

## O DISCURSO DA MÍDIA INDEPENDENTE COMO PRÁTICA METAJORNALÍSTICA

Ivan Satuf<sup>1</sup>

Universidade da Beira Interior

[ivsatur@gmail.com](mailto:ivsatur@gmail.com)

### Resumo:

Este artigo se concentra nas publicações online de dois coletivos de mídia independente – “Mídia Ninja” e “Jornalistas Livres” – com o objetivo de compreender a prática metajornalística presente no discurso. Munidos de tecnologias de interconexão digital, como as redes de alta velocidade e os dispositivos móveis, estes grupos conquistam visibilidade no campo midiático e inserem novas questões nos estudos do jornalismo. Recursos metodológicos quantitativos e qualitativos são utilizados para verificar a ocorrência de um discurso autorreferencial sobre o jornalismo, bem com as principais marcas de linguagem que distinguem esta prática emergente. A empiria permite argumentar que o metajornalismo está presente com regularidade no discurso da mídia independente, produzindo tensões que influenciam os rumos do campo jornalístico.

**Palavras-chave:** Metajornalismo; Mídia Independente; Novas mídias; Mídia Ninja; Jornalistas Livres

### Abstract:

This article focuses on the online publications of two collective of independent media – “Mídia Ninja” and “Jornalistas Livres” - in order to understand the metajournalistic practice present in speech. Equipped with digital interconnect technologies, such as high-speed networks and mobile devices, these groups gain visibility in the media field and insert new questions in journalism studies. Quantitative and qualitative methodological resources are used to verify the occurrence of a self-referential discourse on journalism, as well as the main language of the distinguishing marks of this emerging practice. The empiricism allows us to argue that metajournalism is present regularly in the independent media discourse, producing tensions that influence the course of the journalistic field.

**Keywords:** Metajournalism; Independent Media; New media; Mídia Ninja; Jornalistas Livres.

### Introdução

Transformações tecnológicas e sociais instauram novas questões sobre o amplo fenômeno da mídia independente com consequências importantes sobre as práticas jornalísticas no século XXI. A acelerada expansão das redes digitais reconfigura a comunicação interpessoal e massiva, permitindo que um número cada vez maior de atores

---

<sup>1</sup> Doutorando em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior. Bolsista do programa de Doutorado Pleno no Exterior da Capes (processo BEX 0852/13-9). Pesquisador vinculado à unidade de investigação Labcom.IPF.

individuais e entidades coletivas sejam capazes de participar ativamente tanto da produção quanto da circulação de conteúdos noticiosos. Dentre o vasto rol de dispositivos sociotécnicos, os smartphones e as plataformas on-line de mídia social assumem papel decisivo nas sucessivas etapas de captação, edição e compartilhamento de material multimídia.

Contudo, a observação pormenorizada dos textos, fotos e vídeos produzidos por grupos que se autodenominam coletivos de “mídia independente” permite constatar que parte significativa do discurso é endereçado ao interior do próprio campo jornalístico sob a forma de críticas aos meios de comunicação tradicionais. Tais críticas abordam questões práticas relacionadas às rotinas de produção da notícia executadas por repórteres e editores profissionais, bem como as decisões editoriais sob orientação dos executivos que controlam os conglomerados do setor.

Diante das evidências, este trabalho tem como objetivo analisar esta modalidade particular de enunciado autorreferente produzido por grupos de mídia independente. Trata-se de um tipo de produção textual que torna o próprio jornalismo o objeto do discurso jornalístico, fenômeno descrito na literatura acadêmica como prática metajornalística (Mesquita, 2003; Oliveira, 2010; Carlson, 2015). Três questões inter-relacionadas guiam a investigação: 1) Qual a representatividade do discurso metajornalístico na produção da mídia independente?; 2) Quais são as principais marcas discursivas que distinguem esta prática?; 3) Como a presença de práticas metajornalísticas na mídia independente atua sobre o amplo campo do jornalismo?.

A pesquisa se concentra exclusivamente no panorama midiático brasileiro, onde é possível detectar uma expansão em projetos jornalísticos de cariz independente com utilização intensa de tecnologias móveis e plataformas digitais. No intuito de buscar respostas coerentes às questões propostas e evitar a dispersão durante o procedimento empírico, o corpus de análise se restringe a dois grupos que conquistaram grande visibilidade nos últimos anos: o “Mídia Ninja” e os “Jornalistas Livres”.

### **Novas configurações na mídia independente**

A popularização dos computadores pessoais e a emergência da internet alteraram significativamente os rumos da comunicação dos anos 1990 e, de forma semelhante, os aparelhos portáteis e as redes digitais de alta velocidade têm estabelecido novas fronteiras nestas primeiras duas décadas do século XXI. Ainda que a taxa de adoção demonstre diferenças regionais, a proliferação de telefones móveis ocorreu de forma consistente em todos os continentes, incluindo desde as principais potências econômicas até as nações periféricas no mapa geopolítico (Castells, Fernández-Ardèvol, Qiu & Sey, 2007).

