

## **Contrariando a Lógica das Concentrações Midiáticas: o Jornalismo Independente e a Opinião Pública<sup>1</sup>**

Marília Gabriela Silva RÊGO<sup>2</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### **Resumo**

O objetivo deste artigo é desenvolver uma discussão de caráter teórico e reflexivo sobre o crescimento do jornalismo independente no Brasil, principalmente nos últimos anos, como resposta à concentração midiática (CABRAL, 2015) nas mãos de empresas e instituições. Para tanto, apresenta-se o mapeamento do jornalismo independente a partir de dados divulgados pela Agência Pública<sup>3</sup> a fim de traçar um panorama deste viés jornalístico no Brasil e discutir sua interferência na formação da opinião pública.

**Palavras-chave:** Jornalismo Independente; Concentração Midiática; Agência Pública; Opinião Pública;

### **Introdução**

O jornalismo brasileiro, desde sua origem dependeu de subsídios, financiamentos oficiais e publicidade legal obrigatória. Essa dependência histórica fez com que muitas vezes o jornalismo se submetesse aos interesses do Estado (LIMA, 2009). Em um salto na história, percebe-se que essa “herança” trouxe aos dias de hoje a concentração dos meios de comunicação tradicionais nas mãos de alguns grupos. Cabral (2015) destaca que as oligarquias midiáticas são políticas e familiares, de igrejas e da hegemonia de grupos privados e, para manter o controle, os grupos de comunicação investem em estratégias regionais e locais, criando verdadeiros conglomerados. Como

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 01 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Jornalista recém-graduada e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: marília\_gabriela00@hotmail.com

<sup>3</sup> A Agência Pública é uma agência de jornalismo independente e investigativo fundada em 2011. “Além de produzir notícias, a Pública atua para promover o jornalismo investigativo independente, através de programas de mentorias para jovens jornalistas, bolsas de reportagem e incubação de projetos inovadores de jornalismo independente” (PÚBLICA, 2016).

representar a pluralidade e diversidade de opiniões se a grande mídia pertence às mesmas empresas privadas?

Em meio a esse cenário é que os coletivos jornalísticos independentes ganham destaque e propõem uma forma de resistência ao senso comum ligado à mídia hegemônica. Nestes termos, é possível definir o jornalismo independente como “um posicionamento ideológico explícito” (MENEZES, 2010, p.61 *apud* SILVA E ANDRADE, 2014, p.140) resistindo “à concepção mercadológica de jornalismo” (PENA, 2008, p.168). Neste artigo, pretende-se discutir sobre a concentração midiática e o despontamento de mídias independentes no cenário brasileiro atual. Através de informações da Agência Pública, será possível fazer um breve mapeamento do jornalismo independente brasileiro e observar a contribuição do discurso midiático desse movimento contra-hegemônico.

## **O Jornalismo independente em evidência**

Historicamente o jornalismo independente ganhou força em momentos onde a liberdade de expressão foi ameaçada. Desde o Brasil colônia, uma imprensa de resistência sempre procurou emergir mesmo com as limitações e perseguições. Uma característica sempre recorrente de jornais que surgiram ao longo da história do país é o posicionamento contra aos governos (assim foi durante a colônia, o Império e a República), despontando, principalmente, durante a ditadura militar. Kucinski (1991) pesquisou a ação da imprensa alternativa nos anos de 1964 a 1980 e afirma que surgiram pelo menos 150 periódicos opositores ao regime militar com temas políticos satíricos, feministas, ecológicos e culturais. Esses jornais faziam críticas ao governo denunciando as torturas e violações sofridas durante esse período. Portanto, começou-se a surgir um modelo, ainda que a passos curtos em sua constituição interna, mas capaz de questionar o governo e as práticas sociais da época:

“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 contra-hegemonia ideológica, do que no campo conjuntural da resistência à ditadura” ( KUCINSKI, 1991, p. XXV).

