
Movimentos Midiáticos: a Cobertura Jornalística do #EleNão¹

Marília FREITAS²
Dahiana ARAÚJO³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O presente artigo visa entender como as narrativas ligadas aos movimentos sociais são noticiadas, respectivamente, nas mídias tradicionais e alternativas. Contextualizam-se primeiro os movimentos sociais, com conceitos de autores como Ernesto Laclau (1984), adentrando no assunto de articulação e expansão desses movimentos com o surgimento da internet. Dessa forma, utilizando conceitos de autores como Fábio Malini (2013), vem à tona um novo tipo de mídia que pode dar protagonismo e visibilidade a essas causas sociais, diferentemente das mídias tradicionais. Ambas são ligadas a fatores externos que influenciam no seu fazer jornalístico, e então se faz uma análise comparativa entre diferentes mídias realizando uma cobertura jornalística de um mesmo ato social: o #EleNão. As abordagens ressaltam os diferentes modos de noticiar um mesmo assunto.

PALAVRAS-CHAVE: movimentos sociais; mídias tradicionais; mídias alternativas; #EleNão; comunicação.

INTRODUÇÃO

A sociedade é composta por grupos de indivíduos que forma sistemas entre si, sempre compartilhando propósito e hábitos que os conectam, como uma espécie de rede física. Ao longo do tempo, essas articulações foram intensificadas e ampliaram a noção de pluralidade social. Segundo Ernesto Laclau (1983), as lutas sociais sempre têm uma classificação designada a uma categoria como agente social. "Os novos movimentos têm sido caracterizados por uma crescente politização da vida social, mas também é

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação do 4º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: mariliafunes@alu.ufc.br

³ Orientadora do trabalho, professora e doutoranda em Estudos da Mídia do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: dahiana.araujo@gmail.com

precisamente esse ponto que fez ruir a visão do político como um espaço fechado e homogêneo" (LACLAU, 1984).

Ao longo do tempo, a globalização intensificou a formação desses sistemas, trazendo à tona tecnologias que poderiam vir a impulsionar essas lutas sociais. No presente artigo, conceito de autores como J. B. Pinho (2003) e Fábio Malini (2013) ilustram o nascimento de uma mídia livre e independente comparada à mídia tradicional. Pretende-se, então, observar de que modo esses movimentos utilizam-se dessas plataformas *on-line* como suporte de sua luta social.

1. A articulação de movimentos sociais

Dentro de uma conjuntura, pode ser apresentada uma das definições dos novos formatos de organização da sociedade civil. Segundo Ilse Scherer-Warren (2006), é articulada em três níveis. Encontramos o associativismo local em primeiro nível, a exemplo de expressões locais e/ou comunitárias da sociedade civil organizada. Essas organizações buscam uma disposição nacional, participando na medida do possível de redes transnacionais de movimentos ou através de uma articulação interorganizacional. Esse tipo de articulação evidencia redes que buscam se relacionar entre si para expressar um empoderamento da sociedade civil.

Essas conexões se tornaram possíveis por meio da tecnologia, com ferramentas como internet e e-mails sendo essenciais para essas formas de protestos. Ademais, há outro tipo de nível organizacional que impulsiona o uso de tais ferramentas *on-line*, que será abordado em seguida e no restante do decorrer do artigo. O último e terceiro nível observa as mobilizações na esfera pública,

[...] fruto da articulação de atores dos movimentos sociais localizados [...] mas buscam transcendê-los por meio de grandes manifestações na praça pública, incluindo a participação de simpatizantes, com a finalidade de produzir visibilidade através da mídia e efeitos simbólicos para os próprios manifestantes (no sentido político-pedagógico) e para a sociedade em geral, como uma forma de pressão política das mais expressivas no espaço público contemporâneo (SCHERER-WARREN, 2006, p. 112).

Essas são algumas das premissas que constituem a finalidade do movimento social, que pressupõe "a identificação de sujeitos coletivos em torno de valores,

objetivos ou projetos em comum, os quais definem os atores ou situações sistêmicas antagônicas que devem ser combatidas e transformadas" (SCHERER-WARREN, 2006, p. 113). Em outras palavras, o movimento social se firma em torno da reivindicação de uma causa em um contínuo processo de construção.

