do ator principal da notícia também definirá, por exemplo, se tal morte será noticiada, sem levar em consideração a sua ligação com um mega-acontecimento (termo que iremos esmiuçar mais a frente) ou quantidade de mortes. Ou seja, celebridades ou pessoas da elite têm valor como notícia. (TRAQUINA, 2005.)

A **proximidade** é outro valor-notícia de seleção dos critérios substantivos que está principalmente relacionado à proximidade geográfica, mas pode estar relacionado também a proximidade cultural. (TRAQUINA, 2005.)

Um acidente de viação com duas vítimas mortais em Cascais poderá ser notícia num jornal de Lisboa, e possivelmente, mas com maior dificuldade, num jornal do Porto, mas dificilmente num país estrangeiro. (TRAQUINA, 2005. p.80)

A **relevância** é mais um valor-notícia que se remete aos acontecimentos que são importantes por terem um impacto direto sobre a vida das pessoas, do país e da nação como um todo. (TRAQUINA, 2005.)

A **novidade**, para os jornalistas é um valor-notícia que aborda uma questão central, “o que há de novo”. Traquina destaca que, no jornalismo investigativo, principalmente, a novidade é o que justifica voltar a falar de um assunto. Ele afirma que, devido à importância deste valor-notícia, os jornalistas e organizações jornalísticas se interessam muito pela primeira vez, pelo inédito e, também, são sensíveis à última vez, remetendo-se às atualizações que envolvem determinada notícia e justifica a repetição do assunto. (TRAQUINA, 2005.)

Ainda sobre os valores-notícia de seleção dos critérios substantivos temos o fator **tempo**. Este pode ser o próprio fator a se tornar um gancho para justificar voltar a falar de determinado assunto (TRAQUINA, 2005.):

Em primeiro lugar, o fator tempo é um valor-notícia na forma da atualidade. A existência de um acontecimento na atualidade já transformada em notícia pode servir de “*news peg*”, ou gancho (literalmente, “cabide” para pendurar a notícia) para outro acontecimento ligado a esse assunto. Segundo, o próprio tempo (a data específica) pode servir como um “*news peg*” e justificar a noticiabilidade de um acontecimento que já teve lugar no passado, mas nesse mesmo dia. É a efeméride – o próprio tempo é utilizado como “*news peg*”, por exemplo os aniversários. Há um ano, há dois anos, há vinte anos isto aconteceu e publica-se hoje uma notícia sobre esse acontecimento porque aconteceu neste mesmo dia há x anos. (TRAQUINA, 2005. p.81)

A **notabilidade** é outro valor-notícia considerado fundamental por vários estudiosos e por Traquina (2005). A tangibilidade do acontecimento é determinante para que ele seja noticiado. O jornalismo se interessa mais pelos fatos evidentes, com aspectos claros. Por exemplo, uma greve de trabalhadores pode ser mais facilmente noticiada do que as condições que os levaram a se manifestar. “[..] o campo jornalístico está mais virado para a cobertura de acontecimentos e não problemáticas.” (TRAQUINA, 2005. p.82). Ademais, o autor ressalta que o jornalismo tradicional tem dificuldade na abertura de problemáticas. Ainda sobre a notabilidade, a quantidade de pessoas envolvidas no acontecimento também se enquadra neste valor-notícia, bem como a inversão, o contrário do normal, este amplamente presente no clichê, como por exemplo, “o homem que morde o cão, e não o cão que morde o homem.” Além disso, a notabilidade nos remete ao insólito, como o ladrão arrependido que devolve o carro, e há também as falhas, como acidentes de viação e nucleares. Por último, temos o excesso ou a escassez enquadrada ainda dentro deste valor-notícia. Assim como os outros fatores, ele funciona a partir de uma norma ou de um padrão e nele se enquadra, por exemplo, o clima, com destaque para períodos de longas secas ou chuvas excessivas que causam enchentes e deslizamentos. (TRAQUINA, 2005.)

O **inesperado** é apresentado como mais um valor-notícia de seleção dos critérios substantivos de noticiabilidade. É aqui que estão os mega-acontecimentos, ou seja, acontecimentos inesperados, de última hora, que têm o poder de impactar diretamente a rotina de uma redação. Foi assim no dia 11 de setembro de 2001, quando houve o ataque terrorista ao Pentágono e às Torres Gêmeas do *World Trade Center*. (TRAQUINA, 2005.)

O **conflito** ou a **controvérsia** é mais um valor-notícia deste subgrupo que possui bastante influência da violência física ou simbólica. “A presença da violência física fornece mais noticiabilidade e ilustra de novo como os critérios de noticiabilidade muitas vezes exemplificam a importância da quebra do normal.” (TRAQUINA, 2005. p.84). Num país democrático, a violência física é vista como “invulgar” (TRAQUINA, 2005. p.84), que destoa da norma padrão e, por isso, tem muito valor como notícia. (TRAQUINA, 2005.)

Dentro ainda deste contexto, outro valor-notícia citado pelo autor é o da **infração**. Ele remete-se à violação, à transgressão de regras, que os compreende como importantes para a notícia. Traquina ainda ressalta que partes dessas notícias são

“rotineiras e breves, porque o grosso do crime é visto como uma rotina” (TRAQUINA, 2005. p.85).

E, ainda neste contexto, há o **escândalo**. Este está relacionado diretamente com a ideia do jornalista “cão de guarda”, que está muito presente no jornalismo investigativo, e com a ideia de infração às normas. Podemos mencionar o caso *Watergate* como exemplo, no qual os jornalistas *Bob Woodward* e *Carl Bernstein* se mostraram como “cães de guarda” da democracia que estava sendo atacada pelo esquema de espionagem do presidente Nixon em 1972. (TRAQUINA, 2005.)

Para Traquina, os valores-notícia de seleção dos critérios substantivos são resultantes de um consenso social que construiu a sociedade da forma que ela é, e destaca algo muito importante para termos em mente na discussão que iremos abordar mais a frente (TRAQUINA, 2005.):

Esta visão nega quaisquer discrepâncias estruturais mais importantes entre grupos diferentes, ou entre os próprios mapas diferentes do significado numa sociedade, e ganha assim significado político. Grupos fora do consenso são vistos como dissidentes e marginais, sejam eles “skinheads” ou “pedófilos”. (TRAQUINA, 2005. p.86)

De acordo com Daniel Hallim (1986) apud TRAQUINA (2005), podemos dividir o mundo jornalístico em três regiões, que são elas a esfera do consenso, a esfera da controvérsia e a esfera do desvio. A primeira diz respeito aos valores consensuais da sociedade, como a pátria, a maternidade e a liberdade. A segunda remete-se à neutralidade e ao equilíbrio do jornalismo, onde os jornalistas apresentam os dois lados da questão sem tomar partido. Já a terceira esfera, do desvio, está relacionada à exposição, condenação ou exclusão dos que violam ou desafiam os valores consensuais da sociedade. (TRAQUINA, 2005.)

Agora trataremos dos valores-notícia de seleção, de acordo com os critérios contextuais. Segundo o levantamento feito por Traquina (2005), estes dizem respeito ao que envolve o processo de produção das notícias e não mais às características do próprio acontecimento. Eles são divididos em cinco e o primeiro trata-se da **disponibilidade**, isto é, os meios que àquela cobertura demanda, como a facilidade de realizá-la e seu custo, afinal, os jornalistas não podem estar presentes em todos os lugares a todo momento nem as empresas, em sua maioria, dispõem de pessoal para serem enviados para essas coberturas o tempo todo. (TRAQUINA, 2005.)

O segundo trata-se do **equilíbrio**, que está relacionado à “quantidade de notícias sobre este acontecimento ou assunto que já existe ou que existiu há relativamente pouco tempo no produto informativo de uma empresa jornalística” (TRAQUINA, 2005. p.89).

A **visualidade** é outro valor-notícia de seleção dos critérios contextuais que, principalmente no telejornalismo e na web, é um fator fundamental. Ele diz respeito à existência de imagens de qualidade, sendo assim considerada boa uma notícia que possua “boas imagens” (TRAQUINA, 2005. p.89) ou imagens chocantes, como as de um desastre natural, que forneça elementos visuais que possam ser filmados e fotografados pela equipe, justificando o seu envio até o local que será feita a cobertura, por exemplo. (TRAQUINA, 2005.)

A **concorrência** é outro valor-notícia de seleção dos critérios contextuais que impacta diretamente na produção daquela notícia, pois o veículo de comunicação está sempre em busca do furo, do exclusivo, mas, ao mesmo tempo, não pode deixar de noticiar o que os concorrentes estão falando para, além disso, “não permitir um ‘furo’ para a concorrência”. (TRAQUINA, 2005. p.90)

Por fim, o último valor-notícia deste subgrupo é o **dia noticioso**. Há dias que apresentam muitos acontecimentos com altos valores-notícia, no entanto, há dias que não se há muitos acontecimentos relevantes. Nestes dias, acontecimentos com pouca noticiabilidade ganham destaque na mídia. (TRAQUINA, 2005.)

Agora, trataremos dos valores-notícia de construção, ou seja, os critérios de seleção dos elementos dentro do acontecimento. O primeiro deles é a **simplificação**. Isto é, tornar a notícia mais acessível ao entendimento do público. Quanto menos houver ambiguidade e complexibilidade, maior será a probabilidade de ela ser notada e compreendida. (TRAQUINA, 2005). Aqui justifica-se o uso dos clichês, dos estereótipos e das ideias feitas e prontas.

Outro valor-notícia considerado por diversos estudiosos é a **amplificação**. Este trata da amplificação do ato e de suas consequências, como por exemplo “Brasil chora morte de Marília Mendonça em acidente aéreo”³. (TRAQUINA, 2005.)

Sobre a **relevância**, Traquina (2005) diz que é obrigação do jornalista tornar aquele assunto relevante, ou seja, fazer com que as pessoas compreendam a sua importância em suas vidas.

³ <https://paralelo29.com/2021/11/05/brasil-chora-morte-de-marilia-mendonca-em-acidente-aereo/>

Outro valor-notícia desta categoria que é levado em conta por diversos estudiosos é a **personalização**. Este, por sua vez, trata-se da identificação do público. Ele faz com que as pessoas envolvidas no acontecimento sejam valorizadas e, por isso, agarra o leitor por um senso comum de unidade e consideração pelo outro. (TRAQUINA, 2005.)

A **dramatização** é outro valor-notícia de construção citado por vários estudiosos que busca enfatizar os aspectos mais críticos e emocionais da notícia. (TRAQUINA, 2005.)

Por último, temos a **consonância**, que traz a notícia para a realidade do público. É a notícia que busca inserir-se em um contexto já existente e que faça sentido para seu leitor. (TRAQUINA, 2005.)

Vimos que estes são valores compartilhados por toda a cadeia jornalística. No entanto, eles podem ser diretamente afetados pela política editorial da empresa e pelo seu público-alvo. (TRAQUINA, 2005.) Além disso, a influência da empresa jornalística no processo de seleção e construção das notícias também está no espaço ou no tempo que é dado para cada assunto dentro do jornal, seja ele impresso, televisionado, na rádio ou na web. Mais um fator que pode influenciar nessa construção da notícia como um todo é a relação do jornalista com as fontes, que pode deturpar sua percepção dos valores-notícia. A produtividade também impacta diretamente nesta seleção/construção. “As rotinas precisam ser produtivas.” (TRAQUINA, 2005. p.94) Sendo assim, os meios de comunicação precisam produzir notícias que sejam vendáveis e, se possível, terem baixo custo. Ademais, a direção ou os donos da empresa jornalística têm influência direta nesse processo, pois eles ditam quais assuntos são prioridade para eles, de acordo com seus interesses pessoais. (TRAQUINA, 2005.)

Para além dos critérios de noticiabilidade, Firmino da Silva (2013) apud Nascimento e Cunha (2016, p. 9) mostra que há aspectos que serão reconfigurados no jornalismo com a introdução das tecnologias móveis. Entre estes estão multitarefa/acúmulo de funções, atualização contínua do campo, velocidade/tempo real, trabalho para multiplataformas, streaming de dados, interações mediadas virtualmente entre repórteres e editores.

O mesmo autor (2013, p.144) apud Nascimento e Cunha (2016. p.9) vai dizer que o jornalismo móvel possibilita a participação de outras pessoas para além do jornalista, ou seja, a construção pode ser feita por parte do público. A partir daí e

também com os novos modelos diferentes do tradicional, os valores-notícia também podem sofrer alterações.

3.1 AS MÍDIAS INDEPENDENTE E ATIVISTA

O que se pode chamar de jornalismo independente? Vamos pensar teoricamente o conceito dado a este formato em empresas nativas digitais, como o **Nexo**. A independência pode ser de vários tipos: editorial, política e financeira, por exemplo. Recentemente, a **Agência Pública** criou o Mapa do Jornalismo Independente⁴. Ali estão várias iniciativas do jornalismo brasileiro com viés diferente do da grande mídia. São veículos que nasceram nas redes e que, muitas vezes, são projetos coletivos que não estão ligados a grandes corporações, empresas ou políticos. Estão listados todos os que se autodeclaram independentes no país.

O teórico Venício A. de Lima (2009) entende que o jornalismo independente:

“é definido, em geral, por ser um jornalismo realizado sem vinculação econômica ou editorial a grandes grupos empresariais, na perspectiva de contraposição à mídia convencional.” (LIMA, 2009.)

Seria, ainda segundo Lima, um jornalismo “livre de qualquer sujeição, autônomo”. (LIMA, 2009.) O autor acredita que, para que uma prática jornalística se caracterize como independente, devemos nos perguntar sobre o que essa dependência está relacionada.