É possível dizer, então, que os meios independentes despontam em situações específicas, a partir de uma necessidade de expressão não encontrada na mídia tradicional. Por isso, é que se nomeia este tipo de jornalismo como uma produção contra-hegemônica (BRAGANÇA, 2014) e alternativa (KUCINSKI, 1991). Estes termos surgem para definir este tipo de imprensa que defende uma “agenda distinta à da pauta única dos grandes meios de comunicação comerciais” (FERNANDES, 2013, p.2) e como outra possibilidade de informação, uma opção “frente aos grupos que usufruem, em proveito de setores privilegiados (econômicos e/ou políticos) a propriedade e/ou controle dos meios de informação” (GRINBERG, 1987, pp. 20-21 apud FERNANDES, 2013, p.2).

Mais recentemente, o país tem passado por processos sociopolíticos de constante mudança, principalmente a partir de 2013, quando grupos foram às ruas para protestar pelo aumento de passagens e posteriormente com a realização de grandes eventos como a Copa do Mundo, em 2014, as Olimpíadas em 2016, a eleição presidencial há dois anos, em 2014, a crise econômica e, ainda mais atual, o *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff. Todas essas questões sociais contribuíram para o surgimento de cada vez mais iniciativas independentes.

No ano de 2016, em abril, a organização Repórteres Sem Fronteiras (RSF)<sup>4</sup> publicou um ranking anual de liberdade de imprensa<sup>5</sup> onde o Brasil ocupa a 104ª posição de 180 países, quando em 2014 estava em 99º. Segundo a mesma pesquisa, o nível de violações de liberdade de imprensa subiu de 25,78%, em 2014 para 31,93% em 2015. Esse resultado foi justificado pela recessão econômica, instabilidade política e o clima de hostilidade contra jornalistas, além de que a “propriedade da mídia continua a ser concentrado nas mãos de famílias industriais e líderes ligados à classe política” (RSF, 2016).

Essa realidade é baseada principalmente nos oligopólios e concentração da mídia nas mãos de poucos grupos. Assim, o jornalismo independente “fundamenta-se na transgressão contra o modelo tradicional de jornalismo que produz um discurso voltado

---

<sup>4</sup> Repórteres Sem Fronteiras (*Reporters without borders*, em inglês) é uma ONG independente, com estatuto consultivo junto às Nações Unidas, UNESCO, Conselho da Europa e da Organização Internacional da Francofonia (OIF).

<sup>5</sup> Publicado anualmente pela RSF desde 2002, o Índice Mundial de Liberdade de Imprensa mede o nível de liberdade disponível para jornalistas em 180 países, utilizando os seguintes critérios: o pluralismo, independência dos meios de comunicação, ambiente de mídia e autocensura, ambiente legislativo, de transparência, de infra-estrutura e abusos. (Texto fornecido pelo site do RSF).

aos interesses políticos, econômicos ou de consolidação da cultura dominante.” (SILVA, 2010, p. 12 apud BRAGANÇA, 2014, p. 4).

### Retrato do Jornalismo independente atual

De acordo com um mapeamento realizado pela Agência Pública, publicado em novembro de 2016, foram identificadas 79 iniciativas independentes espalhadas entre 12 estados brasileiros. Para classificá-las como tal foi necessário estabelecer alguns critérios:

“Foram selecionadas aquelas que nasceram na rede, fruto de projetos coletivos e não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas. Blogs não entraram porque geralmente são iniciativas individuais, com tom pessoal, não necessariamente jornalístico, e sem a pretensão de se tornarem veículos autossustentáveis, uma das marcas da geração que está surgindo no jornalismo nacional”. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2016).

A pesquisa apresenta apenas organizações em atividade. Neste levantamento, foi registrado o surgimento de iniciativas a partir de 1996 (quadro 1). Neste período, a partir do ano de 2006 pelo menos um veículo classificado como independente surgiu, sendo que entre 2013 e 2014, 18 novas organizações foram fundadas. Este salto provavelmente se explica pelo cenário político e social da época quando as manifestações contra aumento de passagem tomaram as ruas do Brasil em junho de 2013.