1.1 Movimentos sociais e internet

Com o surgimento da internet e a expansão de novas tecnologias, esses movimentos sociais fortaleceram seu espaço pelo meio digital. Ferramentas a exemplo do Instagram, YouTube e várias outras funcionam como expansores comunicacionais. Conseqüentemente, reivindicam suas causas ao mesmo tempo que convocam mais indivíduos para também lutarem e difundirem por elas.

Por ser um tipo relativamente novo de mídia, a internet promove uma forte destaque em comparação à outras mídias tradicionais. No entanto, torna-se notável por sua velocidade e interatividade de informações, sobressaindo-se em alguns aspectos em comparação a outros veículos difusores de informação. J. B. Pinho (2003) enumera dez aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas outras mídias tidas como tradicionais - dentre todos, os principais são a instantaneidade, a interatividade e o receptor-ativo.

A instantaneidade permitiu que os acontecimentos sejam registrados e divulgados de antemão para todos os receptores. A internet transmite as mensagens quase instantaneamente e permite sua difusão com som, cor e movimento para qualquer parte do mundo (PINHO, 2003). Com a interatividade, o telespectador se vê diante de várias formas de interação com o conteúdo online. Grupos de discussão, por exemplo, trabalham em um assunto específico de interesse. "A interatividade na rede mundial é muito valiosa para os que queiram dirigir mensagens e informações específicas para públicos de interesse. Na internet, a organização não está falando para uma pessoa, mas sim conversando com ela" (PINHO, 2003). Ademais, o receptor ativo traz uma organização que, na internet, tem igual oportunidade de atingir a mesma audiência. "[...] a Web é uma mídia *pull*, que deve puxar o interesse e a atenção do internauta, enquanto

a TV e o rádio são mídias *push*, nas quais a mensagem é empurrada diretamente para o telespectador ou ouvinte, sem que ele a tenha solicitado" (PINHO, 2003).

Anterior a todo o processo tecnológico, há uma organização que vem antes do digital; as redes sempre foram sociais, o que houve foi um reforço na plataforma que a identifica. Segundo Manuel Castells (2012),

O uso da internet e das redes de comunicação móveis é fundamental, mas a forma de conexão em rede é multimodal. Esta conexão inclui redes sociais online e offline, assim como redes sociais já existentes e outras são formadas durante as ações do movimento. As redes estão dentro do movimento, com outros movimentos do mundo, na blogosfera, em meios de comunicação e na sociedade em geral. (CASTELLS, 2012, p. 212-213).

As mídias e redes sociais passam a funcionar como canais articuladores de confronto de identidades e interesses. Fábio Malini (2013) fala sobre o surgimento de uma mídia livre e independente, na qual o uso de *smartphones* pelos próprios manifestantes criam um modo alternativo de noticiar o evento e trazem uma visão de dentro do próprio protesto.

O surgimento desta nova mídia - gerada pelo entrelaçamento das teias Internet com o interativismo do ciberespaço, como resultado do casamento da política de ação direta do novo ativismo com a potência interativa, descentralizadora e anárquica dos sistemas hipermídia - é a explosão do silencioso movimento de sedimentação das comunidades virtuais ao longo destes anos (MALINI, 2013, p. 137).

Desse modo, por estar diretamente ligada ao mundo cibernético, esse tipo de mídia tem uma abordagem totalmente diferente da mídia tradicional e vê nessas mesmas bases um suporte comunicacional diferente dos já existentes.

2. Tipos de mídia e narrativas noticiadas

Enquanto pauta, a cobertura de protestos confronta diversos paradoxos. O ato de noticiar esses acontecimentos, por um lado, reflete um caso notável de relevância social, por justamente irem às ruas para defenderem uma ideia. Por outro lado, há o paradoxo de ser um problema visto que, independente de como sejam as coberturas - principalmente por parte das mídias tradicionais - elas sempre tentarão ser parciais e mínimas. Com essa insatisfação, a mídia alternativa acaba surgindo; reforçando seu

nome, trazendo uma cobertura que subverte o modo tradicional de fazer jornalismo, no qual, usualmente, compartilha dos mesmos valores dos movimentos sociais.