As ameaças ao papel do jornalismo como prestador de serviço à sociedade e formador de opinião podem vir de vários lados. O Estado pode ser uma ameaça, uma vez que concessões públicas a grandes grupos de comunicação devem ser consideradas a fim de que a prática destes continue. Os próprios grupos que, como empresas que detêm grande poder econômico, podem ditar limites, regras e até mesmo uma autocensura dentro de suas organizações, conhecidas como linhas editoriais, que seguem os interesses destas organizações. Organizações estas que estão submetidas a mais uma ameaça, o poder econômico e a influência dos patrocinadores, que injetam verbas publicitárias milionárias a fim de divulgar seus

⁴ <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>

produtos, serviços e ideias. O autor ressalta ainda que as mídias independentes seguem uma:

subcultura própria; de rotinas produtivas que se transformam em normas; e de interferências editoriais – explícitas ou não – que tornam sem sentido qualquer pretensão à existência do mito da objetividade jornalística ou de uma prática jornalística neutra e isenta. (LIMA, 2009).

Portanto, para que uma prática jornalística seja considerada independente, ela não deve estar submetida a quaisquer ligações citadas anteriormente.

Sobre a mídia ativista, para Nascimento e Cunha (2016), a mídia ativa está no campo da comunicação alternativa, assim como a mídia independente. Esta mídia ganha seu espaço em temas e pautas negligenciados pela mídia tradicional.

Quando a imprensa tradicional negligencia temas e pautas ou aborda-os mostrando apenas um ângulo, surge a necessidade de espaços que deem voz a assuntos, atores e movimentos sem visibilidade, o que favorece a existência de grupos de ativismo midiático, como a Mídia Ninja, ocorrendo, assim, um confronto de parcialidades entre a mídia tradicional e a mídia ativista. (NASCIMENTO; CUNHA, 2016, p. 19).

Segundo as autoras (2016), este é um espaço de antagonismo às oligarquias de comunicações, que serve como um lugar de fiscalização e denúncia destes grupos. Elas, que analisaram o **Mídia Ninja**, apontam que a pauta desta mídia ativista é ligada a “movimentos sociais e outras negligenciadas pela hegemonia midiática” (NASCIMENTO e CUNHA, 2016, p.6).

As mesmas autoras ressaltam ainda que, em relação à linguagem (2016), os textos também se diferem da chamada grande mídia por trazer elementos mais ativistas ao invés de jornalísticos. Observaremos este conceito nítido mais à frente com a análise do **Mídia Ninja**, que prioriza estes temas ao invés de seguir um modelo adotado pela grande mídia de fazer o factual, o furo, o *hardnews*, como ponto central na produção de notícias.

3.2 O NEXO COMO MÍDIA INDEPENDENTE

O **Nexo** nasceu em novembro de 2015 com o intuito de ser um canal de mídia explicativo. Seus fundadores, Paula Miraglia, Renata Rizzi e Conrado Corsalette, criaram o jornal digital como um modelo independente, financiado por leitores que

pagam por sua assinatura. Sua sede fica situada em São Paulo e conta com uma atual equipe de 41 pessoas com formações distintas. Possui a certificação do Projeto Credibilidade, que atesta que um jornal tem padrões de transparência suficientes para ajudar pessoas a avaliar a qualidade e a credibilidade do jornalismo. Nexo (c2015)⁵.

Sua criação se deu em meio a um retrocesso econômico do país na época, que, segundo FARIAS, SOUSA e RODRIGUES (2018), fez com que as mídias tradicionais perdessem força e novas formas de praticar jornalismo fossem criadas, bem como novas maneiras de sustentá-lo. Para eles, a autonomia em relação ao financiamento, que é exclusivamente feito através de assinaturas sem depender de publicidade, explicita a singularidade do jornal e sua qualidade na criação de notícias, fazendo com que ele se aproxime ao máximo do conceito de independência e imparcialidade. Os autores ainda ressaltam que, por esse motivo, o **Nexo** entrega jornalismo de qualidade. Assim, o leitor fica livre para formar sua própria opinião sobre os assuntos.

De acordo com MOURA (2019, p.10), “o jornal vai além disso e inova também em outros formatos”. Ela ainda ressalta que o veículo não se preocupa em colocar como manchete o que em outros jornais é notícia principal, e seus redatores contextualizam todos os acontecimentos que envolvem determinado assunto, fazendo com que o leitor que não tem informações prévias sobre possa entender. FARIAS, SOUSA e RODRIGUES (2018) reforçam que, para se manter vivo, o jornal, que depende apenas das assinaturas dos leitores e existe somente no ambiente digital, tem na forma de seus conteúdos a maior estratégia e se destaca quando é comparado aos jornais tradicionais. Além disso, a forma de captar esta audiência e fazer com que o leitor permaneça seria inviável nos veículos de comunicação tradicionais.

O **Nexo** não inova somente na forma de praticar o jornalismo, mas também na criação de suas editorias, segundo MOURA (2019). Isso se dá pela intenção de seus criadores de difundir o debate público e dar todas as informações necessárias ao leitor. Não é somente uma apuração de fatos transformados em texto, mas um conjunto de elementos gráficos, audiovisuais e textuais que visam contextualizar todo um acontecimento para explicar tal fato, que, em suma, responde às perguntas regulares presentes em um lead: o que, quem, quando, onde, como e por quê.

Assim, fica claro como o jornal vai direto ao ponto, de forma precisa, para veicular notícias (FARIAS, SOUSA e RODRIGUES, 2018). Outro ponto é que o jornal dá voz

⁵ <https://www.nexojournal.com.br/sobre/Sobre-o-Nexo>

para pautas que, muitas vezes, não estão na grande mídia, fortalecendo assim a ideia de promover debates públicos a fim de disseminar a maior quantidade de informações possíveis sobre aquele assunto.

Ao que diz respeito à disposição dos conteúdos, suas 18 editorias estão presentes em uma lista no menu lateral. A primeira delas é a editoria Extra, seguida pela editoria Expresso, que possuem características em comum, as notícias factuais. O que as diferenciam é a forma como são realizadas as matérias. Na editoria Extra, as matérias factuais são feitas de forma mais básica, respondendo o lead, com tamanho menor e mais objetivas.

Ademais, ao fim das matérias, sempre há hiperlinks que levam para matérias da editoria Expresso, que propõe que o leitor continue lendo sobre o tema de uma forma mais aprofundada com as manchetes tradicionais usando os pronomes interrogativos: “como”, “qual” e “por que”. Já na editoria Expresso as matérias também apresentam temas quentes, que estão acontecendo agora, o chamado *hardnews*, e seguem o padrão do **Nexo** de ser explicativo, contendo retrancas⁶ e indagações para contextualizar determinado assunto, como podemos observar na matéria⁷ publicada sobre a concessão de mísseis e foguetes pelos Estados Unidos à Ucrânia, em meio a guerra promovida pela Rússia.

A editoria subsequente Explicado traz uma forma ainda mais aprofundada sobre determinado assunto e é o setor que consideramos ter mais o diferencial do **Nexo** em relação a outras mídias. Nas matérias publicadas, há diversas retrancas que, além de responder o lead, também fazem indagações e trazem seções como a EM ASPAS, que traz falas de especialistas no assunto abordado. Existe ainda a NA ARTE, com indicações de filmes, livros, documentários e produções artísticas em geral. Na seção NO MUNDO, há dados ou fatos sobre o assunto abordado na matéria em escala mundial. Outra seção encontrada é a VÁ AINDA MAIS FUNDO, com artigos e textos acadêmicos e não acadêmicos relacionados ao tema.

⁶ Divisão que se faz em uma matéria jornalística para separar o assunto em blocos com subtítulos.

⁷ <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2022/06/02/A-corrida-dos-m%C3%ADsseis-e-foguetes-entre-EUA-e-R%C3%BAssia-na-Ucr%C3%A2nia>

FIGURA 1: Editorias do Nexo.



Fonte: Nexo Jornal, 2022. Meio digital⁸. Acesso em 01 de jun. 2022.

A próxima editoria, Gráfico, traz matérias que exploram os recursos, propriamente ditos, gráficos e imagéticos, como mapas, gráficos de linha, gráficos de pizza, gráficos de barras, artes e *designs*. Há também partes em texto, mas os recursos visuais, que são propícios para o ambiente digital em que se encontra o jornal, são muito mais utilizados. Já na editoria Vídeo são postadas reportagens em formato audiovisual, contendo todos os elementos de um *videotape*. Algumas mais simples, com imagens e falas em *off*, outras com passagens e *designs* gráficos.

A editoria Interativo propõe um teste de conhecimento do assinante, que responde uma espécie de quiz com perguntas e várias opções de respostas a serem marcadas sobre determinado assunto, que normalmente possui algum gancho jornalístico. A cada escolha de resposta do leitor, o jornal traz qual é a resposta correta e um texto contextualizando o assunto. Em Entrevista, é onde as conversas com especialistas são publicadas em formato de texto, com perguntas e respostas. Na editoria Serviço são criadas reportagens que quase sempre estão acompanhadas do

⁸ <https://www.nexojornal.com.br/>

pronome “Como” e trazem uma espécie de guia, com informações sobre como fazer determinada atividade. Em Ensaio, são publicados textos em formato de colunas, com assinatura de especialistas com formação na área em que o assunto é proposto. Os textos são diagramados em design que remete bastante às colunas dos jornais impressos e trazem a opinião dos autores, levantando fatos que contextualizam e dados que comprovem o assunto.

A próxima editoria é a Debate, que traz séries de reportagens em parcerias com organizações não governamentais que, em sua maioria, visam enaltecer grupos sociais em vulnerabilidade social. O fato de a editoria apresentar parcerias vai de encontro ao que foi dito por FARIAS, SOUSA E RODRIGUES (2018, p. 7). Na época da pesquisa, o jornal não tinha parcerias, o que ocorre hoje. Para realização de um jornalismo neste âmbito digital, é necessário estar aberto a parcerias, dentre outros pontos levantados. No entanto, até aquele ano de 2018, segundo os autores, o **Nexo** não apresentava estas parcerias e eles concluíam que:

O modelo de negócio do Nexo conversa com essa análise ao passo que o aspecto organizacional da redação é plural, porém enxuto, pois a redação conta com apenas 30⁹ profissionais de áreas entre o jornalismo e estratégia, contando com os seus três fundadores. A receita, direta, contrariando a abertura as parcerias. Por outro lado, o aproveitamento maior de dados, e um maior recurso a indivíduos são marcas das produções do Nexo. (FARIAS, SOUSA e RODRIGUES, 2018. p.7).

Observamos que essa conclusão cai por terra quando o **Nexo** agora, em 2022, apresenta nesta editoria parceria com as Organizações Não Governamentais “República.org”, destinada a melhorar o trabalho de servidores públicos no Brasil, a “Fundação José Luiz Egydio Setúbal”, responsável por agir em prol da melhoria da qualidade de vida das crianças, o “Observatório da Democracia no Mundo (ODEC)”, grupo de pesquisa e extensão responsável por analisar a saúde da democracia e de processos eleitorais no Brasil e no mundo. E, por fim, O “Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA)”, agência de desenvolvimento internacional da Organização das Nações Unidas (ONU), responsável por tratar de questões populacionais.

A editoria Podcast traz programas e reportagens em áudio, com destaque para o programa Durma com essa, que reúne as notícias mais relevantes do dia e um único programa narrado por um locutor do Nexo. Estante traz dicas de livros em matérias

⁹ Em 2022, conforme pesquisa, o Nexo Jornal possui um total de 41 profissionais.

assinadas por especialistas no assunto. Especial são as reportagens especiais produzidas para enaltecer algum assunto, data especial ou um acontecimento relevante o suficiente para que seja produzido um especial.

A editoria Externo é onde são publicados textos de outros veículos, ou seja, matérias e reportagens produzidas por outros sites de notícias e jornais. Acadêmico é onde são publicadas pesquisas acadêmicas de diversos temas, como monografias, dissertações e artigos. Na matéria há indicações de “qual pergunta a pesquisa responde?”, “Por que isso é relevante?”, “Resumo da pesquisa”, “Quais foram as conclusões?”, “Quem deveria conhecer seus resultados?” e “Referências”. A editoria ajuda estudantes na divulgação de seus trabalhos.

Na editoria Profissões, são trazidas matérias que falam sobre os desafios em diversas áreas do mercado. Em Léxico, textos discorrem pelos significados das palavras da língua portuguesa, contextualizando e problematizando sobre elas. Por fim, a editoria Colunistas traz uma seleção de colunas divididas por cada colunista, contendo sua foto e nome ao lado.

3.3 O MÍDIA NINJA COMO MÍDIA ATIVISTA

Criado em 2013, em meio às manifestações de junho¹⁰, o coletivo **Narrativas Independentes Jornalismo e Ação** surgiu de uma convergência dos meios de comunicação onde a circulação de informações on-line era crescente, de acordo com RODRIGUES (2017. p.2). A autora destaca que, com a disseminação das Tecnologias de Informação e Comunicação, termos como “jornalismo cidadão” e “midiativismo” tornaram-se conhecidos, impulsionados por estes meios tecnológicos que quebraram o monopólio dos meios de comunicação tradicionais. O **Mídia Ninja** ganha destaque quando realiza transmissões in loco dos protestos de 2013 via plataforma *Twitcasting*, com transmissões ao vivo em vídeo com comentários simultâneos de usuários do *Twitter*.

¹⁰ As manifestações de junho, ou jornadas de junho, foram uma onda de protestos que ocorreram no ano de 2013 motivados pelo aumento de 20 centavos no preço da passagem, que depois tomaram grandes proporções pautadas em outras reivindicações contra o sistema político da época que, posteriormente culminou no impeachment da ex-presidente, Dilma Rousseff.