Quadro 1:

Ano	Criadas no ano	Ano	Criadas no ano
1996	1	2007	3
1997	0	2008	2
1998	1	2009	2
1999	0	2010	5
2000	0	2011	4
2001	1	2012	4
2002	0	2013	5
2003	2	2014	18
2004	3	2015	21
2005	0	2016	5
2006	1		

Outro ponto questionado foi com relação ao sustento dessas organizações. São 57 veículos que declaram possuir alguma forma de financiamento, onde 13 têm fins lucrativos e contam com a utilização de publicidade. Dentre as iniciativas sem fins

lucrativos, sete utilizam publicidade, enquanto outras 15 têm como modelo de financiamento a doação de pessoas jurídicas. O que nos leva a definir que a independência deste tipo de jornalismo não se trata necessariamente de recusa a subsídios, mas da não vinculação econômica e editorial com grandes grupos de mídia ou empresariais. Inclusive, 32 dos 79 coletivos são de caráter comercial.

Baseada nas informações disponíveis pela Agência foi possível traçar um perfil ainda mais além, segundo os estados de onde surgiram e o alcance de suas coberturas jornalísticas. Vale lembrar que, mesmo sendo sites de caráter jornalístico, não são exclusivamente feitos por jornalistas graduados, mas também por outros profissionais da comunicação ou simpatizantes<sup>6</sup>. Formaram-se, então, os seguintes quadros:

**Quadro 2:**

Veículos independentes por estado		
Amazonas (1)	Diferentes estados brasileiros (7)	
Bahia (1)		
Brasília (2)		
Ceará (2)		
Santa Catarina (6)		Brasil e exterior (4)
Goiânia (1)		
Paraná (2)		
Pernambuco (1)		
Rio Grande do Norte (1)		
Rio Grande do Sul (6)		
Rio de Janeiro (9)		
São Paulo (36)		

**Quadro 3:**

Cobertura jornalística	
Local	9
Nacional	29
Nacional e Internacional	9
Não informou	32

Estes foram os dados possíveis de serem extraídos a partir das informações que constam no site de agência. O quadro 2 contempla todos os estados onde os coletivos estão presentes. Sete deles são descentralizados e não tem um só local de fundação, portanto foram originados em diferentes estados e outros quatro entre o Brasil e países da Europa e América latina (Portugal, Estados Unidos, Canadá, por exemplo), adotando uma dinâmica de produção mais individual, sem necessariamente um escritório físico. São Paulo (36) concentra quase a metade dos veículos independentes.

Quanto à cobertura jornalística (quadro 3), 32 veículos não informam a sua abrangência; 29 se dedicam à cobertura nacional (classificada por cobrir mais de um estado brasileiro); nove atendem à realidade local e nesta mesma quantidade estão os que se dedicam além do Brasil, ao cenário internacional. Certamente existem ainda mais

<sup>6</sup> Este levantamento não pôde ser realizado porque nas informações disponíveis pela Agência Pública não contém este quesito.

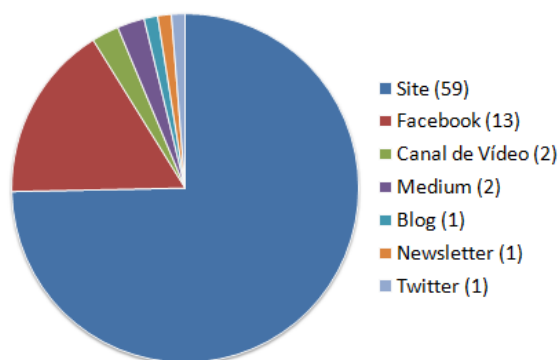
coletivos surgindo e outros que não estão catalogados nesta listagem, mas a partir dela (o conjunto de produções em jornalismo independente mais completo encontrado) foi possível quantificar a média de iniciativas independentes no país e traçar este primeiro panorama.