Fábio Malini (2013) traz como exemplo dois termos: a guerra da informação (*infowar*) e a guerra em rede (*netwar*), sendo ambas um monitoramento da disputa pela primazia das narrativas. A *infowar* é designada como o uso intensivo dos grandes meios massivos, pertencentes às corporações para gerar a impressão de realidade sobre algum tipo de acontecimento.

Através desta guerra, a informação é usada para produzir efeitos de percepção ou efeitos afetivos sobre alguma população ou grupo social, visando tanto promover ou inibir sua própria ação enquanto grupo, quanto inibir ou promover algum tipo de ação social sobre esta população (MALINI, 2013, p. 158-159).

A *netwar* surge com a distribuição em rede, sempre dependendo de pessoas que as fazem e que as consomem. Essas mídias têm se revelado como uma poderosa máquina de criação de conteúdo, pautando-se em temas relacionados às minorias.

Através desta guerra, movimentos sociais ou pequenos grupos podem disputar a primazia da narrativa verdadeira com Estados, instituições e corporações conversando e argumentando com os mais variados membros que frequentam sua teia de páginas web, grupos de discussão, redes sociais, blogs e outras interfaces de comunicação distribuída (MALINI, 2013, p. 159).

Um exemplo pertinente de mídia tradicional que pode ser observado no Brasil é o Jornal Nacional. Sua primeira edição foi ao ar em 1º de setembro de 1969, e desde então, passou por várias reformulações. Mudanças de cenário, registros ao vivo, dentre outras características marcaram o tradicional veículo que está no ar há quase 50 anos pela Rede Globo⁴. Segundo William Bonner (2009),

O Jornal Nacional é um programa jornalístico de televisão. Por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas jornalísticos de rádio, aos sites da internet voltados para notícias e, em parte, às revistas semanais de informação (BONNER, 2009).

A exemplo de mídia alternativa, a Mídia Ninja é uma rede de informações descentralizada que foi lançada oficialmente em março de 2013, com a cobertura do Fórum Mundial de Mídia Livre da Tunísia. Posteriormente, ganhou visibilidade brasileira durante os protestos de junho do mesmo ano. O jornalista Alberto Dines, em

⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/04/confira-historia-do-jn.html>. Acesso no dia 15 de novembro de 2018.

entrevista na época ao Observatório da Imprensa⁵, ressaltou que essas manifestações populares passaram a "simbolizar uma forma individual de colher e transmitir informações, notícia em estado bruto, sem passar pela cosmética da edição. Para alguns, Mídia Ninja é também um jornalismo ativista, militante, capaz de romper com o conformismo dos meios tradicionais".

3. Metodologia

No presente artigo, foi feita um estudo de caso comparativo entre duas coberturas jornalísticas de um mesmo evento: no dia 29 de setembro de 2018, manifestações contra a candidatura à presidência de Jair Bolsonaro foram às ruas. O movimento ficou conhecido como #EleNão e ocorreu em diversas cidades do Brasil e do mundo.

Yin (2001) cita o estudo de caso como uma “inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real [...]” (YIN, 2001). Pretendo responder por que essas mídias atuam de forma distinta ao noticiarem um mesmo evento, e de que forma elas apuram essas informações e as difundem em seus respectivos canais comunicativos. Também pretendo trazer um pouco do surgimento e ascensão do movimento social #EleNão, majoritariamente protagonizado por mulheres.

3.1 O movimento social #EleNão

O movimento #EleNão fez parte das manifestações ocorridas em diversas regiões do Brasil e do mundo e teve a finalidade de protestar contra a candidatura de Jair Bolsonaro (PSL) à Presidência da República. As manifestações foram às ruas no dia 29 de setembro de 2018, dias antes da votação do primeiro turno.