Com a repercussão das imagens que denunciavam confrontos e violência policial em tempo real, o assunto tornou-se pauta na grande mídia. Mas a história do midiativismo já percorre o mundo há muitos anos, como destaca a autora:

Os movimentos altermundistas na cidade americana, em Genova, Itália, em 2001, e em Londres, Inglaterra, em 2004, delinearam os primeiros passos do ativismo em rede (AGUIAR & SCHAUN, 2015) que se intensificou a partir de 2011 com o fenômeno Occupy disseminado em países de diferentes continentes. (RODRIGUES, 2017, p.6)

Nesta época, recursos digitais, como publicação em sites, eram pouco utilizados pela mídia tradicional e foi o que possibilitou uma grande visibilidade à esta cobertura determinada, assim, alternativa. RODRIGUES (2017, p.6) destaca que há consenso entre estudiosos sobre o ativismo na internet:

O ciberativismo apresenta-se como uma forma de ativismo que se utiliza da internet e suas ferramentas, apresentando, como principal diferencial para seus usuários, uma alternativa em relação ao monopólio da opinião pública pelos meios de comunicação convencionais, ocasionando mais liberdade, causando maior impacto e possibilidade de gerar, assim, mobilização social a favor de um mesmo ideal. (AGUIAR & SCHAUN, 2015, p.208) apud (RODRIGUES, 2017. p.6)

O **Mídia Ninja** adota um modelo de trabalho até então novo no país. Na época o coletivo ainda era subsidiado à organização Fora do Eixo. Desde então, adota um modelo de trabalho de casas coletivas, com financiamento coletivo, as chamadas “vaquinhas”, onde quem se interessar pode realizar doações para manter o coletivo vivo. Ele conta com cerca de 500 pessoas diretamente envolvidas no trabalho alocado nestas casas espalhadas pelo Brasil¹¹. O conteúdo é aberto e gratuito a qualquer usuário. Como propõe o midiativismo, o **Mídia Ninja** preza por disseminar narrativas e dar visibilidade a grupos sociais marginalizados e silenciados pela grande mídia. RODRIGUES (2017. p.3).

A autora ressalta que, apesar de o coletivo ter influência de pautas da mídia tradicional, o enfoque é diferente:

Desde seus primeiros passos nas jornadas de junho, a Mídia Ninja persegue a cobertura da grande mídia em temas de grande importância – como na votação da redução da maioria penal ou no processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff. Em suas coberturas, porém, subverte critérios largamente utilizados pelos media, como relevância, significatividade,

¹¹ <https://midianinja.org/quem-somos/>

dramatização e notoriedade. Se a seleção de pautas sofre forte influência do noticiário *mainstream*, adota enfoques bastante díspares (RODRIGUES, 2017, p. 9).

Observa-se também o destaque que o coletivo dá para os personagens principais dos acontecimentos, onde fica nítida a tentativa do **Mídia Ninja** de trazer outras versões dos fatos àquelas dadas na mídia tradicional, que prefere ouvir as fontes oficiais. Como o exemplo citado pela autora, na greve dos garis, onde o coletivo deu enfoque para as reivindicações e para a mobilização daquele grupo, ignorando as fontes oficiais e destacando os garis como “heróis”, enquanto o jornal **O Globo** partiu de uma premissa que destacou o caos na cidade, privilegiando as fontes do governo RODRIGUES (2017, p.9). De acordo com AGUIAR e RODRIGUES (2017, p.6), baseado em afirmações de diversos estudiosos, interessa mais ao jornalismo tradicional o conflito do que seus motivos de acontecer, ou seja, suas bandeiras.

Ao que diz respeito à linha editorial do coletivo, temáticas relacionadas à grupos como o Movimento Sem Terra, LGBTs ou fontes que fortaleçam sua ideologia são prioridade. Neste contexto observa-se “um esforço no sentido de ressignificar conteúdos da grande mídia” RODRIGUES (2017, p.12), que se faz presente, por exemplo, nas publicações que defendiam que o impeachment da presidente Dilma Rousseff em 2016 se tratava de um “golpe jurídico midiático”, totalizando 297 publicações contra o impeachment nas datas em que houve protestos da organização Frente Brasil Popular¹², em prol da democracia e em defesa da permanência de Dilma Rousseff na presidência. Em contrapartida, não é dado nenhum destaque para os movimentos que apoiaram o impeachment, o que configura um apoio ao governo do PT da época, destacando que há parcialidade explícita por parte do **Mídia Ninja** em definir o que é pauta ou não, o que vai ao encontro da ideia de que não há jornalismo imparcial, principalmente quando falamos de midiativismo.

Ainda, de acordo com observação realizada pela autora Cláudia Rodrigues (2017, p.12) em duas casas coletivas ligadas ao grupo, entre julho e outubro de 2015, a logística de produção das notícias do **Mídia Ninja** é diretamente afetada pelo seu “compromisso com agendas políticas” que “compromete e estabelece a produção de narrativas da Mídia Ninja”, ou seja, há uma imposição de uma agenda militante e ativista que destoa da produção de notícias da mídia convencional, uma vez que o

¹² <https://www.frentebrasilpopular.org.br/conteudo/compromissos-da-militancia/>

coletivo insiste em temas relacionados às minorias e aos grupos sociais marginalizados. Portanto, o **Mídia Ninja** prioriza temas que são pertinentes ao seu propósito de levantar bandeiras, desconstruir e mobilizar narrativas. Ele assume o posto de oposição à grande mídia e às instituições que detêm grandes poderes, como o próprio governo.

Desta forma, o coletivo cria identificação com o público que ali se vê representado. Os meios de comunicações digitais facilitam a disseminação do conteúdo, que é altamente compartilhado e rapidamente divulgado, o que comprova sua capacidade de alcance. Portanto, ele não segue padrões estabelecidos do jornalismo convencional e traz uma versão diferente da prática jornalística, com novos critérios e valores-notícias, sendo este o que nos interessa neste estudo.

O **Mídia Ninja** apresenta uma editoria que está em consonância com seus valores e preceitos. Na seção Notícias do site, estão disponíveis quatro editorias: Meio Ambiente, Educação, Música e LGBT. Não poderia ser diferente, uma vez que a agenda midiática do coletivo é pautada em cima de temas relacionados à militância e ao ativismo.

FIGURA 2: Editorias da seção de Notícias do site Mídia Ninja.

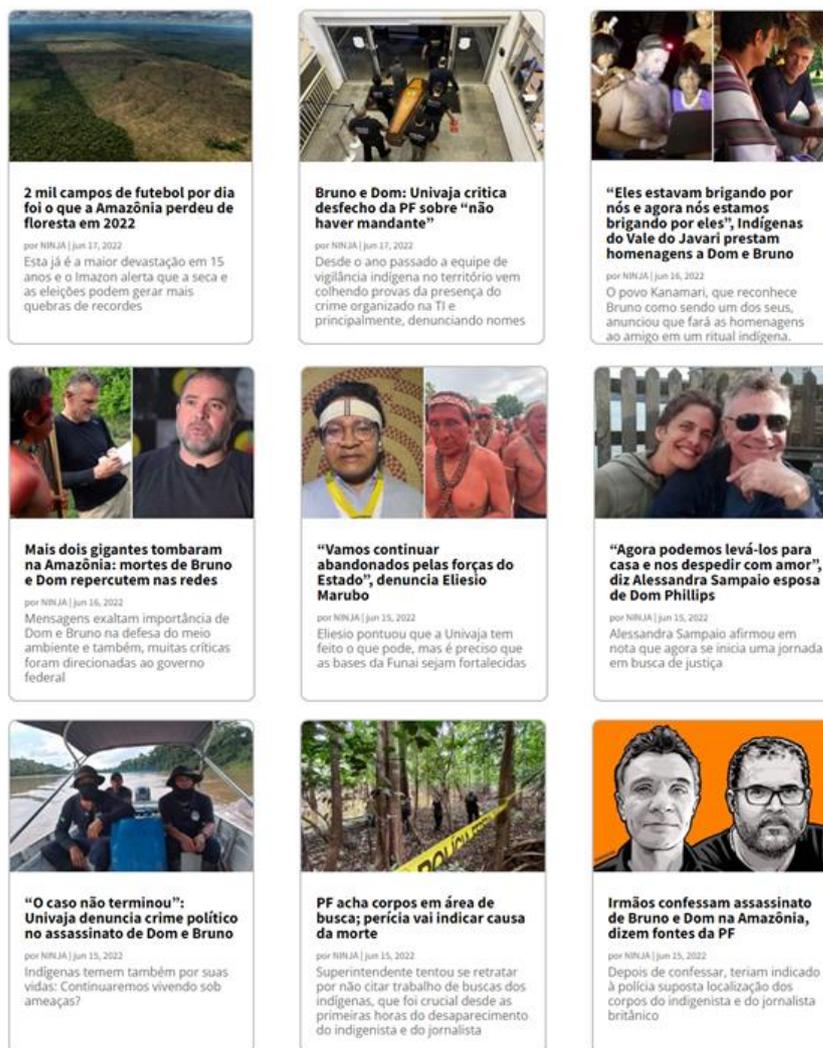


Fonte: Mídia Ninja, 2022. Meio Digital. Acesso em 04 de jul. 2022.

Observa-se que a atualização destas notícias se dá conforme demanda ativista, não havendo uma alteração diária, por exemplo, como fazem os meios de comunicação tradicionais pautados no *hardnews*. O **Mídia Ninja** busca atualizar seu conteúdo a fim de militar sobre determinado assunto. Por exemplo, das nove matérias

publicadas na editoria Meio Ambiente entre 15 e 17 de junho de 2022, oito falaram sobre o caso de assassinato do jornalista britânico Dom Phillips e do indigenista Bruno Pereira.

FIGURA 3: Matérias da editoria Meio ambiente do Mídia Ninja no período analisado.



Fonte: Mídia Ninja, 2022. Meio Digital¹³. Acesso em 18 de jun. 2022.

Apenas uma matéria falou sobre o desmatamento da Amazônia, assunto que também pode se enquadrar na questão do ativismo, relacionado à proteção da floresta amazônica. Portanto, o coletivo não está interessado no factual que é dado na grande mídia. A não ser que seja um fato relacionado aos seus interesses, como foram as mortes de Dom e Bruno. Em situações que interessam ao seu editorial, o site estará

¹³ <https://midianinja.org/meio-ambiente/>

atento para o que está sendo falado nos meios tradicionais, porém, dará foco para temas que estão relacionados com as causas as quais defende.

Na editoria Educação, o coletivo adota parcerias com uma redação constituída por estudantes, que assina as matérias como “Estudantes Ninja”.

FIGURA 4: Assinaturas nas matérias da editoria de Educação do Mídia Ninja.



Fonte: Mídia Ninja, 2022. Meio Digital¹⁴. Acesso em 18 de jun. 2022.

Seguindo o mesmo padrão editorial Ninja, a editoria trata de assuntos relacionados à educação, considerando os valores-notícia relevantes para ela, que veremos mais à frente em nossa análise, mas que são basicamente pautados em cima da militância, denúncia e engajamento.

Na editoria Música, também observa-se o mesmo padrão e há uma tentativa de disseminar culturas alternativas, fora do eixo Rio - São Paulo, e de enaltecer artistas que, normalmente, levantam pautas de minorias com sua arte, além de denúncia de casos que infrinjam o acesso e a propagação de culturas múltiplas, como um marco do **Mídia Ninja** por fazer justiça. A editoria LGBT traz notícias realizadas em parceria com a “Fora do Armário”, Frente de Mobilização LGBTQIAP+ da **Mídia Ninja**, grupo responsável por tratar de assuntos relacionados à gênero e orientação sexual. As matérias nesta editoria são assinadas tanto por NINJA quanto por FODA, sigla que contempla as iniciais da Frente de Mobilização “Fora do Armário”.

Fica claro como o **Mídia Ninja** quer passar informação. Ele vai além do simples “informar” e se faz parte da notícia, como destaca RODRIGUES (2017, p.7) sobre o midiativista, “como um sujeito que estabelece uma relação de trabalho diferente do

¹⁴ <https://midianinja.org/educacao/>

jornalista corporativo uma vez que sua atuação pressupõe ‘mobilizar e organizar’”, o que configura a prática jornalística Ninja como parte atuante de seu público. Eles não estão somente levantando estas bandeiras por simples empatia, eles são o próprio movimento e estão inseridos na parcela da sociedade que quer dar voz a estes assuntos. Eles dão esta voz fazendo com que a sua produção de notícias dê lugar de fala para as pessoas que são os agentes principais da informação, tanto na seleção das notícias quanto em sua construção, levando em consideração todos os critérios de noticiabilidade utilizados por eles. Portanto, as narrativas do coletivo tomam formas bastantes opinativas e assemelham-se às “crônicas, parciais e subjetivas”, segundo Bentes (2015, p.16).

Na seção Opinião, encontramos duas editorias: Colunistas e Entrevistas. A primeira traz uma lista de colunistas especializados em diversos temas voltados para o social. Dentre eles há ativistas, escritores, educadores, cientistas, filósofos, jornalistas, poetas, advogados, políticos, professores, estudantes, artistas e profissionais de comunicação em geral. A maioria deles ligados à algum movimento social em prol de narrativas múltiplas e plurais, como o racismo, as pautas LGBTQIAP+, o feminismo, o meio ambiente e indígenas etc. Em Entrevistas, é onde são apresentadas as entrevistas que são realizadas com atores sociais de determinados assuntos. Normalmente, são trazidas pessoas como artistas, políticos, ativistas e estudiosos envolvidos nas causas sociais as quais o coletivo defende.

