

Jornalismo hegemônico, desinformação e o surgimento de mídias alternativas¹

Danilo Marques²

Ingrid Bella³

João Pedro Coelho⁴

Luna Galera⁵

Manuela Cristina⁶

Manuela Menezes⁷

Nicole Lira⁸

Samara Izidoro⁹

Carine Prevedello¹⁰

Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ

Resumo

Em virtude da ampliação do debate sobre o midiativismo e seus impactos no jornalismo contemporâneo, o artigo apresenta resultados da pesquisa conduzida pelo Programa de Educação Tutorial da Escola de Comunicação da UFRJ (PET-ECO). A investigação analisa a relação entre midiativismo e desinformação, observando como as mídias alternativas reconfiguram o consumo de informação no Brasil. Tendo como marco as Jornadas de Junho de 2013, o estudo identifica o surgimento de novos portais midiáticos como resposta à crise de credibilidade do jornalismo tradicional. A partir de análise comparativa da cobertura de casos emblemáticos entre 2013 e 2015, são examinadas as abordagens do portal *Mídia Ninja* e do jornal *Folha de São Paulo*, com foco nas estratégias de discurso e na disputa por narrativas no campo informacional.

Palavra-chave: jornalismo; midiativismo; desinformação.

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 4º Semestre, do Curso de Jornalismo da Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e-mail: danielomprhr@gmail.com

³ Estudante de Graduação, 3º Semestre, do Curso de Rádio e TV da Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e-mail: ingridvitoriayoutinhobella@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação, 7º Semestre, do Curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e-mail: joapetrooc2017@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação, 7º Semestre, do Curso de Jornalismo da Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e-mail: lunanascimentoagalera@gmail.com

⁶ Estudante de Graduação, 5º Semestre, do Curso de Produção Editorial da Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e-mail: manuelassantanna@gmail.com

⁷ Estudante de Graduação, 5º Semestre, do Curso de Jornalismo da Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e-mail: manuela.pereira@discente.eco.ufrj.br

⁸ Estudante de Graduação, 4º Semestre, do Curso de Jornalismo da Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e-mail: nicole.lira@discente.eco.ufrj.br

⁹ Estudante de Graduação, 7º Semestre, do Curso de Jornalismo da Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e-mail: samara.santos@discente.eco.ufrj.br

¹⁰ Orientadora do trabalho, Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos/RS), Professora Adjunta da Escola de Comunicação (ECO) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e tutora do Programa de Educação Tutorial (PET) da ECO/UFRJ, e-mail: carine.prevedello@eco.ufrj.br

Introdução

Durante a pandemia de Covid-19 e as eleições de 2022, ambos momentos marcantes da história do país e do jornalismo brasileiro, a crescente onda de notícias falsas e manchetes alarmistas fez com que o campo da comunicação se voltasse para a observação e o estudo sobre o uso das redes sociais e das novas tecnologias na veiculação de informações, buscando compreender quais os impactos dessas aplicações na realidade. Além disso, a percepção sobre a perda da credibilidade dos fatos também suscitou debates na esfera pública sobre o papel desempenhado pelo jornalismo contemporaneamente, sendo esse um campo conhecido pela transmissão crítica e responsável dos acontecimentos que compõem a memória social de um país.

Desse modo, o papel da comunicação passa a ser repensado em um cenário onde o valor da informação cada vez mais deixa de ser centralizado na sua objetividade, voltando-se nesse novo momento a uma relação subjetiva estabelecida com os fatos por cada indivíduo, tanto em sua transmissão, quanto na sua recepção, permeada por crenças e valores pessoais. Com a introdução de novas tecnologias como a inteligência artificial, outros questionamentos emergem sobre a sua aplicação na transmissão de notícias: assim como ocorreu com a introdução das redes sociais, tal ferramenta poderia tanto potencializar a pluralidade de discursos, quanto atuar na proliferação massiva de informações falsas, tendo grandes impactos na realidade brasileira.