O então deputado Jair Bolsonaro foi candidato nas eleições presidenciais brasileiras de 2018 pelo Partido Social Liberal (PSL). Bolsonaro atuou como deputado federal por 28 anos no estado do Rio de Janeiro, mas só ficou conhecido nacionalmente por suas declarações sempre abundantes de desrespeito às minorias e aos direitos

⁵ Disponível em http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o_jornalismo_em_tempo_real_da_midia_ninja/. Acesso no dia 16 de novembro de 2018.

humanos. Em março de 2018, sua candidatura à Presidência da República foi oficialmente registrada. O candidato representava a extrema-direita em meio a outros candidatos, como Fernando Haddad (PT), Ciro Gomes (PDT) e Marina Silva (REDE)⁶.

Movimentos sociais então se articularam contra a candidatura de Bolsonaro; um deles foi movimento #EleNão, que surgiu inicialmente nas redes sociais, em específico o Facebook, por meio do grupo Mulheres Unidas contra Bolsonaro. Segundo reportagem do El País⁷, o grupo foi criado no dia 30 de agosto de 2018 por várias administradoras e tinha o intuito de agregar discursos contra os posicionamentos difamadores do então candidato.

O rápido crescimento do grupo se desdobrou em uma convocatória de manifestação contra Bolsonaro, marcada para o dia 29 de setembro de 2018, em São Paulo. Rapidamente, a manifestação foi marcada em outras cidades do país e até mesmo do mundo, como Nova York, Londres e Lisboa. A *hashtag* saiu das redes sociais e foi para as ruas. Segundo Céli Regina Jardim Pinto, autora do livro “Uma história do feminismo no Brasil” e professora do Departamento de História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), o #EleNão se consolidou como a maior manifestação de mulheres na história do país. "Começou pelas mulheres, porque Bolsonaro disse frases de baixo nível em relação à mulher, e foi englobando muita coisa, como a defesa da democracia e dos direitos humanos", declarou Céli em entrevista à BBC Brasil⁸.

No mesmo mês, o grupo sofreu com um ataque de hackers que alteraram seu nome para “Mulheres com Bolsonaro #17”. Posteriormente, o grupo foi restaurado e teve seu nome alterado por medidas de segurança.

Figura 1: Descrição do grupo no Facebook, com contagem de membros em seguida.

⁶ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/eleicoes/2018/presidente/jair-bolsonaro-280000614517.shtml>. Acesso no dia 17 dezembro de 2018.

⁷ Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/12/actualidad/1536768048_321164.html. Acesso no dia 16 de dezembro de 2018.

⁸ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em 02 de dezembro de 2018.

Sobre este grupo

Descrição

Grupo OFICIAL destinado a união das mulheres de todo o Brasil (e as que moram fora do Brasil) contra o avanço e fortalecimento do machismo, misoginia, racismo, homofobia e outros tipos de preconceitos. Acreditamos que este cenário que em princípio nos atormenta pelas ameaças as nossas conquistas e direitos é uma grande oportunidade para nos reafirmarmos enquanto seres políticos e sujeitos de direito.

Esta é uma grande oportunidade de união! De reconhecimento da nossa força!

O reconhecimento da força da união de nós mulheres pode direcionar o futuro deste país! Bem-vindas aquelas que se identificam com o crescimento deste movimento.

Tipo de grupo

Personalizado

Membros - 3.659.047

Fonte: Imagem de autoria própria, no dia 01 de dezembro de 2018.

Embora muitas pessoas empunhassem bandeiras de partidos políticos, os atos foram suprapartidários. Em 16 estados, houve manifestações pró-Bolsonaro, Nelas, a *hashtag* #EleSim e o verde-amarelo marcavam os atos de apoio. De acordo com a *Época*⁹, a maioria foi por carreatas, e com pouquíssimas pessoas comparadas ao movimento contra o candidato. E embora em número visivelmente menor, recebeu um destaque igualitário ao ato organizado pelas mulheres.