A próxima seção do site, Especiais, traz reportagens especiais e conta com 5 editorias. A primeira, Chicas Poderosas, trata-se de uma parceria com a organização sem fins lucrativos¹⁵, que leva o mesmo nome, e aborda assuntos relacionados ao desenvolvimento das mulheres, a igualdade de gênero nas mídias e a liderança feminina. Cura e pajelância é a segunda editoria que trata de assuntos relacionados às comunidades indígenas. Nesta editoria, é publicada uma série que reflete a cultura do povo Tupinambá, da Reserva Extrativista Tapajós Arapiuns, que sofreu com atendimento precário na saúde no período de pandemia de COVID-19. Nela, a jornalista socioambiental manaura, Tainá Aragão, o fotógrafo Leonardo Milano e a cineasta indígena, Priscila Tapajowara, destacam os desafios da vida indígena e seus conhecimentos ancestrais contra a pandemia. A próxima editoria desta seção é a COP 26, editoria especial que tratou da Conferência das Nações Unidas sobre Mudança do

¹⁵ <https://chicaspoderosas.org/la-organizacion/>

Clima de 2021 e traz matérias que destrincham os acontecimentos relacionados à conferência. Especial CPI é mais uma editoria da seção Especiais que fala sobre a CPI da Covid. Na página¹⁶, encontramos uma visualização extensa, com linha do tempo sobre os acontecimentos, uma lista completa dos indiciados, as linhas de investigação e o relatório completo da Comissão Parlamentar de Inquérito que identificou 9 crimes cometidos pelo Presidente da República, Jair Bolsonaro. A próxima editoria, Brasileirão Feminino 2021, tem foco no futebol feminino e trata do Campeonato Brasileiro Feminino de Futebol de 2021. Ela conta com matérias sobre os jogos e ainda possui uma parte lateral que traz as agendas de jogos e resultados de jogos passados.

¹⁶ <https://midianinja.org/cpi-da-covid/>

4 OS VALORES-NOTÍCIA NO MÍDIA NINJA E NO NEXO JORNAL

Neste capítulo, vamos mostrar a metodologia que utilizaremos na análise. Primeiramente fizemos a escolha dos veículos que seriam analisados, correspondendo a uma pré-análise. A partir daí, foi preciso um apanhado geral dos sites, com leituras e descobertas de todas as editoriais, para, então, chegarmos ao conteúdo que será esmiuçado e analisado para conseguirmos fazer a caracterização dos valores-notícia.

4.1 A ANÁLISE DE CONTEÚDO COMO METODOLOGIA

Usaremos em nossa metodologia a Análise de Conteúdo, de Bardin (1979) como referência. De acordo com a autora francesa, a análise deve ser realizada em cinco passos: organização, codificação, categorização, inferência e tratamento informático. Utilizaremos apenas os dois primeiros critérios: organização e codificação. A organização é uma pré-análise que se deve escolher os documentos a serem submetidos à análise, além de serem formuladas as hipóteses e os objetivos. Ainda nesta fase, é necessário elaborar os indicadores que fundamentarão a interpretação final. As hipóteses são consideradas na escolha destes indicadores. A autora explica que o índice pode ser a menção explícita de um tema em uma mensagem. “Se se parte do princípio de que este tema possui tanto mais importância para o locutor quanto mais frequentemente é repetido, o indicador correspondente será a frequência deste tema de maneira relativa ou absoluta, relativamente a outros.” (BARDIN, 1979, p.126).

Além disso, Bardin diz que, antes da análise, é necessário fazer o que ela chama de leitura flutuante, ou seja, “estabelecer contato com os documentos a analisar e conhecer o texto, deixando-se invadir por impressões e orientações” (BARDIN, 1979, p.121).

Será realizada uma comparação entre duas mídias alternativas, sendo uma considerada como independente, o **Nexo**, e outra como ativista, o **Mídia Ninja**. Iremos analisar as temáticas e abordagens dadas a cada uma delas para entender que critérios foram utilizados. Observaremos os critérios tradicionais do jornalismo no que se refere aos valores-notícia para entender se eles influenciam ou não as matérias. Caso confirme a nossa hipótese de que há outros valores predominantes, iremos criar

uma denominação para eles. Em nossa análise, observamos 34 matérias do Mídia Ninja e outras 16 do Nexo. Fizemos a observação do material que estava divulgado nos sites no período de 30 de maio a 3 de junho. A partir do que vimos e das repetições encontradas nas temáticas, pudemos entender os critérios de noticiabilidade e o que é considerado valor-notícia para eles. Vale ressaltar que, consideramos uma ousadia a criação destes conceitos que iremos levantar e, este, não é um estudo fechado e merece maiores aprofundamentos para sua conceituação.

Retomando apenas aqui para facilitar o leitor, os nomes dos valores-notícia pelos critérios de seleção levantados por Traquina (2005) no jornalismo tradicional e já mencionados anteriormente aqui: morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito, infração e escândalo. Lembrando que quanto mais o tema possui estes valores acima, maior a possibilidade de estarem na grande mídia. Já na mídia alternativa, que valores serão mantidos e quais serão modificados?

4.2 O NEXO JORNAL E SEUS VALORES-NOTÍCIA.

Ao analisar o **Nexo jornal**, não encontramos as tradicionais editorias separadas por temáticas, como Cidades, Política, Esportes, e que estão presentes na maioria dos veículos de comunicação da grande mídia. No lugar destas, existem nomes que não deixam claro o tipo de conteúdo, mas sim o modelo/forma em que o tema se apresentará: Expresso, Explicado, Gráfico, Acadêmico, Interativo, Podcast, entre outros, conforme já mostramos anteriormente.

A partir do que vimos, entendemos que a editoria Explicado e Expresso são as que mais se enquadram em nosso objetivo por ser um dos principais diferenciais do **Nexo** no que se refere a fazer um jornalismo mais pedagógico e explicativo do que o informativo, mais tradicional no país. Aliás, caberia até mesmo aqui abrir um parêntese para lembrar dos gêneros jornalísticos tradicionais estudados até aqui por nossos pensadores da comunicação. Esta temática não faz parte de nosso trabalho, mas lembramos que José Marques de Melo e Francisco de Assis (2016) conceituam os gêneros como: informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário. Os formatos encontrados no **Nexo Jornal** não se encaixariam perfeitamente nestes conceitos. Não caberia o informativo como principal já que, na maioria das vezes, são

temas já de conhecimento dos leitores. Alguns conteúdos se encaixariam em utilitário por apresentarem uma espécie de serviço ao leitor.

Na editoria Explicado há, de uma maneira geral, uma tentativa de esclarecer os acontecimentos do mundo para o leitor ter um melhor entendimento. Analisamos as últimas oito matérias publicadas no site até o dia 02 de junho de 2022.

Editoria Explicado

Valores-notícia: Enciclopédico, Contextualização

Ao observarmos todas as reportagens de Explicado percebemos que é uma editoria com temas muito amplos e perenes. Portanto, há assuntos que continuam atuais mesmo já tendo sido escritos há mais de um ano. As temáticas variam. No período analisado, encontramos assuntos pertinentes à política, meio ambiente, saúde, trabalho, agronegócio, ciência, indígena e política novamente. Apesar de serem temas comuns na mídia tradicional, aqui são tratados de maneira pedagógica e até enciclopédica.

FIGURA 5: Retranças e seções da editoria Explicado

NESTE TEXTO:
O QUE é o agronegócio
QUEM o agronegócio alimenta
QUANDO o agronegócio despontou no Brasil
ONDE está o agronegócio no Brasil
COMO o agronegócio atua politicamente
POR QUE o agronegócio ameaça o meio ambiente
NO MUNDO: um conceito em exportação
EM ASPAS
Vá ainda mais fundo

Fonte: Agronegócio...¹⁷, Nexo Jornal. 2021. Meio Digital. Acesso em 02 de jun. 2022.

¹⁷ <https://www.nexojornal.com.br/explicado/2021/10/25/Agroneg%C3%B3cio-origem-poder-e-impactos-de-um-setor-chave>

As perguntas básicas do lead são trazidas em destaque, facilitando a compreensão do leitor. O modelo enciclopédico segue até mesmo nas imagens, que não são jornalísticas, mas ilustrativas. São matérias que exigem muito mais pesquisa dos jornalistas do que entrevistas com fontes diretas. Outro recurso muito utilizado são os verbos no imperativo, como “entenda” e “conheça”. O conteúdo faz uso frequente de links e infográficos, tudo com o objetivo de esclarecimento de assuntos, muitas vezes, densos.

Nesta análise, observamos as seguintes matérias:

- 1 – “Federação partidária: um novo arranjo para aliança entre partidos”;
- 2 – “Recuperação verde: uma aposta econômica contra a crise do clima”;
- 3 – “Desnutrição infantil: um problema para a vida toda”;
- 4 – “A trajetória, o perfil e o papel dos servidores públicos no Brasil”;
- 5 – “Agronegócio: origem, poder e impactos de um setor-chave”;
- 6 – “Direitos reprodutivos: uma história de avanços e obstáculos”;
- 7 – “Terra indígena: um direito em disputa permanente no Brasil”;
- 8 – “CPIs: a história e o alcance das investigações”;

FIGURA 6: Matérias analisadas na editoria Explicado.



Fonte: Nexo Jornal, 2022¹⁸. Meio Digital. Acesso em 30 de mai. 2022.

¹⁸ <https://www.nexojornal.com.br/explicado/>

Ao analisar as matérias da editoria que carrega o que estamos chamando de jornalismo pedagógico, observamos que há uma preocupação do jornal em sanar as dúvidas do leitor a respeito do assunto. É apresentada uma série de seções que vem ao lado da matéria, como se fosse uma enciclopédia. Por isso, definimos o ENCICLOPÉDICO como um valor-notícia do jornal.

Para que haja compreensão a respeito, trazemos o seguinte exemplo:

FIGURA 7: Exemplo de matéria enciclopédica.

Fonte: Federação partidária...¹⁹, Nexo Jornal, 2022. Meio Digital. Acesso em 30 de mai. 2022.

FIGURA 8: Exemplo de retranca dentro do jornal que comprova o valor-notícia ENCICLOPÉDICO.

! O QUE é uma federação partidária

A federação é uma aliança partidária formal que precisa seguir uma série de regras. Ela prevê que dois ou mais partidos podem se unir para disputar uma eleição. Mas precisam atuar como se fossem um só durante os quatro anos seguintes. A exigência vale para a disputa eleitoral e vale também para a atuação legislativa.

O modelo é diferente de uma fusão. Além de ter tempo de duração, os partidos federados podem manter sua identidade, seu número eleitoral, sua estrutura partidária e, principalmente, podem administrar o fundo partidário e o fundo eleitoral que recebem dos cofres públicos de forma autônoma. Mas há uma série de amarras. Veja abaixo:

Fonte: Federação partidária...²⁰, Nexo Jornal, 2022. Meio Digital. Acesso em 30 de mai. 2022.

¹⁹ <https://www.nexojournal.com.br/explicado/2022/05/30/Federa%C3%A7%C3%A3o-partid%C3%A1ria-um-novo-arranjo-para-alian%C3%A7a-entre-partidos>

²⁰ <https://www.nexojournal.com.br/explicado/2022/05/30/Federa%C3%A7%C3%A3o-partid%C3%A1ria-um-novo-arranjo-para-alian%C3%A7a-entre-partidos>

Nesta reportagem, por exemplo, há uma preocupação de deixar o leitor por dentro do que é federação partidária, algo importante para se saber em um ano de eleições. O texto vai mostrar os impactos que esta mudança pode trazer para as eleições gerais de 2022. Na mídia tradicional, em geral, o assunto é abordado quando a lei entra em vigor, mas depois não há maiores explicações, principalmente nas editoriais de Política e Economia, onde imagina-se que o leitor médio saiba do que se está falando. Além disso, a matéria não começa com o mais atual ou mais quente da informação, como deveria ocorrer no jornalismo tradicional, e sim com o conceito básico: o que é federação partidária (conforme mostramos na figura acima).

Este mesmo esquema se repete nas demais reportagens da editoria. Por exemplo, na matéria sobre o meio ambiente, ela vai começar perguntando e respondendo: O que é recuperação verde? Na seguinte: o que é desnutrição infantil? O que é um servidor público?

Em todas elas, algumas opiniões de pessoas consideradas influentes ou importantes sobre o assunto tratado aparece separado por um item chamado Em Aspas.

FIGURA 9: Seção EM ASPAS da matéria sobre as federações da editoria Explicado.

EM ASPAS: declarações sobre federações

“Assegura-se [com a possibilidade de federação] às legendas um período em que poderão experimentar a atuação ‘como se fosse[m] uma única agremiação partidária’ (...), sem a definitividade de uma fusão, o que evita a abrupta alteração na vida do partido e de seus filiados e preserva espaço de atuação para minorias políticas”

Luís Roberto Barroso
ministro do Supremo Tribunal Federal, em decisão provisória proferida em dezembro de 2021

Fonte: Federação partidária...²¹, Nexo Jornal, 2022. Meio Digital. Acesso em 30 mai. 2022.

Nesta das federações, a seção traz aspas das seguintes pessoas, nesta ordem e com explicações de onde as declarações foram dadas, mostrando também que não

²¹ <https://www.nexojournal.com.br/explicado/2022/05/30/Federa%C3%A7%C3%A3o-partid%C3%A1ria-um-novo-arranjo-para-alian%C3%A7a-entre-partidos>

se pode tirar uma frase de contexto. Aliás, este é mais um valor-notícia importante no Nexo, conforme veremos a seguir: Luís Roberto Barroso, ministro do Supremo Tribunal Federal, Jair Bolsonaro, presidente da República, Luciana Santos, presidente do PC do B, Glauco Peres da Silva, professor da USP, Graziella Testa, professora da FGV. Portanto, diferentemente das reportagens que são permeadas pelas opiniões, aqui, aparentemente, aparece o explicativo, enquanto, as opiniões a respeito estão separadas.