Na concepção de Ling (2012), o índice de penetração das tecnologias móveis atingiu um nível de saturação de tal ordem que foi capaz de provocar o inconsciente “desaparecimento” destes aparelhos no tecido social. Devido à utilização intensiva dos telefones móveis nas diversas atividades das esferas privada e pública, a tecnologia se incorpora às práticas cotidianas de forma tão natural que deixa de ser percebida tanto pelos utilizadores quanto por aqueles que ocupam o mesmo ambiente físico. De acordo com esta visão, as sociedades contemporâneas estariam diante de uma situação paradoxal em que os aparelhos móveis tendem a se tornar invisíveis devido à banalização do uso, porém, ao mesmo tempo, são agentes centrais na coordenação das mais variadas atividades (profissionais, recreativas, educativas, etc).

É importante destacar que o tempo de utilização de dispositivos móveis aumentou substancialmente à medida que novas funções foram agregadas ao telefone, fazendo com que o aparelho paulatinamente se transformasse em um dos principais instrumentos para acessar a internet. A denominação “smartphone” surgiu para designar o dispositivo móvel multiuso e, ao mesmo tempo, para marcar as diferenças em relação aos antigos aparelhos que apenas permitiam fazer chamadas de voz e enviar textos curtos (SMS). Dados divulgados no final de 2015 apontavam a existência de cerca de 53 milhões de utilizadores de smartphones no Brasil (Burger, 2015), um número expressivo diante das desigualdades socioeconômicas ainda vigentes no país.

Diversas obras vêm destacando as consequências socioculturais derivadas da proliferação de dispositivos móveis de comunicação (Goggin, 2006, Katz, 2008, Turkle,

2011). De fato, são muitas as perspectivas de análise, contudo, este trabalho mantém o foco sobre dois conceitos centrais para a compreensão do recente florescimento de projetos de mídia independente no universo digital: o “empoderamento” e o “jornalismo peer-to-peer”.

Castells (2009) sustenta que as relações de poder são sempre assimétricas, visto que aqueles que estão na condição dominante possuem a capacidade de influenciar os outros, quer sejam indivíduos dispersos ou coletividades com algum grau de homogeneidade. Segundo o autor, o “poder da comunicação” (*communication power*) é um elemento constitutivo das dinâmicas sociais, pois as assimetrias em voga nas interações agem sobre os valores e os interesses que governam as diversas esferas da sociedade. Contudo, os desníveis entre dominadores e dominados que formatam historicamente as relações de poder não são imutáveis, sendo que diversos fatores podem reconfigurar as hierarquias. Dentre estes fatores está o acesso às tecnologias da informação e comunicação (TICs) e a habilidade daqueles que se encontram em posição inferior para manipular estrategicamente os instrumentos à disposição para atingir finalidades específicas.

Smartphones e redes móveis (3G, 4G ou Wi-Fi) são vetores de “empoderamento” (*empowerment*) de atores sociais que articulam redes de comunicação capazes de agir (ou reagir) diante dos poderes constituídos. O campo midiático é diretamente afetado pelo fenômeno, pois os custos de produção e circulação de conteúdos são muito mais baixos quando comparados com os valores envolvidos na execução de um jornal impresso, um canal de rádio ou uma emissora de TV. A presente década tem sido profícua em exemplos nos quais as relações de poder são modificadas por tecnologias móveis.

Em diversos países, manifestantes e ativistas empoderados por dispositivos que lhes permitem “conexão perpétua” têm utilizado esta capacidade comunicativa para multiplicar o impacto dos protestos sociais, em alguns casos estimulando revoluções, fomentando resistência, impulsionando candidatos presidenciais e até derrubando governos e regimes políticos.<sup>2</sup> (Castells, 2009: 348)

---

<sup>2</sup> No original: “In a number of countries, protesters and activists empowered by devices that allow them “perpetual connectivity” have used this communicative capacity to multiply the impact of social protests, in some cases activating revolutions, fueling resistance, propelling presidential candidates, and even bringing down governments and political regimes”.

Dentre os recentes casos de empoderamento midiático ao redor do globo, merecem destaque as revoltas contra governos ditatoriais no Oriente Médio – agrupados sob a chancela de “Primavera Árabe” – e o movimento “Occupy Wall Street”, organizado para denunciar os abusos cometidos por corporações do setor financeiro nos Estados Unidos. O empoderamento midiático se relaciona com a noção de “jornalismo peer-to-peer” (Rheingold, 2002) em que a rigidez do centro irradiador de informação, modelo consagrado no sistema de comunicação *broadcast*, dá lugar à fluidez de formações rizomáticas. Nesta nova configuração, inúmeros pontos dispersos geograficamente podem ser acionados instantaneamente e passam a integrar a rede de acordo com demandas específicas. A ideia de “peer-to-peer” (ou “P2P” no jargão da informática) aplicada ao jornalismo está ancorada numa concepção mais horizontal e aberta da comunicação potencializada pelo uso de telefones móveis e smartphones interconectados.