Sob esse contexto de incertezas e dúvidas crescentes, o grupo de pesquisadores vinculado ao Programa de Educação Tutorial (PET) da Escola de Comunicação (ECO) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) se reuniu ao longo do segundo semestre de 2024 e primeiro semestre de 2025 em torno de textos e perspectivas que abordavam os conceitos de midiativismo — levando em conta o escopo da pesquisa anterior sobre midiativismo indígena, realizada e concluída em 2024 por outros alunos do grupo — e de desinformação, com a realização de debates e estudos que objetivaram compreender qual o impacto das mídias alternativas e do fenômeno de desinformação sobre as transformações das formas contemporâneas de produção de notícias.

Para isso, através de revisão bibliográfica, os estudantes delimitaram os conceitos de midiativismo (Bentes, 2018) e desinformação (Rothberg; Oliveira, 2023), observando o efeito causado pela relação estabelecida entre ambos na difusão

pluralizada de discursos e na desestabilização dos discursos jornalísticos hegemônicos. Foi observada também como se configurou a credibilidade de tais veículos informativos ao longo da história, assim como os fatores que levaram a sua posterior crise (Ribeiro, 2000; Rothberg; Oliveira, 2023). A partir da análise das Jornadas de Junho como ponto de virada nas formas de produção de jornalismo (Martins Costa, 2016), o objeto de pesquisa delimitado foi o caso Rafael Braga. Desse modo, como metodologia aplicado ao estudo do caso, realizamos o mapeamento, análise e comparação do conteúdo das coberturas da época, tendo como base o portal *Mídia Ninja* e o jornal *Folha de São Paulo*.

Os dados parciais evidenciaram como o uso das mídias alternativas tensiona os limites estabelecidos pelo jornalismo tradicional, ao possibilitar a criação de espaço comunicacionais que potencializam discursos divergentes e invisibilizados. A partir do estudo e análise do caso Rafael Braga, observou-se que o midiativismo atua como resistência simbólica, construindo contra-narrativas que confrontam a desinformação, favorecendo a ampliação de sentidos sobre os fatos e a construção de uma visão crítica pelo público. A pesquisa também apontou para outro fator relevante: a necessidade de mais investigações sobre os desdobramentos dos fenômenos de midiativismo e de desinformação na cultura jornalística e na formação da opinião pública a longo prazo, especialmente diante dos crescentes cenários de polarização e disputa de sentidos.

O conceito de midiativismo:

Em um cenário de crescente polarização política e proliferação de desinformação, o midiativismo emerge como uma força fundamental na disputa de narrativas dentro da sociedade civil. Como destaca Ivana Bentes (2018), o campo da Comunicação tornou-se estratégico, especialmente em contextos onde a mídia corporativa atua como “mídia-estado”, rivalizando com governos e incidindo sobre políticas públicas (Bentes, 2018, p. 152). Neste contexto, o midiativismo não se limita a produzir informação: ele articula novas formas de organização social, subjetividade e engajamento.

O termo “mídia livre”, amplamente discutido por Bentes (*op. cit*), ressignifica noções de mídia alternativa, independente e contra-hegemônica. Essa mídia não apenas questiona o monopólio informacional tradicional, mas introduz uma nova ecologia de comunicação. Trata-se de um ecossistema de práticas descentralizadas, colaborativas e

diversas, muitas vezes viabilizadas por coletivos, perfis individuais e redes autogeridas, que atuam à margem dos grandes conglomerados (Bentes, 2018, p. 153-154).

Essa transformação intensifica-se com a ascensão da chamada mídia-multidão, especialmente após junho de 2013 no Brasil, quando o fluxo disruptivo de conteúdos rompeu a lógica do jornalismo centralizado. Esse momento marca também o início de uma ambivalência: se por um lado as redes ampliam o poder de fala de grupos marginalizados, por outro, possibilitam a viralização de *fake news*, discursos de ódio e campanhas de desinformação automatizadas, fenômenos que Bentes chama de “ódioativismo” (Bentes, 2018, p. 153).