Após os valores enciclopédicos e de contextualização, o Nexo, na mesma seção, também oferece para o leitor se aprofundar mais na temática, mas isso é feito, principalmente, a partir de artigos acadêmicos, cujos nomes e links aparecem no final.

O jornal, portanto, quer levar o leitor a entender por completo sobre determinado assunto o qual ele lê, explicando fatos que antecederam o acontecimento, trazendo dados sobre estes fatos e certificando-se que não deixará nenhuma lacuna a ser preenchida em seu entendimento. Por isso, definimos como mais um valor-notícia do **Nexo** a CONTEXTUALIZAÇÃO. Esta acontece também e principalmente no sentido histórico. Neste caso da federação, por exemplo, a matéria aponta que o Congresso discute propostas neste sentido desde a década de 1990. A partir daí, faz um resgate histórico dessa discussão com seus dilemas.

Ademais, o jornal **Nexo** promove conhecimento baseado em pesquisas acadêmicas, como podemos observar em uma das seções das matérias da editoria Explicado, chamada VÁ AINDA MAIS FUNDO, que indica trabalhos acadêmicos voltados para o assunto que está sendo tratado na reportagem. Portanto, o conceito de ser PEDAGÓGICO é mais um valor-notícia que encontramos nele.

Editoria Expresso

Valores-notícia: Pedagógico, Contextualização.

A editoria Expresso trata de temáticas quentes e que estão acontecendo no momento, como já mencionamos anteriormente neste trabalho, porém de forma mais aprofundada. É uma editoria que apresenta também um cunho bastante explicativo em suas reportagens, com uma preocupação em contextualizar o leitor de fatos que sejam importantes para o seu conhecimento para que lhe traga base para entender o assunto. Nesta análise, observamos as seguintes matérias:

- 1 – “Por que o Auxílio Brasil não ajuda Bolsonaro nas pesquisas”
- 2 – “Como o reajuste para servidores virou uma crise de governo”
- 3 – “Os grupos de Israel que inflamam o conflito contra palestinos”
- 4 – “Por que Paulo Guedes está ganhando poder em final de mandato”
- 5 – “O que é a ‘adoção à brasileira’. E quais problemas ela traz”
- 6 – “A corrida dos mísseis e foguetes entre EUA e Rússia na Ucrânia”
- 7 – “Qual a sustentabilidade do crescimento do PIB nacional”
- 8 – “5 imagens marcantes do fotojornalismo brasileiro”

FIGURA 10: Matérias analisadas na editoria Expresso.



Fonte: Nexo Jornal, Expresso²². 2022. Meio Digital. 04 jun. 2022.

Das oito reportagens analisadas, apenas uma, “5 imagens marcantes do fotojornalismo brasileiro”²³, possui um tema mais frio, contudo, ainda tinha o gancho do lançamento da plataforma Testemunha Ocular²⁴, que ocorreu no dia 02 de junho, dia da publicação da matéria. Entretanto, a reportagem continua contextualizando as imagens escolhidas para serem apresentadas, falando e explicando sobre o momento histórico que cada uma delas estava inserida e seus criadores, além de trazer dados e informações que complementem o entendimento do momento relacionado à foto. Portanto, observamos aqui presente ainda o valor-notícia CONTEXTUALIZAÇÃO.

²² <https://www.nexojournal.com.br/expresso/>

²³ <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2022/06/02/5-imagens-marcantes-do-fotojornalismo-brasileiro>

²⁴ <https://testemunhaocular.ims.com.br/>

Em outra matéria, “Os grupos de Israel que inflamam o conflito contra palestinos”²⁵, o Nexo fala sobre os ataques da extrema direita Israelita à Muçulmanos e jornalistas em Jerusalém na Marcha das Bandeiras, data que relembra a entrada do Exército de Israel na parte oriental de Jerusalém.

FIGURA 11: Matéria - “Os grupos de Israel que inflamam o conflito contra palestinos”.

The screenshot shows a news article on the Nexo website. The article is titled "Os grupos de Israel que inflamam o conflito contra palestinos" and is written by João Paulo Charleaux. It is dated June 1, 2022, and was last updated on June 1, 2022, at 15:16. The article's main text states: "Organizações de extrema direita atacam muçulmanos e jornalistas em protesto na disputada Jerusalém. Ministro da Defesa fala em 'terrorismo' doméstico". Below the text is a photograph showing a group of people, with a caption that reads: "GRUPOS ISRAELENSES SE CONCENTRAM NA PORTA DE DAMASCO ANTES DE ENTRAR EM BAIRRO MUÇULMANO DE JERUSALÉM". Below the photo, there is a short paragraph: "Pelo menos 50 pessoas foram detidas e mais de 60 ficaram feridas, entre elas 23 hospitalizadas, depois que grupos ultranacionalistas da extrema direita israelense marcharam pela principal via que corta o Bairro Muçulmano da Cidade Velha de Jerusalém, neste". To the right of the article, there is a sidebar with "MAIS RECENTES" (More Recent) articles and a "GRÁFICOS" (Charts) section.

Fonte: Os grupos de Israel...²⁶, Nexo Jornal, 2022. Meio Digital. Acesso em 04 jun. 2022.

Nas retrancas encontradas na matéria, o jornal se propõe a explicar o que é e qual o significado da Marcha das Bandeiras, como o grupo ultranacionalista invadiu a parte não dominada por eles, quais destes grupos foram os responsáveis pelos ataques, o que aconteceu depois e qual foi a postura adotada das autoridades israelenses no caso. Portanto, baseado nesta análise, afirmamos que o valor-notícia PEDAGÓGICO também se faz muito presente nesta editoria. Essas características permanecem nas demais matérias, o que fica explícito se observarmos as manchetes onde contêm pronomes como “por que”, “como”, “o que é” e “qual”. Ser pedagógico é ser didático, educacional, instrutivo, o que procura ensinar. E entendemos ser este um dos valores centrais nesta editoria.

Para além disso, não achamos presente nesta editoria o valor-notícia ENCICLOPÉDICO, pois não há muito espaço para minuciar tanto. Porém, ainda há bastante informação se compararmos à uma mídia tradicional que, na maioria das

²⁵ <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2022/06/01/Os-grupos-de-Israel-que-inflamam-o-conflito-contra-palestinos>

²⁶ <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2022/06/01/Os-grupos-de-Israel-que-inflamam-o-conflito-contra-palestinos>

vezes, fala sobre o fato sem trazer um contexto e explicação de toda história anterior a ele, assumindo que o leitor já tenha um conhecimento prévio sobre o assunto.

4.3 O MÍDIA NINJA E SEUS VALORES-NOTÍCIA

Voltaremos nosso olhar para o site especificamente nas editorias que trazem notícias e menos nos que carregam opinião ou que repetem informações publicadas em outros sites. Assim, priorizamos as editorias: Meio Ambiente, Educação, Música e LGBT. Dentro destas temáticas, buscaremos os valores-notícias preponderantes em cada uma delas. Não iremos trabalhar com as últimas notícias diárias publicadas porque, muitas delas, são originárias de outros sites, até mesmo da Agência Brasil do governo federal, portanto não refletem os princípios do grupo. A análise foi feita no período de 30 de maio a 2 de junho de 2022.

Editoria Meio ambiente.

Esta editoria é feita com reportagens assinadas sempre como “Por Ninja”. São temáticas importantes que envolvem questões ambientais de várias partes do Brasil. Nossa análise foi feita até o dia 2 de junho, no entanto, um fato importante, de repercussão mundial, ocorrido no dia 5 de junho de 2022 nos chamou a atenção e buscamos observar como esta editoria do site Ninja tratou o assunto, que foi o desaparecimento do indigenista e servidor licenciado da Funai, Bruno Araújo Pereira, e o correspondente do jornal **The Guardian**, o jornalista Dom Phillips. Eles desapareceram no dia 5 quando voltavam do Vale do Javari, no Amazonas. A matéria, porém, usa outros veículos da imprensa tradicional como fontes, entre eles o jornal **O Globo** e a **CNN**²⁷.

Também vale ressaltar que o Dia do Meio Ambiente é comemorado no país em 5 de junho. Não há nenhuma reportagem específica relacionada a este dia no site, o que mostra uma lógica diversa dos valores-notícias tradicionais. O Tempo, por exemplo, é um valor-notícia apontado por Traquina e é justamente em datas comemorativas que a grande mídia busca ganchos para desenvolver suas pautas. Esta percepção também reforça a nossa hipótese de outros princípios nesta mídia alternativa diferentes dos da mídia tradicional.

²⁷ <https://midianinja.org/news/sao-retomadas-as-buscas-a-indigenista-e-jornalista-pf-ouve-duas-testemunhas/>

Das nove reportagens divulgadas no site no período avaliado, oito eram de denúncias sobre problemas envolvendo o meio ambiente e uma de um projeto de guardiões da natureza. Assim, caracterizamos dois valores-notícias.

Valor-notícia predominante: DENÚNCIA AMBIENTAL

1 - “Maior importador de carne de tubarão do mundo, Brasil é peça-chave no mercado predatório de barbatanas.”;

2 - “Justiça do Pará suspende licenciamento ambiental da mineradora Belo Sun.”;

3 - “Pernambuco registra 56 mortos e quase 4 mil desabrigados após chuvas”;

4 - “Queimadas na Amazônia contribuíram para que geleiras andinas encolhessem 42% em três décadas.”;

5 - “Pantanal: PF confirma que duas onças morreram envenenadas por agrotóxicos.”;

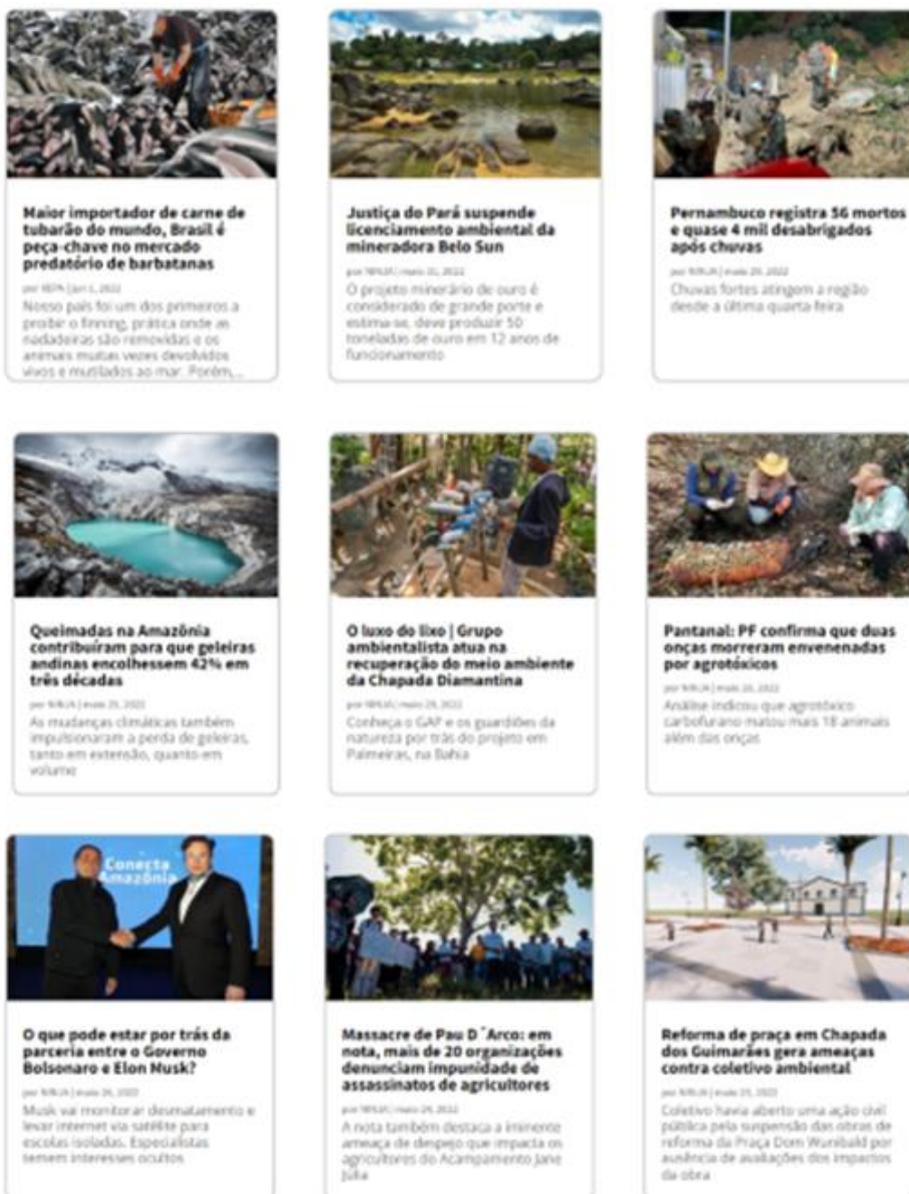
6 - “O que pode estar por trás da parceria entre o Governo Bolsonaro e Elon Musk?”;

7 - “Massacre de Pau D’Arco: em nota, mais de 20 organizações denunciam impunidade de assassinatos de agricultores.”;

8 - “Reforma de praça em Chapada dos Guimarães gera ameaças contra coletivo ambiental.”

FIGURA 12: Matérias analisadas da editoria Meio Ambiente do **Mídia Ninja**.

Notícias



Fonte: Mídia Ninja, Meio Ambiente²⁸. 2022. Meio Digital. Acesso em 16 jun. 2022.

Valor-notícia: Engajamento.