No jornalismo peer-to-peer, as informações percebidas como relevantes pelos integrantes de um grupo ganham o tratamento típico de notícia e circulam por redes de cooperação que são formadas mais por afinidade ideológica do que por estruturas corporativas previamente estabelecidas. Trata-se de um jornalismo produzido a partir de mobilizações instantâneas e pontuais, operado por atores tecnologicamente empoderados que se unem para interferir no campo político, econômico ou cultural.

Quando utilizados com propósitos comunicacionais e orientados ao bem comum, os dispositivos móveis podem ser enquadrados como suportes de mídia radical contra-hegemônica (Downing, 2001) a serviço de cidadãos comuns que passam a integrar o campo jornalístico (Gillmore, 2004). Num panorama mais amplo, a revitalização de projetos independentes também se relaciona à “crise na cadeia de valor clássica” apoiada no binômio publicidade/audiência (Costa, 2014) e ao surgimento de novas abordagens adaptadas ao estágio “pós-industrial” do jornalismo (Anderson, Bell & Shirky, 2012).

É diante de todo este complexo cenário sociotécnico que se torna ainda mais evidente a força de uma nova onda de experimentações no campo da mídia independente. As tecnologias móveis de comunicação são ingredientes indispensáveis à consolidação do “midialivrisimo”, um conceito que vem sendo empregado para caracterizar a interseção do

jornalismo com o ciberativismo no século XXI (Malini & Antoun, 2013). Os adeptos e defensores desta corrente jornalística, denominados de “midalivristas”, partem de um pressuposto básico: “A comunicação é um campo de batalhas. Nela, o status quo se faz consenso. Nela, os grupos minoritários disputam espaço, chamando atenção para os silêncios da fala hegemônica” (Belisário et al, 2008). Inclusão e cidadania voltam ao centro do debate sobre a comunicação social para o desenvolvimento em sociedades democráticas.

Portanto, este trabalho busca investigar a maneira como a mídia independente lança novos olhares para o interior do próprio campo jornalístico para denunciar os abusos e os silêncios por parte daqueles que detêm o poder sobre os meios de comunicação. Desta forma, as práticas discursivas destes grupos fazem parte de uma problemática relevante que pode ajudar a compreender os dilemas atuais e os rumos do jornalismo.

### **Metajornalismo**

Acostumado a desempenhar o papel de enunciador privilegiado dos acontecimentos mais relevantes, o jornalismo goza de prestígio junto à sociedade, sendo que seus principais agentes – empresários do setor de mídia e jornalistas profissionais – se esforçam continuamente para manter o status que lhes foi historicamente atribuído. Segundo Traquina (2005), tal esforço está presente na construção permanente de uma ideologia rica em mitos e símbolos que reforçam representações sociais em torno de um “*ethos* jornalístico”. Além de afetar profundamente as práticas cotidianas nas redações, a mitologia associada ao jornalismo alimenta uma visão idealizada de seus profissionais como agentes incorruptíveis que defendem diuturnamente a sociedade contra os excessos e as injustiças perpetradas por quem detêm o poder.

Não por acaso, o jornalismo como “Quarto Poder” se tornou um dos mitos estruturantes da comunicação social durante o século XX. Apesar de se tratar de uma figura de linguagem bastante difundida no imaginário coletivo, Mesquita (2003) argumenta que a expressão carece de rigor analítico. De acordo com o autor, trata-se de um recurso

“hiperbólico” cujo objetivo é legitimar a imprensa, elevando-a ao mesmo patamar dos três poderes clássicos da democracia moderna: Executivo, Legislativo e Judiciário. Algo semelhante ocorre com a designação do jornalismo como “contra-poder”, sempre evocada para reforçar a representação dos jornalistas como agentes fiscalizadores capazes de enfrentar os interesses hegemônicos que eventualmente prejudicam os cidadãos comuns, estes sim, excluídos das esferas de poder devido às assimetrias políticas e econômicas.

De acordo com Mesquita (2003:77), estes recursos semânticos entram em contradição quando se verifica que “os media foram e são, em tempos de normalidade, instrumentos de poder, de vários poderes”. Em outras palavras, os mitos do “Quarto Poder” e do “contra-poder” não se confirmam no dia a dia, mas ganham força extrema em coberturas singulares, como o emblemático escândalo *Watergate*. Nestes casos, a mitologia é habilmente articulada para reforçar a legitimidade de seus praticantes. Portanto, no lugar de assumir o jornalismo como um arauto imaculado em prol do bem comum e imbuído de um altruísmo irrefutável, é preciso dirigir questões no sentido inverso, pois a prática jornalística é falível e deve ser constantemente escrutinada.

No instante em que a mitologia jornalística começou a ser relativizada para dar espaço à crítica de mídia, surgiu a noção de “metajornalismo”, ou seja, do jornalismo sobre o próprio jornalismo”. Os pormenores das rotinas de produção e divulgação de informação até então desconhecidos pelo público em geral são finalmente explicitados pelos próprios jornalistas em textos opinativos, reportagens sobre os bastidores da notícia ou colunas de provedores do leitor (*ombudsman*). Quando assume um caráter representativo e regular em meios impressos, eletrônicos e digitais, o metajornalismo promove uma “regulação informal dos conteúdos” e atua como um “adjuvante da cidadania” (Mesquita, 2003).