O midiativismo atua, assim, na contramão do jornalismo massivo, que tende à homogeneização e à diminuição da polifonia. Ele se estrutura a partir da “ruidocracia” — a valorização do ruído, da multiplicidade de vozes e da divergência — propondo um conteúdo que fale para diversos grupos, incorporando suas singularidades (Bentes, 2018, p. 167). A atuação de redes como a *Mídia Ninja* exemplifica esse modelo: conteúdos são produzidos por uma multidão de pequenos e anônimos, mas compartilhados e amplificados por veículos de mídia, gerando engajamento e impacto político-cultural a partir de uma lógica distribuída (Bentes, 2018, p. 166).

Neste novo paradigma, não se trata apenas de “informar”, mas de promover uma prática comunicacional que transforma a própria ideia de jornalismo. A comunicação, como sugere Bentes, torna-se potência expressiva e política, criando espaços de insurgência e reconfigurando a esfera pública (Bentes, 2018, p. 166). Trata-se, em essência, de compreender o midiativismo como um campo emergente e crucial para os movimentos sociais contemporâneos, um espaço que reinventa não apenas a prática jornalística, mas também os modos de existir e resistir na sociedade em rede.

Midiativismo, sociedade em rede e desinformação : mudanças no jornalismo

Deste complexo cenário, o conceito de midiativismo emerge como um caminho paralelo ao ampliar o espectro de vozes e pontos de vista disponíveis no debate público. Ao favorecer a circulação de narrativas alternativas, esse fenômeno desafia o que se entende por credibilidade jornalística (Ribeiro, 2000). Ao mesmo tempo, opera para o enfrentamento das distorções e falsificações que caracterizam a lógica da

desinformação, cuja velocidade de propagação tende a ser comparável e, por vezes, superior à das mídias tradicionais.

Ao investigar de que formas a desinformação atua e influencia percepções no contexto político-social, Rothberg e Oliveira (2023) analisam sua relação com o fenômeno do populismo. Os autores observam como o conceito de “povo”, marcado por ambiguidade e sustentado por valores subjetivos que rejeitam o conhecimento técnico, o debate público e a pluralidade social, é instrumentalizado em discursos populistas para a construção de uma identidade nacional abstrata. Trata-se de uma identidade que exclui aqueles que não compartilham determinados valores ideológicos, promovendo a polarização social e favorecendo uma visão única de mundo, em detrimento da diversidade democrática.

Nesse sentido, a desinformação atua de modo similar sobre fatos, fenômenos e discursos, ao promover visões distorcidas e excluir a pluralidade de perspectivas sobre as informações, o que não só pode causar rupturas sociais, mas também contribuir para a perda da credibilidade jornalística diante de uma sociedade cada vez mais exposta a narrativas manipuladas e polarizadas.

Desse modo, torna-se relevante ressaltar que a credibilidade do jornalismo, compreendida como a confiança social depositada nos meios tradicionais de informação, foi historicamente construída sobre pilares fundamentais. Entre eles, destacam-se a transparência nos processos jornalísticos, a independência editorial frente a interesses econômicos e políticos, o respeito à privacidade das fontes e o compromisso com o interesse público (Meyer, 1998; Gaziano e McGrath, 1986 *apud* Rothberg; Oliveira, 2023).

Contudo, observa-se que aspectos psicológicos exercem influência significativa na erosão dessa credibilidade, ao contribuírem para o avanço da desinformação. Mesmo quando uma informação é apresentada de forma descontextualizada e posteriormente desmentida, é comum que indivíduos optem por mantê-la como verdadeira, tanto no imaginário quanto no discurso, desde que ela confirme convicções previamente estabelecidas (Rothberg; Oliveira, 2023).

A pluralidade informativa também se revela como elemento essencial para a construção da confiança pública nos meios de comunicação (Guerra, 2014 *apud* Rothberg; Oliveira, 2023, p.11), uma vez que o acesso a diferentes perspectivas sobre

um mesmo acontecimento amplia a capacidade crítica dos indivíduos diante das narrativas apresentadas.