Apenas a reportagem “O luxo do lixo. Grupo ambientalista atua na recuperação do meio ambiente da Chapada Diamantina” traz como temática um projeto. Classificamos esse valor-notícia como ENGAJAMENTO. Engajar é o ato de se envolver em determinada causa e lutar por ela. Neste caso, a reportagem, que segue

²⁸ <https://midianinja.org/meio-ambiente/>

o mesmo padrão de outras, mostra a importância de ações em prol do meio ambiente. Além disso, a forma como o projeto é defendido revela esse envolvimento do autor do texto com a causa. O projeto é considerado “importante” e o grupo “indispensável” na defesa e conservação do meio ambiente. Ao final da matéria, os ninjas lembram que o grupo ambientalista não tem fins lucrativos e que qualquer ajuda é considerada bem-vinda.

No município de Palmeiras, cidade-sede do Parque Nacional da Chapada Diamantina, na Bahia, uma **importante** ONG atua na defesa, conservação e recuperação do meio ambiente. O GAP – Grupo Ambientalista de Palmeiras, é indispensável na gestão e transformação do lixo no território. A Mídia NINJA visitou a sede do grupo, onde encontramos integrantes do GAP em meio a milhares de resíduos. O grupo é **indispensável** na gestão e transformação do lixo no território e um exemplo mundial de trabalho nessa área. - **grifos nossos**)

É importante ressaltar que, apesar de denúncias serem um valor-notícia também presente na mídia tradicional, em geral, os princípios do jornalismo apontam que é preciso apurar antes de divulgar, por isso ela não pode ser vista como um valor-notícia na mídia tradicional. Aqui, na mídia ativista, porém, encontramos as denúncias sem a colocação de provas ou o contraponto.

Editoria Educação

Valor notícia: Voz estudantil

Na editoria Educação, existe uma parte dos assuntos com vídeos, mas nossa análise ficará restrita às notícias textuais. Encontramos no período analisado seis reportagens. Todas elas sem nome de quem escreveu. A assinatura de todas é “estudantes Ninja”. Por conta disso, vamos chamar o valor-notícia encontrado de VOZ ESTUDANTIL.

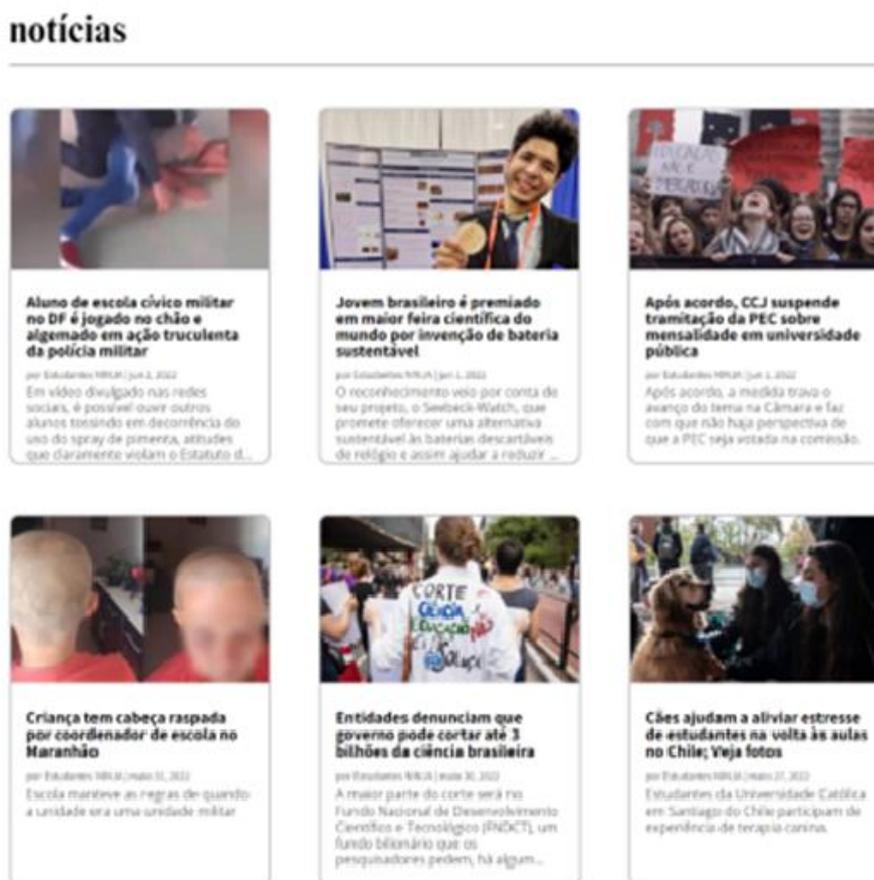
Encontramos as seguintes reportagens:

- 1 - “Aluno de escola cívico militar no DF é jogado no chão e algemado em ação truculenta da polícia militar.”;
- 2 - “Jovem brasileiro é premiado em maior feira científica do mundo por invenção de bateria sustentável.”;
- 3 - “Após acordo, CCJ suspende tramitação da PEC sobre mensalidade em universidade pública.”;
- 4 - “Criança tem cabeça raspada por coordenador de escola no Maranhão.”;

5 - “Entidades denunciam que governo pode cortar até 3 bilhões da ciência brasileira.”;

6 - “Cães ajudam a aliviar estresse de estudantes na volta às aulas no Chile; Veja fotos.”

FIGURA 13: Matérias analisadas da editoria Educação do Mídia Ninja.



Fonte: Mídia Ninja, Educação²⁹, 2022. Meio Digital. Acesso em 16 jun. 2022.

Nas reportagens analisadas, o foco principal está no estudante. Enquanto na grande mídia, muitas vezes, o texto prioriza o discurso oficial do professor ou das autoridades escolares e educacionais, aqui, os estudantes ganham o centro da atenção.

Também há reportagens de denúncias. Duas são de violências cometidas contra estudantes de forma particular sem que haja o contraponto do possível agressor. Uma ressalta a premiação de um jovem em uma feira científica. O tema da ciência também aparece em uma denúncia de cortes de verbas por parte do governo

²⁹ <https://midianinja.org/educacao/>

federal, mantendo este valor-notícia também na Educação, assim como no Meio ambiente.

Uma matéria internacional sobre uma curiosidade traz um tom mais leve e diferente para a editoria. O tema é relacionado à redução do estresse dos estudantes na volta às aulas com os cães. Este valor-notícia pode ser denominado CURIOSIDADE e aproxima-se do que acontece na grande mídia.

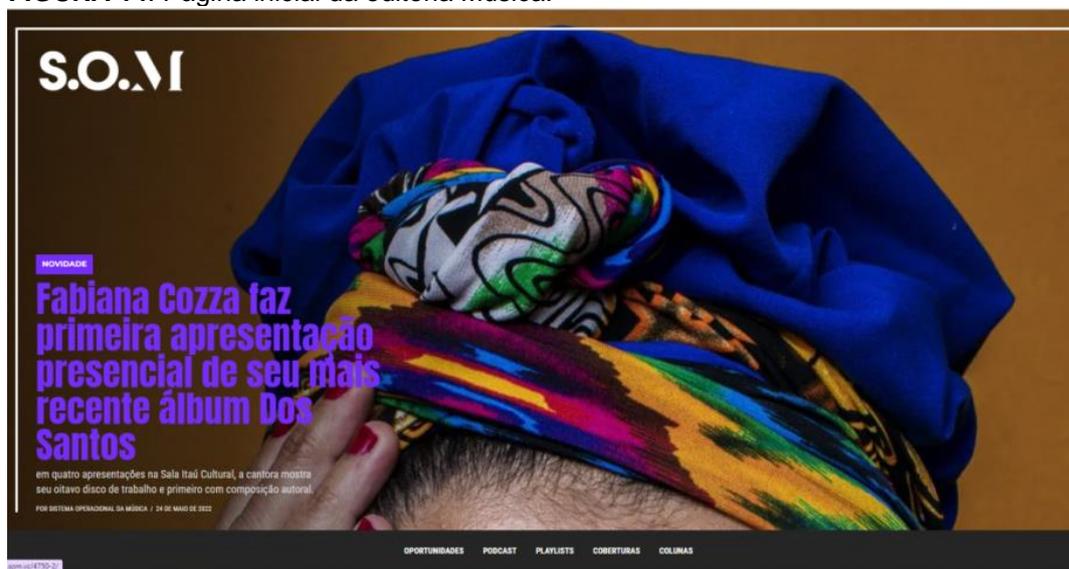
É preciso ressaltar que, apesar de estar no campo notícias, o site ativista não segue as regras do jornalismo de ouvir vários ângulos e de ter uma apuração mais aprofundada.

Editoria Música.

Valores-notícia: Fora do Circuito e Underground.

Na editoria Música, há uma grande variedade de conteúdo, divididos da seguinte forma: Oportunidades, Podcast, Playlists, Coberturas e Colunas.

FIGURA 14: Página inicial da editoria Música.



Fonte: Mídia Ninja, Música³⁰. 2022. Meio Digital. Acesso em 30 mai. 2022.

Nosso foco ficará apenas no item Coberturas por ser mais próximo do nosso objetivo relacionado ao jornalismo. Encontramos dez conteúdos neste item. As reportagens disponíveis no período analisado foram feitas de junho de 2020 a abril de

³⁰ <http://conteudo.som.vc/>

2022. Portanto, não há uma atualização e produção constante nesta seção do Mídia Ninja, apesar de ser uma das que possuem maior conteúdo disponível

As reportagens encontradas são as seguintes:

1 - “Nômade Festival.”;

2 - “Mulheres do fim do mundo. Evento tri fronteiriço homenageia Elza Soares e reúne mulheres de diversas partes da América Latina.”;

3 - “Arvo Festival de Música Brasileira.”;

4 - “Festival Magnólia. Na semana que passou, de 15 a 19 de março, a Cidade de Chapecó viu o amadurecimento de um projeto.”;

5 - “A volta do Festival Contato. 12ª Edição do Evento marca a retomada das atividades no circuito cultural do interior de São Paulo.”;

6 - “Fims 2021 – Narrativas sobre a retomada presencial da feira.”;

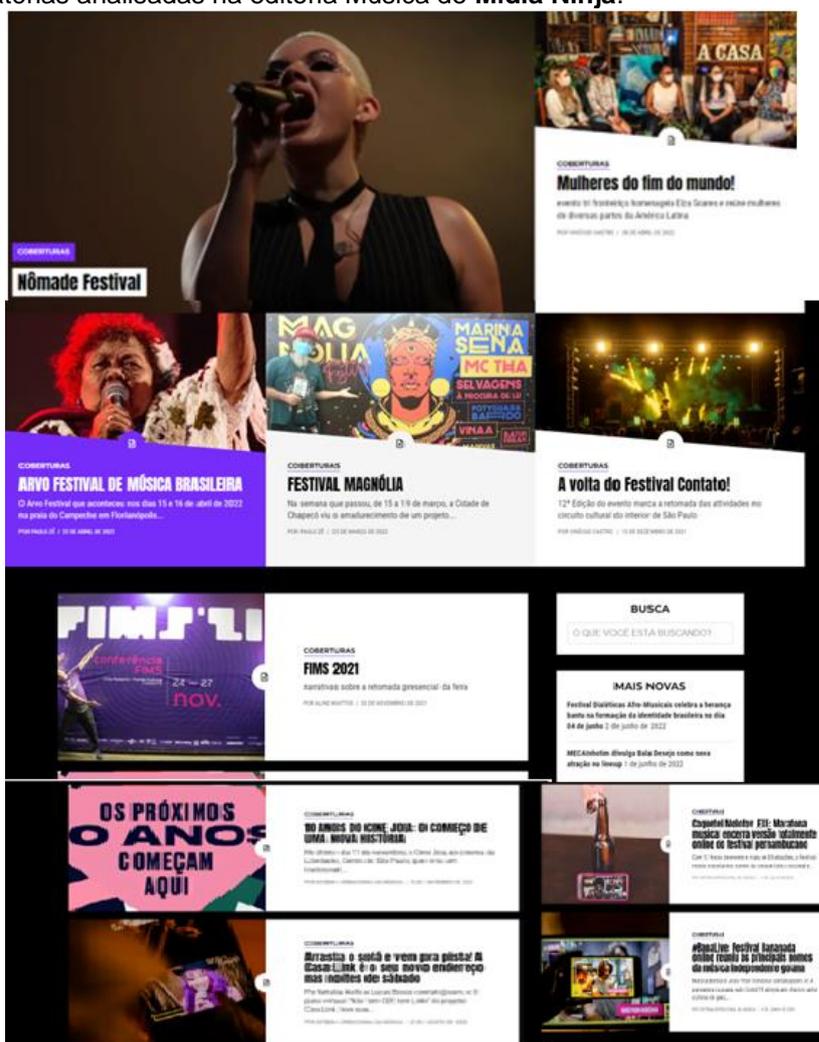
7 - “10 anos do Cine Joia: o começo de uma nova história. No último dia 11 de novembro, o Cine Joia, ex-cinema da Liberdade, no Centro de São Paulo, que virou um tradicional...”;

8 - “Coquetel Molotov. EXE: Maratona musical encerra versão totalmente online do festival pernambucano.”;

9 - “Arrasta o sofá e vem pra pista! A Casa:Link é o seu novo endereço nas noites de sábado.”;

10 - “#BanaLive: Festival Bananada online reuniu os principais nomes da música independente goiana.”

FIGURA 15: Matérias analisadas na editoria Música do Mídia Ninja.



Fonte: Mídia Ninja, Música³¹. 2022. Meio Digital. Acesso em 30 mai. 2022.