Na mesma linha de raciocínio, Oliveira (2004) afirma que a prática metajornalística articula uma inversão fundamental na qual os jornalistas, sempre prontos para apontar as falhas de terceiros, são agora postos diante de um espelho que reflete suas próprias imperfeições. O metajornalismo desloca as normas, os valores e as práticas profissionais para o centro do debate, instaurando uma produção autorreferente com duas consequências importantes. Em primeiro lugar, obriga o jornalista a refletir sobre sua

própria atuação, sobretudo acerca dos limites éticos e deontológicos, aspectos negligenciados pela rotina acelerada imposta por prazos quase sempre reduzidos para a apuração e publicação de informação. Em segundo lugar, ao desnudar processos outrora ocultos aos não-iniciados, o metajornalismo passa a convocar a audiência para participar da discussão de forma sistemática. É como se dentro do espelho estivessem não apenas a autoimagem dos jornalistas, mas também um enorme contingente de críticos: “Virando-se o feitiço contra o feiticeiro, o jornalismo passou de controlador dos abusos dos poderes legislativo, executivo e judicial, para potencial abusador ele próprio, ou seja, susceptível de ser vigiado e regulado” (Oliveira, 2004: 77-78).

De volta às metáforas largamente utilizadas para descrever a atividade, parece pertinente afirmar que o metajornalismo é uma espécie de “cão-de-guarda” de prontidão contra abusos e excessos do “Quarto Poder”, um fiscal de olho em quem tem por missão fiscalizar. Ainda que seja possível verificar ocorrências pontuais em épocas mais distantes, foi durante os anos 1990 que a prática conquistou proeminência, tornando o jornalismo definitivamente o objeto (ou sujeito) do próprio discurso jornalístico (Oliveira, 2010).

Na apresentação de uma obra que reúne estudos de casos em que o jornalismo se tornou notícia, Pinto e Sousa (2007) salientam três situações típicas em que os jornalistas e a imprensa se assumem como alvo de críticas. A primeira situação engloba os “mega-acontecimentos de cunho trágico e traumático”, como os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos. São ocasiões em que a extensão e a intensidade fazem com que a cobertura jornalística seja vista como integrante do evento, tamanha é a importância dos jornalistas no desenrolar dos fatos. Além dos acontecimentos propriamente ditos, as pessoas tendem a refletir sobre a atuação profissional e as narrativas produzidas, visto que é difícil dissociar fatos e relatos.

A segunda situação abriga ocasiões em que repórteres, editores, dirigentes, bem como as próprias instituições jornalísticas, estão envolvidos em escândalos nos quais são evidenciadas práticas condenáveis do ponto de vista ético. Um caso emblemático ocorreu em 2003, quando Jayson Blair, então repórter do prestigiado jornal *The New York Times*, foi denunciado e desmascarado após publicar sucessivos textos que continham plágio e

informações falsas. Em circunstâncias deste tipo, a própria comunidade jornalística se apressa a marginalizar os infratores para evitar o contágio sobre todo o campo. Ainda que nestes casos a crítica de mídia apresente tendência a se concentrar em indivíduos ou organizações específicas, o debate geralmente se amplifica para abranger grandes dilemas que cercam a atividade jornalística.

Por fim, a terceira situação acolhe os “processos extra-jornalísticos” nos quais agentes externos às redações e empresas de mídia lançam novas questões ou dirigem críticas diretas aos jornalistas, às rotinas empregadas na produção de conteúdos e aos próprios produtos postos em circulação. Neste quesito se destacam os blogs e outras plataformas de mídia social online onde cidadãos comuns publicam material com enfoque divergente em relação às matérias publicadas na imprensa tradicional ou simplesmente dirigem críticas à cobertura cotidiana. Diante da visibilidade alcançada por estes canais, os jornalistas frequentemente se veem na incômoda situação de esclarecer e, ocasionalmente, corrigir suas falhas.

Ainda que os autores desta classificação tenham pensado em termos de “crítica de mídia”, parece razoável estender a categorização às práticas metajornalísticas, visto que enquadra situações em que “o jornalismo e os jornalistas são reflectidos por si próprios e pelos outros no espaço mediático” (Pinto e Sousa, 2007:10). À luz da teoria, a mídia alternativa ganha contornos de prática metajornalística no momento em que é possível identificar que uma parte significativa de seu discurso aponta os erros e denuncia as práticas escusas operadas regulamente pela imprensa tradicional.

### **Corpus de análise e metodologia**

O recorte empírico desta investigação foi definido a partir de um conjunto de projetos de mídia independente listados pela *Agência Pública*, instituição sem fins lucrativos que atua na produção colaborativa de notícias. Intitulado “Mapa do Jornalismo Independente no Brasil”<sup>3</sup>, trata-se de uma interface interativa onde estão listados cerca de

---

<sup>3</sup> [http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/#\\_](http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/#_)

70 canais que se apresentam como “redes colaborativas” ou “coletivos” jornalísticos financeiramente autossustentáveis, o que implica a imediata exclusão de canais vinculados a “grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas”.