Buscou-se delimitar também quais os principais assuntos que estas páginas se dedicam a tratar. Três deles são especializados em política, sete em ambiente e sustentabilidade; oito com temática dentro de gênero, feminismo e debate racial; oito em movimentos sociais; cinco em cultura; quatro na área jurídica e direitos humanos; um em esportes; um em economia; um em jornalismo científico; e 39 possuem pautas diversificadas envolvendo factual, política, urbanidades, cultura, economia, etc.

O surgimento de tantos coletivos se deve também pelo advento da era digital e tecnologias da informação e da comunicação (TICs) com o destaque para o jornalismo digital que transformam as práticas jornalísticas, desde a apuração, produção, veiculação de notícias até a interação com os leitores. “A instantaneidade, a transmissão descentralizada, a abrangência global da Web, a rapidez, o barateamento de custos e a autonomia frente às diretivas ideológicas e mercadológicas da mídia hegemônica são as vantagens mais usufruídas”. (MORAES, 2007 apud FERNANDES, 2013, p.6).

Dessa forma, a maioria dos veículos de jornalismo está em plataformas digitais (gráfico 1); 50 possuem sites próprios para publicar seu conteúdo, enquanto 13 divulgam diretamente no Facebook. Os demais publicam em blogs, no Medium<sup>7</sup> e em outras redes sociais, como Twitter e YouTube e há ainda o que veicular em newsletters semanais, como é o caso do Farol Jornalismo, de Porto Alegre.

**Gráfico 1: Principais plataformas utilizadas por iniciativas de jornalismo independente**



<sup>7</sup> Medium é uma plataforma para blog fundada pelo co-fundador do Twitter, Evan Williams que evoluiu e se constituiu um ambiente de ações profissionais em comunicação.

---

## Hegemônico X independente e a opinião pública

Parte-se da hipótese de que o jornalismo alternativo — ao desafiar os discursos tradicionais — cria relações diretas com a democracia, em seu sentido mais radical, aquele que possibilita uma maior pluralidade de vozes na esfera pública. A partir dessas relações, torna-se possível construir novos espaços de debate e pensamento, onde o diálogo é aberto a outros pontos de vista, diferentemente da mídia hegemônica que pode assim ser definida:

“Para a mídia hegemônica não é apenas difícil dizer coisas novas, mas isso lhe é mesmo impossível enquanto dispositivo emissor que se estrutura dentro de uma sociedade histórica e contemporaneamente marcada pela desigualdade, em que a uns é permitido o poder-fazer o discurso, e a outros é concedido o poder-consumir o discurso, quer chamemos a isso de mercado, concorrência, globalização”. (DUTRA, 2009, p. 232 apud BRAGANÇA).

Para Lima (2013, p. 93) “a ampla diversidade de opiniões existente na sociedade não encontra canais de expressão pública nem tem como se fazer representar no debate público formador da opinião pública”. Nelson Werneck Sodré reforça que o “grande problema dos jornais brasileiros é que eles não dependem da opinião pública” (CHINEM, 1995 p.10.). Segundo ele, as grandes empresas de comunicação se preocupam em ter uma venda mínima para corresponder aos seus patrocinadores. Esses jornais podem exercer um papel de esclarecimento da sociedade, porém só até o limite dos interesses de seus proprietários, vinculados à manutenção de um complexo econômico, político e institucional. (CHINEM, 1995).