De uma maneira geral, temos temáticas fora do eixo Rio-São Paulo, que é o que apresenta maior cobertura na editoria de Cultura da grande mídia. Além de trazer eventos de Pernambuco, Goiás, interior de São Paulo, entre outros, o foco nos festivais mostra que não se busca trazer artistas de renome nacional e que têm grande circulação na mídia tradicional. Por conta disso, podemos dizer que o valor-notícia pode ser chamado de FORA DO CIRCUITO ou UNDERGROUND. Chama atenção ainda os eventos que têm mulheres como protagonistas, o que fica evidente até mesmo nas fotografias. Em todas as reportagens, a única que traz uma artista nacionalmente conhecida é a que homenageia Elza Soares.

³¹ <http://conteudo.som.vc/>

Não há uma preocupação em retirar do ar matérias cujos eventos já foram realizados. Desta maneira, entende-se que o objetivo não é apenas de levar os internautas aos eventos, mas, principalmente, de propagação dos artistas. Os textos são assinados e aparecem como colaboração, conforme demonstramos na página anterior na matéria “Nômade Festival”, assinada por Beatriz Almeida. Não há esclarecimento se ela é jornalista ou não. O nome de Beatriz aparece no final do texto. Já na matéria do “Arvo Festival” a assinatura é de Paulo Zé e está na cabeça da reportagem. Outras matérias têm assinatura do Sistema Operacional da Música e trazem nomes dos responsáveis pelos textos.

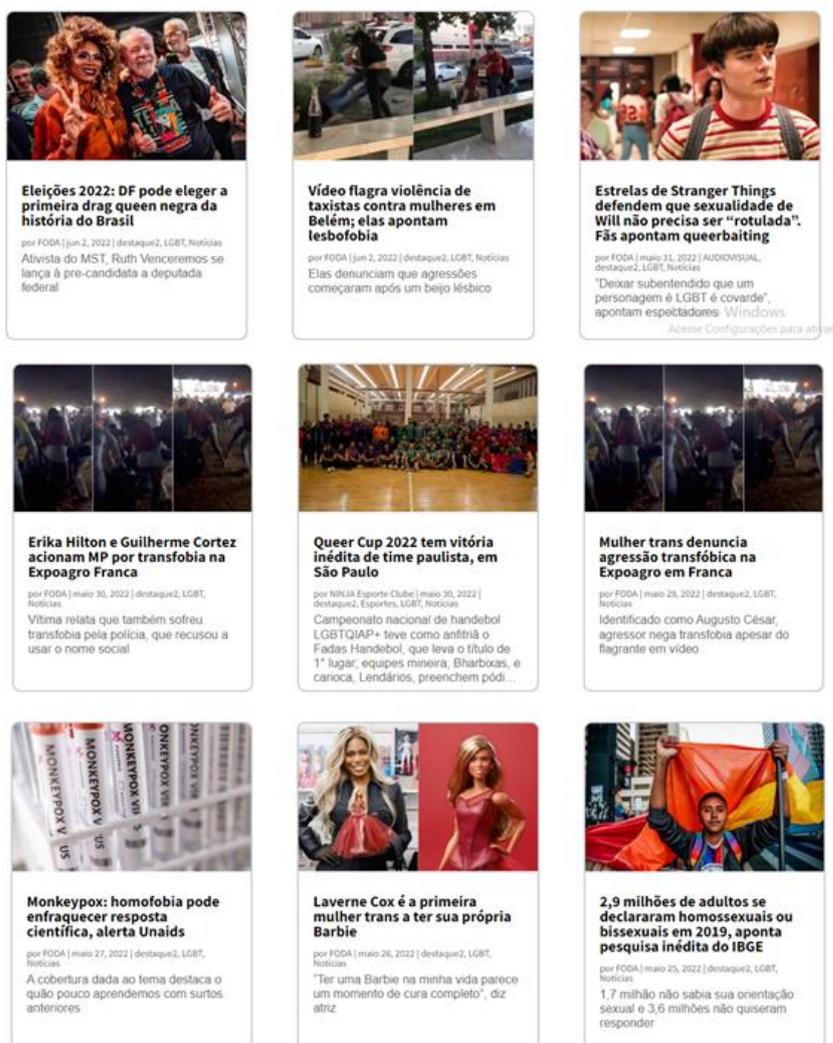
Editoria LGBT

Valores-notícias; Militância, Denúncia de LGBTFOBIA, Minoria e Contemporaneidade.

A editoria LGBT ganha o nome de “Fora do Armário: Editoria e Frente de Mobilização LGBTQIAP+ da @midianinja”. Ou seja, para além dos textos, já existe um setor ativista dedicado a esta temática no site, com esta frente de mobilização. Nove reportagens estavam disponíveis no site na semana verificada, entre 30 de maio e 2 de junho:

- 1 – “Eleições 2022: DF pode eleger a primeira drag queen negra da história do Brasil”;
- 2 – “Vídeo flagra violência de taxistas contra mulheres em Belém; elas apontam lesbofobia”;
- 3 – “Estrelas de Stranger Things defendem que sexualidade de Will não precisa ser “rotulada”. Fãs apontam queerbaiting”;
- 4 – “Erika Hilton e Guilherme Cortez acionam MP por transfobia na Expoagro Franca”;
- 5 – “Queer Cup 2022 tem vitória inédita de time paulista, em São Paulo”;
- 6 – “Mulher trans denuncia agressão transfóbica na Expoagro em Franca”;
- 7 – “Monkeypox: homofobia pode enfraquecer resposta científica, alerta Unaid”;
- 8 – “Laverne Cox é a primeira mulher trans a ter sua própria Barbie”;
- 9 – “2,9 milhões de adultos se declararam homossexuais ou bissexuais em 2019, aponta pesquisa inédita do IBGE”.

FIGURA 16: Matérias analisadas na editoria LGBT do Mídia Ninja.



Fonte: Mídia Ninja, LGBT³². 2022. Meio digital. Acesso em 30 mai. 2022.

Nas matérias analisadas observamos que há uma preocupação do Mídia Ninja em enaltecer o movimento LGBT. Seis delas dão voz a essa população, destacando feitos que promovem a equidade entre esta minoria. Classificamos este valor-notícia como MILITÂNCIA. Em outra três matérias, “Mulher trans denuncia agressão transfóbica na Expoagro em Franca”, “Erika Hilton e Guilherme Cortez acionam MP por transfobia na Expoagro Franca” e “Vídeo flagra violência de taxistas contra mulheres em Belém”, elas apontam lesbofobia”, são feitas denúncias, com casos de discriminação, e classificamos este como mais um valor-notícia utilizado pelo site chamado LGBTFOBIA.

³² <https://midianinja.org/lgbt-2/>

As matérias têm assinatura do “Planeta FODA”, abreviação dada para a editoria e frente de mobilização LGBTQIAP+ da Mídia Ninja, “Fora do Armário”, e possuem cunho bastante ativista. Para além disso, na matéria “Eleições 2022: DF pode eleger a primeira drag queen negra da história do Brasil”, observa-se um partidarismo esboçado inclusive na imagem que estampa o texto, que mostra a pré-candidata à deputada federal, Ruth Venceremos, abraçada ao pré-candidato à presidência, Lula. Ademais, Ruth é militante do Movimento das Trabalhadoras e dos Trabalhadores Sem Terra (MST), negra e nordestina, o que configura que, para além das temáticas LGBTQIAP+, o jornal dá destaque para movimentos relacionados às minorias em geral. Para tanto, classificamos, baseados nestes conceitos, mais um valor-notícia, o valor MINORIA, por dar ênfase à personagens e histórias que envolvam, ou possam envolver, o maior número de “bandeiras” a serem levantadas.

Na matéria “Estrelas de Stranger Things defendem que sexualidade de Will não precisa ser “rotulada”. Fãs apontam *queerbaiting*”, também observamos uma preocupação do jornal em trazer assuntos que estão em voga ao conhecimento de seu público. O termo *queerbaiting*, segundo DUARTE (2018), refere-se a uma estratégia de marketing utilizada na indústria de filmes, séries e produções de histórias de ficção em geral, que tem como objetivo criar um clima romântico ou sexual entre personagens do mesmo sexo sem, de fato, concretizá-lo, destituído da preocupação de representar as verdadeiras dificuldades e preconceitos sofridos por essa população, tentando iscá-los com estas cenas que pretendem um desvio da cis-heteronormatividade e, ao mesmo tempo, não desagradam uma parcela da população mais conservadora por não concretizar esta suposta relação. Portanto, classificamos este valor-notícia como CONTEMPORANEIDADE, por trazer assuntos que, muitas vezes, são tão novos até mesmo para um público mais jovem. Vale ressaltar que, o “insólito”, o “novo”, também é um valor-notícia encontrado na mídia tradicional, mas, o que diferencia ele do que é encontrado aqui é a abertura e o foco que o jornal dá para temas que promovam conhecimento relacionado às minorias e grupos marginalizados e invisíveis para a sociedade e para a grande mídia.

Analisando os temas voltados para as notícias, observa-se que há um foco maior na editoria LGBT, com uma frente de mobilização e redação voltada única e exclusivamente para ela, o que revela uma forma de promover debates de equidade de gênero e orientação sexual no **Mídia Ninja**. Portanto, consideramos que o espaço é um canal que promove debates muitas vezes silenciados pela mídia tradicional e

que possui preocupação em defender causas, partidos e movimentos. O jornal não está preocupado com o que os outros jornais estão divulgando e com o “furo jornalístico”. Ele busca disseminar o conhecimento que lhe é de interesse, cumprindo o seu papel de ser uma mídia alternativa, destoando do que é feito nos grandes conglomerados de comunicação do país, desconstruindo conceitos pré-definidos e a retórica do pensamento único e conservador.

Vale lembrar que, diferentemente do jornal **Nexo**, que analisamos no item anterior deste trabalho, o **Mídia Ninja** é aberto para quem quiser acessá-lo e gratuito, e sobrevive pelas intituladas “vaquinhas”, contribuições financeiras oferecidas por quem quer participar. No final de todas as matérias do site (figura abaixo), há um banner que convida o leitor a ser um financiador do trabalho praticado por eles.

FIGURA 17: Chamada para o financiamento coletivo via “vaquinhas” do **Mídia Ninja**.



Fonte: Mídia Ninja³³. 2022. Meio Digital. Acesso em 30 mai. 2022.

4.4 OS CRITÉRIOS MUDAM

Apesar de **Mídia Ninja** e **Nexo** fazerem parte da mídia alternativa, são veículos muito diversos. Em comum, têm o fato de ambos serem nativos digitais e não fazerem parte da grande mídia. As propostas, porém, são muito diferentes. Os ninjas buscam apoio de “vaquinhas” virtuais para se manter e nem sempre contam com profissionais do jornalismo e remunerados. No **Nexo**, há, pelo contrário, um grande profissionalismo e um planejamento muito bem-feito do tipo de jornalismo que querem fazer, além do financiamento que vem de uma única via, as assinaturas.

Ambos são modelos no que propõem pelo pioneirismo das propostas. No entanto, observa-se que o **Mídia Ninja** se preocupa muito mais com a questão militante e com a visibilidade das minorias. No **Nexo**, há uma preocupação maior em

³³ <https://midianinja.org/news/eleicoes-2022-df-pode-eleger-a-primeira-drag-queen-negra-da-historia-do-brasil/>

trazer dados, informações e fatos que comprovem e expliquem o contexto do assunto, agregando a maior quantidade de conhecimento possível para os internautas.

O que podemos assemelhar entre os dois é que há uma tentativa de disseminação de discursos diversos e plurais. No *Mídia Ninja*, de uma forma menos formal, com mais denúncia e partindo da própria voz que é dada pelo canal às pessoas que possuem lugar de fala em determinado assunto, como observa-se na editoria LGBT, onde as matérias são redigidas pela frente de mobilização LGBTQIA+ criada pelo grupo, FODA, que são pessoas LGBTQIA+ falando com leitores LGBTQIA+. Ademais, há um foco nos discursos das minorias e na visibilidade de grupos socialmente marginalizados que normalmente não têm voz na mídia tradicional.

De outro lado, o **Nexo** também traz este conceito de disseminar discursos, porém, mais pautado na pesquisa e no estudo com especialistas, artigos acadêmicos e toda e qualquer informação que seja possível divulgar na internet para entendimento daquele assunto. O próprio nome **Nexo** está relacionado a falar de forma ordenada, com conexão e lógica. Ter consonância, adesão, conexão e uma ligação entre ideias que se deseja expressar, segundo o dicionário digital Significados³⁴.

Não é que o **Nexo** não dê voz às minorias, mas ele faz isso de uma forma diferente e tenta explicar, podemos dizer, até de uma forma mais científica. Ele traz opiniões divergentes e dados o suficiente para fazer com que o próprio leitor tire suas próprias conclusões, sem levantar bandeiras. Diferentemente do **Mídia Ninja**, que possui em sua essência o destemor de levantar bandeiras. É isso que ele faz de melhor, trazer a visão do outro lado, muitas vezes silenciado pela grande mídia, e realmente cumprir seu papel de mídia alternativa, que diverge da tradicional e promove o ativismo e a luta por causas.

Já o **Nexo** promove também uma mídia alternativa, porém diferente, uma mídia que cumpre seu papel de independente, que não depende de recursos de terceiros ou de bandeiras para sua autopromoção. Seu foco é na transparência, o que se assemelha muito ao papel do jornalismo como formador de opinião e prestador de serviços à população, onde ele deixa em aberto para que o leitor tire suas conclusões e escolha com qual argumento ou fato ele mais se identifica, claro, sendo “justo” com o assunto que está tratando.

³⁴ <https://www.significados.com.br/nexo/>

O **Nexo**, ainda, se preocupa muito com a bagagem carregada pelo leitor. Ele não assume que o leitor saiba previamente do assunto, assumindo assim uma postura de que todos têm direito àquelas informações e devem estar munidos de todos os elementos possíveis para um entendimento pleno do assunto, sem levantar partidos, promover posições e discursos únicos, aumentando assim os pontos de vista para o leitor. Portanto, abaixo seguem os valores-notícia encontrados em ambos os jornais.