A partir de uma observação sistemática do mosaico apresentado, o estudo empírico ficou restrito a dois projetos: “Mídia Ninja”<sup>4</sup> e “Jornalistas Livres”<sup>5</sup>. Três fatores influenciaram diretamente a escolha do corpus de análise: a publicação regular de conteúdos online, a identificação de práticas metajornalísticas e a significativa visibilidade alcançada no sistema midiático. Portanto, foram selecionados projetos de mídia independente que fornecem farto material para análise, dentre os quais há textos que dialogam diretamente com o objeto de estudo. O terceiro critério de seleção - visibilidade - diz respeito à relevância destes projetos no panorama jornalístico contemporâneo brasileiro, o que permite relacioná-los com questões mais amplas do ecossistema midiático.

A investigação empírica está limitada apenas aos websites de ambos os grupos selecionados. As páginas do Mídia Ninja e do Jornalistas Livres nas redes sociais on-line foram excluídas desta análise porque as práticas de republicação e compartilhamento de conteúdos de terceiros dificultam a percepção do que realmente é produzido pelos próprios coletivos de mídia independente. No website, em contraste, há menos dispersão e é mais fácil rastrear os enunciadores, aspecto fundamental quando o discurso é o objeto de estudo.

A investigação está dividida em três etapas metodológicas sucessivas que ajudam a buscar respostas para a problemática exposta na introdução. A primeira etapa, de caráter quantitativo, tem como objetivo verificar a representatividade da prática metajornalística na produção destes coletivos. São analisadas todas as publicações entre 1º de janeiro e 30 de abril de 2016 para estabelecer o índice de conteúdos que tem como objeto o jornalismo. A etapa subsequente, eminentemente qualitativa, concentra-se no discurso propriamente dito, ou seja, nos elementos textuais que permitem apontar um direcionamento no discurso metajornalístico. A terceira e última etapa metodológica recupera o aporte teórico para

---

<sup>4</sup> <https://ninja.oximity.com/>

<sup>5</sup> <http://jornalistaslivres.org/>

tentar delinear a maneira pela qual as práticas metajornalísticas na mídia independente atuam sobre o amplo campo do jornalismo.

### **A presença do metajornalismo na mídia independente**

O período selecionado para a análise quantitativa dos websites do Mídia Ninja e dos Jornalistas Livres foi especialmente propício para identificação da prática metajornalística. Os quatro meses que integram o levantamento (de janeiro a abril de 2016) foram marcados pelo processo conduzido pelo Congresso Nacional que resultou no afastamento (“impeachment”) da presidente Dilma Rousseff. O contexto político exerceu influência direta sobre os temas debatidos, conduzindo o jornalismo para o centro da discussão pública. O papel desempenhado pela imprensa e as ações dos jornalistas passaram a ser questionados principalmente por setores da sociedade que se declaravam contrários ao afastamento.

O levantamento revelou que dentre as 107 publicações feitas pelo Mídia Ninja no referido período, 34 possuem elementos metajornalísticos, estabelecendo um índice de 31,7% da amostra. Em linha com este resultado, o website dos Jornalistas Livres alcançou um índice de 29,7%, com 61 das 205 publicações contendo algum tipo de discurso autorreferente sobre o jornalismo. Estes dados ajudam a responder à primeira questão colocada neste trabalho: “Qual a representatividade do discurso metajornalístico na produção da mídia independente?”. Os números revelam uma frequência bastante significativa, sendo que praticamente uma a cada três publicações se enquadra nesta classificação.

É importante ressaltar que foram considerados metajornalísticos conteúdos variados que englobam um amplo espectro discursivo. Algumas publicações registram críticas ou reflexões pontuais sobre o jornalismo dentro uma cobertura mais ampla de um acontecimento específico. Por exemplo, no interior de um texto sobre uma manifestação popular, pode surgir a fala de um entrevistado que critica a cobertura da mídia tradicional.

No texto “Sambando na cara da sociedade em defesa da democracia”<sup>6</sup>, surge em destaque o discurso do carnavalesco Luiz Fernando Reis: "O que a mídia está fazendo é covardia. Fizeram isso em 64 e querem fazer isso de novo agora". Neste caso, o discurso metajornalístico fica circunscrito aos conteúdos registrados entre aspas com as opiniões das fontes.

Em contraste a estas manifestações pontuais, existem publicações integralmente metajornalísticas. Em texto publicado no dia 28 de abril intitulado “A midiatização da crise”<sup>7</sup>, o Mídia Ninja faz uma análise crítica de um evento que reuniu jornalistas profissionais e acadêmicos da área na Universidade Federal Fluminense. Os Jornalistas Livres também publicaram um texto semelhante - “A crise no jornalismo está na mídia tradicional, e não na mídia alternativa”<sup>8</sup> – sobre debates ocorridos durante o 14º Congresso Estadual dos Jornalistas em Minas Gerais. Em ambos os casos, a prática metajornalística perpassa todo o conteúdo, com destaque para os debates sobre a ética jornalística e a crise no setor midiático.