Jornadas de Junho

As Jornadas de Junho (doravante somente “jornadas”) — série de manifestações ocorridas no inverno de 2013 compõem um ponto paradigmático para essa nova forma de produzir e consumir informação. Os protestos, ocupações e atos públicos passam a ser filmados e publicados em redes sociais sem a necessidade da presença de veículos tradicionais de imprensa. Um celular na mão bastava (como basta) para que outros milhares de usuários acessassem o instante. Essa nova prática subverte e, como discutido, desafia o jornalismo industrial discutido por Ribeiro.

É interessante observar que a mídia hegemônica teve dois momentos no que diz respeito ao seu posicionamento com relação às jornadas, o primeiro deles retratava os manifestantes como vândalos e o segundo apoiava e buscava compreender melhor as necessidades dos, agora chamados, “manifestantes”. A exemplo disso, uma charge publicada na *Folha de São Paulo* comparando os manifestantes a homínideos da Idade da Pedra, na tentativa de desacreditar e criticar os envolvidos nas manifestações da época (Martins Costa, 2016). A narrativa da grande mídia começou a mudar quando os protestos e manifestações cresceram e obtiveram maior apoio popular – e maior atenção dessa “contra-mídia”.

Desse modo, entende-se que as mídias independentes/alternativas tiveram e têm papel crucial na exposição de contra-narrativas. Com a ascensão das redes sociais esse trabalho foi facilitado em alguma medida, portais como *Mídia Ninja* passaram a fazer transmissões e gravações sem edição. Realizavam, a seu modo, a cobertura jornalística de um momento crucial.

Nesse momento, começam a surgir portais de notícia que contrapunham o discurso hegemônico sobre as manifestações da época. Para Ivana Bentes, “as mídias livres narraram um outro junho de 2013, processos multitudinários organizados de baixo para cima e protagonizado por ‘desorganizados’(...)”. (Bentes, p.157, 2018. P. 151-169).

Caso Rafael Braga: circunscrevendo o objeto de pesquisa

A cobertura do caso do catador de materiais recicláveis Rafael Braga pode servir de objeto para perceber as diferenças editoriais de mídias hegemônicas e mídias alternativas. Rafael Braga ficou conhecido como o homem que foi preso nos protestos de 2013 com uma garrafa de desinfetante Pinho Sol. Rafael estava em uma região próxima a um protesto no Centro do Rio de Janeiro quando foi abordado por policiais. Ele foi a única pessoa condenada por supostos delitos realizados durante as manifestações deste período. Por um lado, a cobertura de veículos tradicionais reforçaram um suposto caráter ilícito no caso de Rafael Braga, enquanto as jovens mídias livres davam tom crítico à prisão do homem - evidenciando as formas ímpares que um mesmo fato foi tratado por diferentes portais de notícia.

A metodologia adotada na pesquisa é a da análise de conteúdo, conforme delineada por Laurence Bardin (2016), combinada ao mapeamento de cobertura midiática, com o intuito de compreender os modos como os casos emblemáticos foram representados nos veículos *Mídia Ninja* e *Folha de S. Paulo*, durante um recorte temporal de três anos. O objeto de estudo definido foi a cobertura midiática referente à prisão de Rafael Braga, noticiada por duas emissoras de imprensa distintas. A escolha desses dois veículos tem por objetivo refletir a intenção de observar e comparar as abordagens entre uma mídia considerada alternativa, definida por um viés ativista, horizontal e voltado à amplificação de vozes marginalizadas e uma mídia hegemônica de caráter empresarial, consolidada no jornalismo tradicional e com forte influência na opinião pública. Para tanto, realizou-se um levantamento sistemático do material publicado por ambas as plataformas, com foco em reportagens, notas e artigos que abordassem direta ou indiretamente os casos selecionados. A seleção do *corpus* foi orientada por critérios de relevância social, repercussão pública e recorrência temática nos veículos analisados. A partir desse levantamento, empregou-se a técnica de categorização proposta por Bardin (2016), que pressupõe a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, contemplando tanto aspectos quantitativos — como frequência de temas e menções — quanto qualitativos, tais como o enquadramento narrativo, o uso de fontes e o posicionamento ideológico implícito ou explícito nos textos.