Valores-notícia encontrados no **Nexo**:

- ENCICLOPÉDICO: por trazer o máximo possível de dados para serem analisados e acessados a fim de responder todas as dúvidas sobre o assunto.

- CONTEXTUALIZAÇÃO: por trazer retrancas, materiais, dados e informações que expliquem o que antecedeu tamanho fato, o que é determinado termo, como funciona “isto” ou “aquilo” etc, a fim de dar ao leitor subsídio para sua completa compreensão acerca de um assunto.

- PEDAGÓGICO: por promover conhecimento sobre diversos assuntos, a fim de ensinar e explicar o conteúdo de uma forma propriamente dita pedagógica e até mesmo acadêmica.

Valores-notícia encontrados no **Mídia Ninja**:

- DENÚNCIA AMBIENTAL: por ter preferência por pautas que busquem denunciar atos considerados importantes na ótica do ativismo ambiental do que, por exemplo, o valor-notícia da mídia tradicional, TEMPO, como observa-se na análise, onde não entrou nenhuma matéria que falava sobre o Dia do Meio Ambiente, comemorado em 5 de junho, mas sim sobre o desaparecimento do indigenista, Bruno Araújo Pereira, e o correspondente do jornal **The Guardian**, Dom Phillips.

- ENGAJAMENTO: por preferir temáticas que tratem do ativismo e do comprometimento dos personagens em proteger e protestar sobre determinado assunto, como observa-se na análise da reportagem “O luxo do lixo. Grupo ambientalista atua na recuperação do meio ambiente da Chapada Diamantina”.

- VOZ ESTUDANTIL: por, ao invés do que faz a grande mídia, tratar do assunto abordado dando voz, principalmente ou unicamente, aos personagens mais envolvidos do tema, e não a especialistas, estudiosos e governantes. As próprias pessoas que mais sofrem e estão mais envolvidas naquele acontecimento redigem as

matérias publicadas sobre o tema, como na editoria Educação, onde todas as matérias são assinadas por “Estudantes NINJA”.

- CURIOSIDADE: este é o valor-notícia que mais se aproxima dos valores-notícia da mídia tradicional, onde é trazido um tom mais leve com matérias que são consideradas como *fait diver*³⁵, cujo interesse está relacionado àquilo que é insólito, extraordinário e surpreendente.

- FORA DO CIRCUITO ou UNDERGROUND: por tratar de temáticas que estão fora do eixo Rio - São Paulo e que disseminam a cultura de diferentes regiões, povos, crenças, etnias e grupos, que não são pautas de âmbito nacional na mídia tradicional.

- MILITÂNCIA: por levantar bandeiras e buscar equidade de gênero, raça e religião e preferir pautas que visam fazer justiça.

- LGBTFOBIA: por denunciar em suas matérias casos de discriminação de gênero e orientação sexual, dando visibilidade ao tema e mostrando a luta contra o preconceito de pessoas LGBTQIAP+.

- MINORIA: por ter como foco central a produção de notícias que englobem grupos socialmente marginalizados como LGBTQIAP+, negros, mulheres, indígenas e outros.

- CONTEMPORANEIDADE: por tratar de assuntos muitas vezes recentes e novos até mesmo para os mais jovens, que não estão em pauta na mídia tradicional, fazendo com que estes temas sejam colocados em circulação e façam parte do dia a dia da população.

³⁵ Fato ou assunto considerado pouco importante. Fatos diversos que se tornam noticiosos por apresentarem casos inexplicáveis e excepcionais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho mostra como há jornalismos e não jornalismo no nosso mundo e como é importante fazer uma análise comparativa para identificar a extrema diversidade como as realidades se colocam. Portanto, o jornalismo se manifesta de maneiras diferentes dependendo dos contextos sociais e dos objetivos. Isso se mostra interessante até mesmo para abrir mais espaço para outros modelos no mundo acadêmico.

Observa-se que, muitas vezes, há uma confusão no entendimento destes jornalismos, onde acredita-se que mídias alternativas sejam todas iguais. No entanto, provamos neste estudo que, dentro de um mesmo grupo, há diferenças. A mídia ativista e a mídia independente têm características em comum por serem alternativas à mídia tradicional, porém, apresentam valores-notícia distintos, cada uma de acordo com seus conceitos e crenças, como foi aqui apresentado.

Usamos a teoria do *Newsmaking* para mostrar como os veículos e os profissionais são moldados de acordo com as culturas e objetivos de trabalho, e que, a partir disso, mudam-se os critérios para definição do que será ou não notícia. No entanto, na mídia tradicional, estes valores são parecidos. Porém, na análise, vimos que, sim, estes critérios estão em constante mudança, assim como a sociedade.

Eles fazem parte de todo o processo de produção jornalística. O jornalismo não é estático e, assim como ele, os valores-notícia também são dinâmicos. Porém, mesmo estando as mídias aqui analisadas em uma mesma época, este trabalho mostrou que há outros valores em jogo nas mídias independente e ativista.

No entanto, verificamos também que as mídias alternativas se utilizam ainda de critérios convencionais que são mais comuns na grande mídia, mas de uma forma diferente. A negatividade, tão presente entre os valores-notícia tradicionais (morte, conflito, infração etc.), não é fator determinante na mídia alternativa, seja ela independente ou ativista. Morte e Notoriedade, por exemplo, são valores-notícia que só são levados em conta pelas mídias alternativas quando há ganchos pertinentes a assuntos e/ou bandeiras as quais elas levantam e se interessam.

Quando falamos de mídia ativista, o que importa é dar voz a quem não tem tanto espaço na mídia tradicional, como estudantes, indígenas e as tradicionais minorias em detrimento das fontes oficiais. É disseminar discursos e narrativas plurais. É proteger povos e grupos marginalizados. É levantar bandeiras e tomar “partidos” e

seguir e priorizar uma agenda militante, onde valores-notícias tradicionais são muitas vezes deixados de lado para que se faça jus à essa agenda.

Quando falamos da mídia independente aqui analisada, vimos que importa trazer informação embasada em estudos e documentos, em qualidade com diversos vieses para o público. Promover o conhecimento e permitir que o público forme opiniões embasadas, com a maior quantidade possível de informações. Assuntos como política, ciência, arte, dentre outros temas, são tratados de forma a levar o leitor a entender melhor o mundo em que vive.

O advento dos meios de comunicação digital proporcionou que mídias como estas ganhassem espaço. Afinal, para que se exerça uma democracia plena, todos devem ter direito à informação e, aos que desejam, o direito de produzi-la. Sobretudo aqueles que, por força maior, nunca ou dificilmente teriam voz. A mídia ativista se faz importante para que seja mostrado “o outro lado da moeda”.

Todos os agentes sociais são importantes em um processo democrático. Principalmente diante de tamanho ataque às instituições democráticas e às minorias em nosso país nos últimos tempos. O **Mídia Ninja** perpetua seu discurso pelo mundo afora. Na atual conjuntura, ecoa seu discurso contra as atrocidades de um governo que não enxerga e ataca diretamente com falas opressoras estes grupos por eles defendidos. O **Nexo** procura, por meio de um jornalismo pedagógico, colocar o seu leitor em um eixo da cidadania, dando ferramentas para seu arsenal contra os ataques à democracia, deixando com que ele escolha o melhor caminho em direção à justiça social.

Fato é que, assim como vimos que em outra época já existiu uma mídia alternativa muito diferente do que temos hoje, é quase evidente que ainda existirão muitas outras. Isso é extremamente importante para que não haja conglomerados que ditem o que é ou não notícia para uma massa alienada. É importante haver formadores de opiniões plurais, múltiplas e diversas, para que o debate público esteja ao alcance de todos, de todas as formas e em todos os ambientes.

Lembrando que estes outros jornalismo são possíveis por conta da tecnologia e da criação da internet e que, mesmo mantendo diferenças em relação à grande mídia, muitas vezes, forçam a entrada de temáticas nos veículos tradicionais, que já não ditam todos os assuntos que ganharão destaque sozinhos. E possibilitam, como vimos, a ampliação dos valores-notícia, aumentando, assim, o leque de temas e formas de abordar os assuntos que passam a ser mais vistos pela mídia. Esta

ampliação não pode ser desconsiderada em um país onde, por décadas e décadas, poucas famílias donas de conglomerados de comunicação mantiveram o poder de definir o que era ou não notícia e até mesmo influenciar em resultados de eleições políticas.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1996.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.
- BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf> . Acesso em: 10 abr. 2022.
- CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In: **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Livros LabCom, 2014.
- CORRÊA, Carlos A.T. **Importante para quem?** Um estudo sobre os critérios de noticiabilidade no jornalismo online a partir do comportamento do público em sites de redes sociais. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação. São Leopoldo. RS. 2017. 169f. dissertação. Disponível em: http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/6344/Carlos%20Alberto%20Teixeira%20Corr%c3%aa_.pdf?sequence=1&isAllowed=y Acesso em: 1 jun. 2022.
- DUARTE, Gabriel. **Queerbaiting na ficção: saiba o que é e por que é prejudicial**. 2018. Disponível em: <https://super.abril.com.br/coluna/turma-do-fundao/queerbaiting-na-ficcao-saiba-o-que-e-e-por-que-e-prejudicial/> Acesso em: 01 jun. 2022.
- FARIAS, Adélia. SOUSA, Alice. RODRIGUES, Rafael. **Nexo Jornal: Um Novo Modelo de Negócio no Jornalismo**. Fortaleza, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2018/resumos/R62-1027-1.pdf> Acesso em: 02 jun. 2022.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.
- GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2009.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. ampl. Ed Atual. São Paulo: Aleph, 2009.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. Página Aberta Ltda. 1991.
- LACERDA, Daniela Maria de. **O jornalismo independente no Brasil e a busca da credibilidade perdida**. Recife, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/21304> Acesso em: 05 de abr. 2022.

LIMA, Venício A. de. **Existe jornalismo independente?** (2009). Disponível em [http:// observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/existe_jornalismo_independente](http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/existe_jornalismo_independente) . Acesso em: 10 abr. 2022.

LIMA, Venício A. **Questão de ordem**. Observatório da Imprensa. 26 de maio de 2009. Disponível em: <https://opiniaodorui.blogs.sapo.pt/8416.html> Acesso em: 8 jun. 2022.

LIMA, Samuel Pantoja. **Jornalismo e ativismo**: ainda cabe falar em “objetividade”, “neutralidade” e “imparcialidade”? Observatório da Imprensa. 2021. Disponível em: observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/jornalismo-e-ativismo-ainda-cabe-falar-em-objetividade-neutralidade-e-imparcialidade/ Acesso em: 8 jun. 2022.

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., 2015. 250f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26062015-112522/publico/CLAUDIADOCARMONONATOLIMAVC.pdf> Acesso em: 8 jun. 2022.

MELO, José Marques de. ASSIS, Francisco de. **Gêneros e formatos jornalísticos**: um modelo classificatório. Intercom - RBCC São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/YYXs6KPXhp8d7pRvJvnRjDR/?format=pdf> Acesso em: 8 jun. 2022.

MOURA, Ana Luisa Araújo. **Nexo Jornal e o Jornalismo Criativo como possibilidade**. Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da UnB, 2019. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/26482/1/2019_AnaLuisaAraujoMoura_tcc.pdf Acesso em: 1 jun. 2022.

NASCIMENTO, Mayra Leal do. CUNHA, Elaide Martins da. **As fronteiras entre Ativismo Midiático e Jornalismo**: os valores-notícia e as práticas produtivas nas narrativas do Midia Ninja. Sbpjor. 2016. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/jpjor/jpjor2016/paper/viewFile/248/27> Acesso em: 10 mai. 2022.

NEXO. **Sobre o Nexo**. c2015. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/sobre/Sobre-o-Nexo> Acesso em: 13 jun. 2022.

NINJA, Mídia. **Quem Somos**. c2013. Disponível em: <https://midianinja.org/quem-somos/> Acesso em: 13 jun. 2022.

PAVLIK, John V. **A Tecnologia Digital e o Jornalismo**: as implicações para a Democracia. Nova Jersey. 2011. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/340/314> Acesso em: 16 mai. 2022.

PEDRO, Catarina Alexandra Pereira. **Critérios de noticiabilidade e jornalismo online**: o caso do Jornal de Notícias, 2016.

<https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/85627?mode=full>. Acesso em: 31 mai. 2022.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

PERUZZO, C.. **Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 17, pp. 131- 146, jun 2009.

<https://www.redalyc.org/pdf/3996/399641243011.pdf> Acesso em: 15 mai. 2022.

RESENDE, F. **O jornalismo e suas narrativas**: as brechas do discurso e as possibilidades do encontro. Revista Galáxia, São Paulo, n. 18, p. 31-43, dez. 2009.

RODRIGUES, Claudia. **Os contravalores-notícia do coletivo Mídia Ninja**: um estudo de caso sobre as narrativas no midiativismo. PUC Rio. Intercom. 2017.

Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0118-1.pdf> Acesso em: 15 mai. 2022.

ROMANCINI, Richard. LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil**. Florianópolis. Insular, 2007.

SAAD, Elizabeth. GIACOMASSI, Fernanda. **Inovações No Jornalismo Para Além Das Tecnologias Digitais**. São Paulo. 2018. Disponível em:

<https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/920/971> Acesso em: 10 mai. 2022.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

TRISTÃO, Marise Baesso. **Medo e violência**: discursos do poder: as narrativas sobre o Rio de Janeiro nas páginas de O Globo (2002-2010). 2017. 288 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social, 2017. Disponível em:

<https://app.uff.br/riuff/handle/1/21696?show=full> Acesso em: 14 mai. 2022

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 8ª. Ed. Lisboa. Presença, 2003.