Seja pontual ou integral, a análise quantitativa verificou que o metajornalismo é um elemento regular e valorizado nos conteúdos destes dois coletivos de mídia independente.

### **Elementos do discurso metajornalístico**

Pensar (ou repensar) o jornalismo a partir do próprio “*ethos* jornalístico” está na constituição dos dois projetos que integram esta investigação. A prática metajornalística está explícita na forma como os coletivos se apresentam ao público em seus websites, reforçando uma nítida ruptura com o jornalismo tradicional. A denúncia dos interesses particulares e, portanto, pouco afeitos ou mesmo contrários aos interesses públicos, fazem parte das críticas dirigidas aos conglomerados midiáticos. O discurso de oposição está

---

<sup>6</sup> <https://ninja.oximity.com/article/Sambando-na-cara-da-sociedade-em-defes-1>

<sup>7</sup> <https://ninja.oximity.com/article/A-midiatiza%C3%A7%C3%A3o-da-crise-3>

<sup>8</sup> <https://jornalistaslivres.org/2016/04/crise-no-jornalismo-esta-na-midia-tradicional-e-nao-na-midia-alternativa/>

formulado de maneira direta no parágrafo de abertura de um manifesto publicado pelo Mídia Ninja:

Surgimos porque outra comunicação era necessária. O Brasil vive ainda um verdadeiro coronelismo midiático: poder e dinheiro concentrados nas mãos de poucas famílias, que são donas da imprensa hegemônica. Estes grupos sempre foram contrários às causas dos movimentos sociais, atuam estimulando a hostilidade e os preconceitos e, historicamente, trabalham para criminalizar a política e afastar as pessoas de seu exercício. (Mídia Ninja, 2014, online)

É recorrente entre os textos analisados o uso de elementos discursivos negativos para descrever o jornalismo tradicional, como “coronelismo” ou “oligopólio” midiático, referências diretas ao reduzido número de corporações que dominam o setor no Brasil. As escolhas semânticas frequentemente conduzem o discurso para um plano binário, uma luta do bem contra o mal, ou da mídia independente contra a mídia “dependente” do capital e dos interesses políticos. Neste quesito, nenhuma empresa é mais criticada que as *Organizações Globo*, com destaque maior para seu principal veículo, a *Rede Globo*, emissora de televisão com elevadíssimo índice de audiência no Brasil. O discurso metajornalístico traça ataques diretos à empresa e seus herdeiros/controladores: a família Marinho. As críticas à “grande imprensa” não se limitam ao texto verbal e podem ser encontradas frequentemente nos vídeos e nas fotografias em que manifestantes empunham cartazes com elementos iconográficos das empresas de mídia (figura 1).

**Figura 1 - Cartaz contra a Rede Globo**



Fonte: Thaís Tostes/Mídia Ninja<sup>9</sup>

O discurso metajornalístico também questiona os pilares da ideologia jornalística ao criticar frontalmente os jargões usados por profissionais da imprensa para justificar seu status social. Assim, o que está em jogo na arena discursiva são os mitos que cercam o jornalismo, o idealismo do “Quarto Poder” reiterado no uso corrente de adjetivos como “neutro” e “imparcial”. Conforme referido anteriormente neste artigo, o confronto à mitologia associada ao jornalismo é um dos fundamentos do metajornalismo, algo claramente enunciado pelo Mídia Ninja:

Diferente da mídia corporativa, somos midiativistas, atuamos de modo colaborativo e em rede. Nunca endossamos o discurso da "imparcialidade" porque sabemos que a hipocrisia é uma forma de corrupção comumente encontrada nos jornais e TVs do Brasil. A mídia que tem dono também tem lado, apesar da imensa maioria não assumir e tentar vender a ideia de um jornalismo neutro, livre de opinião. O que falta no jornalismo da imensa maioria dos veículos é ética. (Mídia Ninja, 2014, online)

O mesmo discurso metajornalístico está presente no outro coletivo que integra o corpus de análise: “A Rede Jornalistas Livres surgiu no dia 12 de março de 2015 da necessidade urgente de enfrentar a escalada da narrativa de ódio, antidemocrática e de permanente desrespeito aos direitos humanos e sociais, em grande parte apoiada pela

---

<sup>9</sup> <https://ninja.oximity.com/article/Furac%C3%A3o-2000-e-mais-de-50-mil-pes-1>

mídia tradicional” (Jornalistas Livres, s/d, online). Portanto, a pauta da mídia independente assume muitas vezes o caráter de “contra-pauta” que toma o material publicado pela imprensa como ponto de partida para confrontar seus fundamentos.