3.2 A cobertura jornalística do ato em diferentes mídias

As manifestações populares, ao provocarem disputas narrativas nas mídias, ajudam a criar uma alternativa às mídias tradicionais. A mudança nas formas de narrarem os acontecimentos, por meio de jornais e emissoras de televisão, suportes

⁹ Disponível em <https://epoca.globo.com/de-verde-amarelo-manifestantes-dizem-elesim-por-bolsonaro-em-copacabana-no-rio-de-janeiro-23113807>. Acesso em 03 de dezembro de 2018.

relevantes da mídia tida como tradicional é reflexo da falta de protagonismo dessas minorias.

Ao criarem seu próprio espaço, essa independência permite que noticiem um fato com seus próprios equipamentos e visões de mundo, longe da hegemonia que as mídias tradicionais geralmente são submetidas. Além disso, a abordagem de um mesmo assunto pode ser feita de várias formas diferentes por essas mídias, como cita Fábio Malini (2013):

Embora a mídia irradiada de massa seja uma valiosa máquina de construção e destruição instantânea de reputação social, as mídias distribuídas de grupo têm se revelado uma poderosa máquina de criação e sustentação de reputação duradoura, funcionando em longo prazo. Enquanto a mídia massiva extrai seu poder da sensação de "todo mundo está falando isso" subentendido em seu uníssono, as interfaces de usuários encontram o seu poder na sensação de "meu amigo recomendou" ancorado na suposta confiabilidade da fonte da informação (MALINI, 2013, p. 158-159).

Essas mídias e suas abordagens também dizem muito sobre a manutenção do *status quo* em sociedade. A omissão de certos pontos políticos teria o objetivo de evitar uma, ou até mesmo a continuação de mobilizações populares. Dessa forma, com o equilíbrio mantido em sociedade, o sistema social não sofreria com intervenções para além daquelas já registradas na mídia tradicional. A mídia alternativa, então, atuaria de forma a mostrar as reivindicações sociais do movimento, registrando e noticiando todos os acontecimentos de dentro para fora.

O Jornal Nacional, em sua edição do dia 29 de setembro de 2018, reservou duas reportagens para falar sobre os atos contra e a favor da candidatura de Jair Bolsonaro à Presidência da República. As reportagens destacaram a presença dos movimentos que ocorreram em diversos estados do país e, no caso do movimento #EleNão, em diversos países.

A reportagem que registrou o #EleNão tem 04min37s e mostrou as manifestações em diversos locais ao redor do Brasil e do mundo. A repórter Guiliana Morrone anuncia a matéria e ressalta que os protestos foram convocados por mulheres nas redes sociais. A reportagem dá início com uma imagem do protesto no Rio de Janeiro, em um Plano Geral que mostra os manifestantes concentrados na Cinelândia, no Centro da Cidade. Em seguida, o Jornal mostra outras imagens do mesmo local, em

Plano Médio que ilustra os manifestantes segurando cartazes e faixas com os dizeres "Ele não" e "Mulheres em marcha contra o fascismo".

O próximo estado noticiado na reportagem é São Paulo, onde o ato ocorreu no Largo da Batata, na Zona Oeste da cidade. A partir de então, é possível perceber uma repetição de Planos Gerais e Médios para os registros dos protestos seguintes, nos estados do Belo Horizonte, Brasília, Recife, Porto Alegre e Curitiba.

Figuras 2 e 3: Registros do Jornal Nacional do ato #EleNão, respectivamente, na Cinelândia (RJ) e no Largo da Batata (SP)¹⁰.



¹⁰ Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/7054318/programa/>. Acesso no dia 02 de dezembro de 2018.



Fonte: Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/7054318/programa/>. Acesso no dia 02 de dezembro de 2018.

Em alguns momentos, a reportagem trouxe um tom de festa ao acontecimento, destacando até mesmo os shows que ocorreram em algumas cidades. Em Salvador, o Jornal chegou a citar que houve um mini-trio puxado pela cantora Daniela Mercury. Essa situação pode ser comparada com o registro do mesmo veículo em uma situação um pouco diferente. Em 25 de janeiro de 1984, um comício em defesa das eleições diretas foi noticiado como sendo uma comemoração do aniversário de São Paulo. Marcos Hummel, na época, apresentador do Jornal Nacional, foi ao ar com o seguinte texto: "Um dia de festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi um comício na praça da Sé." Segundo o site Memória Globo¹¹, de fato houve uma relação entre a manifestação e o aniversário da cidade e cita que, se por um lado segmentos da sociedade pressionavam a Rede Globo para se engajar nas manifestações pelas Diretas Já!, por outro a emissora vinha sendo pressionada pelos militares a não cobrir os eventos.