O mapeamento de cobertura foi operacionalizado por meio da organização dos dados em matrizes que possibilitaram visualizar padrões de publicação, variações

temporais, intensidade da cobertura e possíveis lacunas informativas entre os veículos. Esse processo foi acompanhado por uma leitura flutuante inicial, seguida da codificação por unidades de registro — categorias temáticas, lexicais e discursivas —, conforme sugere Bardin (2016), permitindo identificar regularidades e singularidades na construção das representações sociais veiculadas. Foram observados aspectos como o grau de visibilidade concedido aos atores sociais envolvidos, a centralidade ou marginalização de determinadas pautas, a escolha de títulos e imagens, bem como os modos de articulação entre texto e contexto. A análise comparativa buscou, sobretudo, compreender como cada mídia estrutura seus discursos diante dos mesmos eventos, revelando disputas de sentidos, omissões ou ênfases que contribuem para a construção de diferentes narrativas sobre a realidade. Com base nesses procedimentos, a metodologia aqui adotada se mostra adequada para a análise crítica da produção simbólica dos meios de comunicação, ao considerar os elementos formais do conteúdo jornalístico, suas estratégias discursivas e as implicações políticas e sociais de sua circulação.

Considerações finais

Com base na análise desenvolvida ao longo deste artigo, é possível afirmar que o midiativismo não apenas tensiona os limites do jornalismo tradicional, mas também inaugura um espaço comunicacional mais diverso, descentralizado e permeável às vozes historicamente marginalizadas.

A investigação sobre o caso Rafael Braga, ao evidenciar os contrastes entre a cobertura da mídia hegemônica e da mídia alternativa, reforça a hipótese de que o midiativismo opera em posição simbólica de resistência, produzindo contra-narrativas capazes de disputar sentidos na esfera pública. Nesse sentido, a atuação das mídias alternativas se apresenta como recurso de enfrentamento à desinformação e à homogeneização discursiva, promovendo pluralidade informativa e ampliando a possibilidade de uma leitura crítica da realidade.

Diante disso, aponta-se como perspectiva para pesquisas futuras a ampliação do olhar sobre os impactos de longo prazo dessas práticas na cultura jornalística e na construção da opinião pública. Em tempos de crescente desinformação e polarização, compreender como as mídias alternativas constroem credibilidade, disputam atenção e

produzem sentidos torna-se não apenas uma tarefa teórica, mas também política. Afinal, em um cenário marcado pela disputa de narrativas, pensar os meios de comunicação é, também, pensar nas possibilidades de existência democrática na sociedade em rede.

Referências

BENTES, I. Economia narrativa: do midiativismo aos influenciadores digitais. In: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C.; CÂMARA, M. T. (org.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. p. 151-169.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. ed. rev. ampl. São Paulo: Edições 70, 2016.

COSTA, M. R. M. **O corpo dos manifestantes das Jornadas de Junho de 2013: a charge e o editorial da Folha de São Paulo**. Galáxia, São Paulo, n. 33, p. 158170, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-25542016225491>. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/25491>. Acesso em: 30 jun. 2025.

RIBEIRO, A. P. G. A mídia e o lugar da história. **Lugar Comum (UFRJ)**, Rio de Janeiro, n. 11, p. 25-44, 2000.

ROTHBERG, D.; SILVA, P. F.; OLIVEIRA, A. C. L. Equacionando questões de pesquisa sobre populismo, desinformação e credibilidade jornalística. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 26, n. 01, p. 56-78, 2023. DOI: <https://doi.org/10.29146/eco-ps.v26i01.28024>. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28024. Acesso em: 30 jun. 2025.