Um caso exemplar de denúncia e desconstrução narrativa foi a cobertura de um protesto organizado por movimentos feministas contra uma matéria da revista *Veja*. As manifestantes denunciavam o machismo presente no perfil biográfico de Marcela Temer, esposa de Michel Temer, político que assumiu a presidência após o afastamento provisório de Dilma Rousseff. O texto de *Veja* apresentou Marcela Temer como uma mulher “bela, recatada e do lar”, um estereótipo exaustivamente combatido por feministas. A cobertura do ato pelo Mídia Ninja foi publicada com o título “Contra a apologia midiática ao recatamento feminino, mulheres fazem ato performático em Brasília”<sup>10</sup>. O material multimídia possui um texto extenso com diversas falas das manifestantes, um vídeo de cerca de dois minutos de duração e 12 fotografias do protesto.

Em síntese, a análise empírica sustenta que o discurso metajornalístico da mídia independente é dirigido prioritariamente às empresas e aos empresários, com citações raríssimas dos nomes de jornalistas profissionais (repórteres e editores). Além disso, a prática metajornalística se caracteriza por um combate em nível “macro”, com denúncias gerais à omissão e distorção sistematicamente praticadas pela imprensa tradicional. Por outro lado, a crítica de mídia feita por estes coletivos tende a não repercutir casos particulares de desvios e falhas de conduta, principalmente quando os dilemas éticos dizem respeito a indivíduos ou equipes de reportagem.

### **As fronteiras do jornalismo**

As seções anteriores confirmaram a presença regular e destacada do discurso metajornalístico nos coletivos Mídia Ninja e Jornalistas Livres. Também foi possível verificar as marcas discursivas que distinguem o fenômeno observado. Diante dos resultados, é hora de retornar à fundamentação teórica para confrontar a terceira questão proposta: “Como

---

<sup>10</sup> <https://ninja.oximity.com/article/Contra-a-apologia-midi%C3%A1tica-ao-re-1>

a presença de práticas metajornalística na mídia independente atua sobre o amplo campo do jornalismo?”.

A visibilidade alcançada por estes grupos faz com que ambos sejam notados não apenas pelo público, mas também pelos demais atores do ecossistema midiático. Em junho de 2016, a página dos Jornalistas Livres no *Facebook* contabilizava mais de 430 mil “likes”. Na mesma época, a página do Mídia Ninja possuía um número de seguidores ainda maior, chegando a superar os 850 mil “likes”. Conforme descrito anteriormente, a tecnologia favorece a ampliação do alcance da mídia independente e ajuda a reverberar os discursos metajornalísticos. À medida que mais pessoas recebem e compartilham as publicações, tende a ser maior a força que estes grupos adquirem para questionar práticas antiéticas e denunciar abusos da imprensa tradicional.

A prática metajornalística não está isolada, pelo contrário, ela é fruto do ecossistema midiático e age sobre ele. Segundo Oliveira (2014), o metajornalismo é um agente de transformação que ajuda a “reinventar o jornalismo”, ainda que pareça mais adequado sustentar a “renovação” da atividade, visto que há rupturas e manutenções neste processo. O importante é destacar que “o jornalismo sobre o jornalismo” é um mediador que exerce pressão sobre o próprio significado da prática. Ao escrutinar as rotinas e ponderar as consequências o metajornalismo “tem a incumbência de desconstruir os sentidos constituídos para neles encontrar as leis que os regulam, sejam elas intrínsecas à origem histórica do jornalismo ou administrativamente instituídas na esteira da vida social moderna” (Oliveira, 2010:31).

Os coletivos de mídia independente investigados neste trabalho ocupam um território limiar, pois se apresentam como projetos jornalísticos, mas, ao mesmo tempo, rejeitam e se opõem à prática consagrada por instituições hegemônicas. Os discursos de grupos como o Mídia Ninja e os Jornalistas Livres adentram, conforme salienta Carlson (2015:5), em “um território de enunciados fragmentados exprimidos por uma gama de atores que moldam e constroem significados, identidades e fronteiras conceituais”<sup>11</sup>. Em

---

<sup>11</sup> No original: “[...] a territory of fragmentary utterances expressed by a range of actors that shape and constrain meanings, identities, and conceptual boundaries.”

outras palavras, a prática metajornalística da mídia independente tensiona as definições do jornalismo e estabelece outros parâmetros para tratar da legitimidade daqueles que exercem a atividade.

### **Considerações finais**

Os dados e as análises presentes nesta investigação sugerem que o discurso da mídia independente pode ser enquadrado como prática metajornalística. A presença expressiva de reflexões sobre o jornalismo e os jornalistas na produção do *Mídia Ninja* e dos *Jornalistas Livres* levanta questões importantes sobre o controle e concentração da mídia, além de ressaltar a importância da democratização da comunicação. A crescente visibilidade pública alcançada por estes grupos exerce influência sobre a mídia tradicional e cria mecanismos de questionamento sobre as rotinas jornalísticas.

Contudo, é preciso destacar que o metajornalismo praticado por estes grupos parece se concentrar mais em questões gerais sobre o monopólio exercido por grandes empresas jornalísticas, com foco principal na manipulação de informações. Em decorrência desta postura, o discurso raramente cita nomes de jornalistas, como se poupasse intencionalmente os profissionais que trabalham nas redações para concentrar as críticas sobre as empresas e os empresários. Por se tratar de um estudo circunscrito a dois coletivos de mídia independente, pesquisas futuras devem ampliar a investigação para verificar se este é um padrão possível de ser atribuído de forma geral ao fenômeno em questão.