Além disso, não houve qualquer entrevistado no protesto, sendo o evento noticiado com sua visão jornalística. Cabe-se até mesmo uma discussão sobre a linha

¹¹ Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>. Acesso em 15 de janeiro de 2019.

editorial que o veículo pode transparecer em tais transmissões. Segundo Moodie & Studdert-Kennedy (1975, p. 111), conforme citado por Rafael Duarte Oliveira Venâncio (2009), é importante, antes de tudo, entender o papel dos grupos de pressão dentro do minidebate público simulado pela notícia. "Por 'grupos de pressão' entendemos, simplesmente, todo o grupo organizado que tenta influenciar as decisões do governo sem buscar exercer os poderes formais dele" (MOODIE & STUDDERT-KENNEDY 1975, p.111 apud VENÂNCIO).

No entanto, o que o jornalismo tem a haver com isso? Ora, a linha editorial pode encampar as ideias de um grupo de pressão e fazê-la prevalecer dentro da construção de uma notícia. Ou seja, na construção da pauta e/ou do texto, o jornal pode dar mais voz ao grupo X em detrimento do grupo Y (VENÂNCIO, 2009, p.21).

No dia 20 de setembro de 2018, foi feita uma postagem no Instagram da Mídia Ninja que convocava mulheres comunicadoras a se cadastrarem na cobertura colaborativa do movimento #EleNão em várias partes do mundo. No Youtube, a equipe da mídia alternativa fez uma transmissão por seis horas e vinte e cinco minutos no ar. Durante o Plantão Ninja Especial era possível perceber, em várias cenas, mulheres sendo entrevistadas e deixando claramente sua posição contra o então candidato. Logo nos minutos iniciais do vídeo, era possível ver um vídeo com mulheres protagonizando um vídeo com os dizeres do movimento.

A interação com o público é contínua por todo a transmissão, com algumas entradas ao vivo de próprias colaboradoras durante o protesto. Na ocasião, as mesmas entrevistaram outras ativistas. Postagens da plataforma Instagram com a *hashtag* do movimento também eram vistas em alguns momentos da transmissão, assim como curtos vídeos de mulheres ressaltando sua opinião contra o então candidato Jair Bolsonaro. Essas formas se articulam como a protagonização de um movimento majoritariamente feito por elas mesmas, mulheres.

O protagonismo da fonte funciona com a construção do perfil do entrevistado. Muniz Sodré (1986) acaba contextualizando um pouco do que percebe sobre o perfil do entrevistado em uma reportagem.

Em jornalismo, perfil significa enfoque na pessoa — seja uma celebridade, seja um tipo popular, mas sempre o focalizado é o protagonista de uma história: sua própria vida. Diante desse herói (ou anti-herói), o repórter tem, via de regra,

dois tipos de comportamento: ou mantém-se distante, deixando que o focalizado se pronuncie, ou compartilha com ele um determinado momento e passa ao leitor essa experiência (Sodré, 1986, p. 126).

Dessa forma, ao permitirem que as mulheres ocupem e participem desses espaços de forma a colaborarem para a construção de um perfil e de uma narrativa, há a criação de um protagonismo da fonte em meio ao assunto noticiado.

A interação do público é presente e o jornalismo em tempo real é a principal característica dessa mídia independente. Segundo Lilia Diniz, em artigo publicado no Observatório da Imprensa¹²,

[...] Cada repórter-ninja tem um perfil de atuação, mas todos têm o mesmo objetivo: quebrar a narrativa uníssona da grande imprensa usando a própria mídia como arma. A cobertura engajada é a principal marca do grupo, que participa ativamente dos fatos que mostra. (DINIZ, 2013)

Figura 4: Transmissão feita pela Mídia Ninja, durante a cobertura do ato #EleNão.