Resumidamente, a opinião pública, assim se pode dizer, é a formação de opinião generalizada sobre diferentes assuntos de caráter social, principalmente políticos e econômicos, os de maior interesse público. A opinião pública se constitui “de opinião estruturada em informação e conhecimento e, para isto, os meios de comunicação de massa, a mídia, cumprem um papel relevante para levar aos indivíduos a informação, substrato imprescindível da opinião pública” (ZVIRBLIS, 2006, p.102-103). Dessa maneira, o poder de disseminar opiniões é um fator de interesse para os meios de comunicação, que constroem e reproduzem valores sociais. A isso, Cruz (2011) se refere:

“Fica evidente que o que chamamos de uma opinião pública construída pela ação de profissionais de comunicação, colunistas, articulistas e outros papéis exercidos na comunicação, insere-se nas relações de poder, tanto pelo que comunica, quanto pelo que deixa de

comunicar; tanto pelo que autoriza seja público, quanto pelo que desautoriza seja de conhecimento de grande contingente de pessoas; tanto por quem está autorizado pelo Estado a possuir os meios de comunicação, quanto, desautorizado tenha sob seu domínio os meios para disputar economicamente a concorrência deste mercado quanto a comunicar massivamente o que se contrapõe ao *status quo* vigente”. (CRUZ,2011, p.51).

A mídia hegemônica, a princípio, é detentora do poder e da manutenção da opinião pública, reivindicada pelo jornalismo independente. Ao invés de uma opinião privada, estreitamente relacionada com o capital de financiamentos, a pública. Neste sentido é possível dizer que “Uma imprensa que se transforme em instrumento de interesses econômicos permite que se entenda o porquê do desinteresse e a falta de informação dos cidadãos a respeito de assuntos públicos” (ZVIRBLIS, 2006, p. 113).

Reis (2017) destaca a importância do jornalismo independente por mediatizar a esfera pública e garantir a participação política. Assim, entende-se que ao veicular temas não discutidos pela grande mídia ou mesmo desconstruir as narrativas veiculadas por ela, por exemplo, contribui-se para democratizar o acesso a informação e estabelecer uma relação direta com a formação de novas opiniões pública<sup>8</sup>. Bragança (2014) citando Mazetti (2007) explica que as práticas do jornalismo independente visam pluralizar as vozes do debate público uma vez que disponibilizam diferentes ângulos, temas e visões de determinados fatos que são, muitas das vezes, silenciados ou tendenciados pela mídia hegemônica.

## Considerações finais

Pesquisar sobre a história e desenvolvimento do jornalismo independente mostra o quanto, principalmente em tempos de rompimento com a democracia, existe uma luta por direitos comunicacionais democráticos. O direito à informação clara, justa, objetiva, declarada. Foi possível diante de o levantamento bibliográfico delimitar conceitualmente esta “nova” expressão dentro do jornalismo, que já existe desde a inconformância ao longo da história do Brasil, mas que ganham mais consistência e expressividade a partir da Ditadura. Seu desenvolvimento atual é crescente e,

---

<sup>8</sup> “A opinião pública por ser ‘opiniã’ (*doxa*), não coincide necessariamente com a verdade (*episteme*), e por ser pública pertence ao universo político, sendo neste caso, mais apropriado é falar em opiniões públicas” (Azevedo, 2004, p. 60 apud CRUZ, 2011, p. 42).



principalmente com as inovações tecnológicas, mais páginas independentes surgem a cada ano.

Refletiu-se sobre a crítica aos conglomerados midiáticos, verdadeiros oligopólios controladores das informações de massa que conduzem, muitas vezes, o direcionamento de pauta dos veículos de comunicação em virtude de interesses econômicos. Em contrapartida estão os coletivos independentes que buscam descentralizar esse poder midiático. É possível dizer que o jornalismo independente interfere na formação da opinião pública (antes garantida predominantemente à grande mídia) na medida em que cria novos discursos e olhares sobre diferentes assuntos e os dissemina (torna-os público).

É importante refletir que não é porque se denomina de “independente” que não será subsidiado e/ou que não há um posicionamento e direcionamento de pauta. Pelo contrário, o termo “independente” se ressignifica para expressar uma liberdade mais editorial do que econômica. Inclusive, segundo dados da Agência Pública, muitos são especializados em diferentes temas, como: política, saúde, música, urbanismo, etc.