O trabalho também ressaltou a importância das novas tecnologias móveis para o florescimento de projetos de mídia independente. Obviamente, é preciso assumir uma postura cautelosa para evitar tratar a tecnologia como redentora e libertária sem levar em consideração as restrições e os riscos associados a ela. Bastos (2015:11) denuncia que a visão ingênua que marcou o desenvolvimento do ciberjornalismo desde os anos 1990 é agora transposta para o campo da ubiquidade comunicacional: “Uma década depois, no início da segunda década do século XXI, voltámos a assistir a certo recrudescimento de

utopias digitais, desta vez pela mão dos dispositivos móveis, que conheceram então uma fase de expansão acelerada”.

Por fim, é necessário fazer ressalvas sobre a análise quantitativa apresentada neste estudo. Conforme demonstrado, a prática metajornalística alcançou níveis consideráveis durante um período de bastante discussão pública sobre a mídia devido ao processo de impeachment no Brasil. É possível formular a hipótese de que levantamentos realizados em outros momentos possam levar a uma ocorrência mais modesta do metajornalismo no discurso da mídia independente.

## Referências

Anderson, C.W., Bell, E., Shirky, C. (2012) *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*. In: Columbia Journalism School - Tow Center for Digital Journalism, disponível em <http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism-adapting-to-the-present-2/>

Bastos, H. (2015) Das utopias à realidade: Um olhar sobre duas décadas de ciberjornalismo. In: *Estudos de Jornalismo*, 4, 9-18, disponível em: [http://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20151007-ej\\_4\\_2015.pdf](http://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20151007-ej_4_2015.pdf)

Belisário, A., Barreto, G., Uchoas, L., Castro, O. & Bentes, I. (2008) Midialivristas, uni-vos!. In: *Lugar Comum – Estudos de Mídia, Cultura e Democracia*, 25-26, 137-141, disponível em <http://uninomade.net/lugarcomum/25-26/>

Buerger, L. (2015) O cenário mobile e multi-plataforma no Brasil. In: comScore, disponível em <http://www.comscore.com/por/Imprensa-e-eventos/Apresentacoes-e-documentos/2015/O-Cenario-Mobile-Multi-Plataforma-e-as-Tendencias-para-2016>

Carlson, M. (2015) Metajournalistic Discourse and the Meanings of Journalism: Definitional Control, Boundary Work, and Legitimation. In: *Communication Theory*, 1-20, doi: 10.1111/comt.12088

Castells, M. (2009) *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.

Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Qiu, J.L, & Sey, A. (2007) *Mobile communication and society: a global perspective*. Cambridge, MA: MIT Press.

Costa, C. T. (2014) Um modelo de negócio para o jornalismo digital. In: *Revista de Jornalismo da ESPM*, 9(3), 51-115, disponível em [http://www.espm.br/download/2012\\_revista\\_jornalismo/Revista\\_de\\_Jornalismo\\_ESPM\\_9/](http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_9/)

Downing, J. (2001) *Radical Media: rebellious communication and social movements*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Gillmor, D. (2004) *We the Media: grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Goggin, G. (2006). *Cell phone culture: mobile technology in everyday life*. London, UK: Routledge.

Jornalistas Livres. (s/d) Como surgiu, disponível em <https://jornalistaslivres.org/como-surgiu/>

Katz, J. (2008) *Handbook of mobile communication studies*. Cambridge, MA: MIT Press.

Ling, R. (2012) *Taken for grantedness: the embedding of mobile communication into society*. Cambridge, MA: MIT Press.

Malini, F., & Antoun, H. (2013) *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina.

Mídia Ninja. (2014) A Mídia Ninja tem lado, disponível em: <https://ninja.oximity.com/article/A-M%C3%ADdia-Ninja-tem-lado-1>

Mesquita, M. (2003) *O Quarto Equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: MinervaCoimbra.

Oliveira, M. (2004) Metajornalismo: o ofício que nasceu na sombra da Modernidade. In: *Comunicação & Sociedade*, 5, 75-83, disponível em <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1247/1190>

Oliveira, M. (2010) *Metajornalismo. Quando o jornalismo é sujeito do próprio discurso*. Coimbra: Grácio Editor.

Pinto, M & Sousa, H. (2007). Introdução: pensar o jornalismo através de casos. In: Pinto, M. & Sousa, H. (eds) *Casos em que o jornalismo foi notícia*. Porto: Campo das Letras, pp. 7-15.

Rheingold, H. (2002) *Smart Mobs: the next social revolution*. New York: Basic Books.

Traquina, N. (2005) *Teorias do jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular.

Turkle, S. (2011) *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.

**Sites:**

Jornalistas Livres [<https://jornalistaslivres.org/>]

Mídia Ninja [<https://midianinja.wordpress.com/>]

Data de Receção: 07/04/2016

Data de Aprovação: 21/04/2016