Fonte: Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vaxjULA8KfE>. Acesso em 20 de dezembro de 2018.

¹² Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o_jornalismo_em_tempo_real_da_midia_ninja/. Acesso no dia 19 de dezembro de 2018.

Considerações finais

Em geral, as mídias, sejam elas alternativas ou tradicionais, podem estar ligadas a fatores externos que influenciam no seu fazer jornalístico. Ao não estar ligada à linha editorial de um grande veículo jornalístico, a exemplo da mídia tradicional, a mídia alternativa funciona geralmente ligada a essas ideias sociais, e assim podem expressar seus princípios de forma abrangente e participativa. Ademais, a interatividade presente nessas mídias também reforça seu papel e promove um protagonismo da fonte.

Ao analisarmos duas coberturas diferentes de um mesmo ato social, é possível perceber que há influências externas em ambas as coberturas, sejam elas ligadas a ideais de viés econômico, como a linha editorial do Jornal Nacional, quanto a um viés social, como é o exemplo da Mídia Ninja. As mídias alternativas então funcionam de forma a dar protagonismo a fontes que, em outros veículos, podem não o ter de forma tão expressiva.

REFERÊNCIAS

BONNER, William. **Jornal Nacional: Modo de fazer**. Rio de Janeiro: Memória Globo/Editora Globo, 2009.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignación y esperanza**. Madrid: Alianza, 2012.

DINIZ, Lilia. **O jornalismo em tempo real da mídia ninja**. 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o_jornalismo_em_tempo_real_da_midia_ninja/>. Acesso em: 16 nov. 2018.

GLOBO, Memória. **Diretas Já**. 2010. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2019.

LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. **Hegemony and Socialist Strategy**. Reino Unido: Verso, 1985.

MALINI, Fábio. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Meridional, 2013.

NACIONAL, Jornal. **Manifestantes vão às ruas em 26 estados e no DF contra o candidato Jair Bolsonaro**. 2018. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7054318/programa/>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

NINJA, Mídia. **Plantão NINJA Especial #EleNão.** 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vaxjULA8KfE>>. Acesso em: 20 dez. 2018.

OLIVEIRA, Joana. **Um milhão de mulheres contra Bolsonaro: a rejeição toma forma nas redes.** 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/12/actualidad/1536768048_321164.html>. Acesso em: 16 dez. 2018.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet.** São Paulo: Summus, 2003.

PIVA, Juliana dal. **De verde-amarelo, manifestantes dizem #EleSim por Bolsonaro em Copacabana, no Rio de Janeiro.** 2018. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/de-verde-amarelo-manifestantes-dizem-elesim-por-bolsonaro-em-copacabana-no-rio-de-janeiro-23113807>>. Acesso em: 03 dez. 2018.

PORTAL G1. **Confira a história do JN.** 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/04/confira-historia-do-jn.html>>. Acesso no dia 15 de novembro de 2018.>. Acesso em: 15 nov. 2018.

ROSSI, Amanda. **#EleNão: A manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos.** 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

S.PAULO, Folha de. **Ficha do candidato a presidente Jair Bolsonaro.** 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/eleicoes/2018/presidente/jair-bolsonaro-280000614517.shtml>>. Acesso em: 17 dez. 2018.

SCHERER-WARREN, Ilse. **Das mobilizações às redes de movimentos sociais.** Sociedade e Estado, Brasília, v. 1, n. 21, p.109-130, jan. 2006.

SODRÉ, Muniz. **Técnica de Reportagem: Notas sobre a Narrativa Jornalística.** São Paulo: Summus, 1986.

STUDDERT-KENNEDY, Gerald; MOODIE, Graeme C. **Opiniones, públicos y grupos de presión.** Mexico City: Paperback, 1975.

VENÂNCIO, Rafael Duarte Oliveira. **Jornalismo e Linha Editorial: Construção das notícias na imprensa partidária e comercial.** Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001