## Referências

AGÊNCIA PÚBLICA. **Mapa do Jornalismo Independente**. Disponível em: <<http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em 4 de março de 2017.

\_\_\_\_\_. **O que descobrimos com o Mapa do Jornalismo Independente**. Disponível em: <<http://apublica.org/2016/11/o-que-descobrimos-com-o-mapa-do-jornalismo-independente/>>. Acessado em 4 de março de 2017.

BRAGANÇA, P.L. **As estratégias de comunicação da Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo para divulgar a série Amazônia Pública**. Trabalho apresentado no XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu: Intercom, 2014.

CARTA MAIOR. **Quanto custa o oligopólio midiático?** 2016. Disponível em: <<http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Quanto-custa-o-oligopolio-midiatico-/12/36427>>. Acessado em: 13 de março de 2017.

CHINEM, R. **Imprensa Alternativa - Jornalismo de Oposição e Inovação**. São Paulo: Editora Ática, 1995

CRUZ, Márcio. **A mídia e os formadores de opinião no processo democrático.** m; ponto-e-vírgula, 9: 35-51, 2011.

REPORTERS WITHOUT BORDERS. **Brazil falls in Press Freedom Index, now 104<sup>th</sup>.** Disponível em: < <https://rsf.org/en/news/brazil-falls-press-freedom-index-now-104th>>. Acessado em: 9 de setembro de 2016.

CABRAL, E. D. T. **A mídia no brasil: como se dá a concentração das comunicações e telecomunicações.** Revista Eptic. Vol. 17, n. 3, setembro/dezembro. 2015. P.16-28.

FERNANDES, V. O. N. **Panorama da mídia alternativa no Brasil e na América Latina.** Trabalho apresentado no 9º Encontro Nacional de História da Mídia, ocorrido na Universidade Federal de Ouro Preto ( UFOP) - Ouro Preto-M, 2013

GONDIM, S.M.G; FISCHER, T. **O discurso, a análise de discurso e a metodologia do discurso do sujeito coletivo na gestão intercultural.** Cadernos Gestão Social. Vol. 2, Nº 1, 2009. P. 9-26.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Análise do discurso e mídia: a reprodução de identidades.** In: Comunicação, Mídia e Consumo/ Escola Superior de Propaganda e Marketing. v.4, n. 11, novembro 2007. São Paulo: ESPM, 2007.

KUCINSKI, B. **Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa.** 2. ed. São Paulo: Edusp, 2001.

LIMA, V. **Mídia, crise política e poder no Brasil.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

\_\_\_\_\_. **Mídia, rebeldia urbana e crise de representação.** In: **Cidades Rebeldes.** São Paulo: Boitempo, 2013, p. 89-94.

\_\_\_\_\_. **Existe Jornalismo Independente?** Disponível em: <[http://observatoriodaimprensa.com.br/interessepublico/existe\\_jornalismo\\_independente/](http://observatoriodaimprensa.com.br/interessepublico/existe_jornalismo_independente/)>. Acesso em 8 de setembro de 2016.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** 2ª Ed. 3ª reimpressão – São Paulo : Contexto, 2008.

REIS, Mariana. **Comunicar, resistir: um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil.** In. Vozes e diálogo. Itajaí, v.16, n. 1, jan/jun.2017. P. 193 – 204.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: Porque as notícias são como são. V. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

SILVA, M.P; ANDRADE, T.P, **Resistência na ‘sociedade de controle’: jornalismo alternativo e novas linguagens**. Esferas. Ano 3, no 5, Julho a Dezembro de 2014.

ZVIRBLIS, Alberto Antonio. **Democracia participativa e opinião pública: cidadania e desobediência civil**. São Paulo: RCS Editora, 2006.