

Desafios do jornalismo alternativo

Entrevista com Cláudia Sarmento

Challenges of alternative journalism

Interview with Cláudia Sarmento

Gilberto Scofield Junior

Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC), Niterói, RJ, Brasil

De volta ao Brasil após anos atuando como correspondente internacional e dedicando-se à carreira acadêmica, como o mestrado em Cultura Digital pelo King's College London e o doutorado em Mídia e Comunicação pela Universidade de Westminster (instituições onde também foi professora visitante), a pesquisadora e jornalista Cláudia Sarmento retorna também à PUC-Rio, onde se graduou, para a segunda etapa da pesquisa de pós-doutorado iniciada no King's College, com financiamento pela UK Research and Innovation. A pesquisa atual investiga a cobertura jornalística da crise climática e as narrativas de justiça climática no Brasil e na América Latina.

Cláudia também está lecionando, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, a disciplina Comunicação e Práticas Jornalísticas: Jornalismo Independente e Mídias Alternativas. No curso, aborda narrativas além do mainstream, histórias, práticas e desafios atuais, na interseção entre jornalismo, comunicação ambiental e políticas de mídia. Todas temáticas sobre as quais se aprofundou durante seu PhD em Westminster, quando analisou a mídia independente do Brasil, posteriormente adaptada para o livro *Alternative News Reporting in Brazil* (Palgrave Macmillan, 2023), e que aborda nesta entrevista.

Claudia aponta que a mídia alternativa, ou independente, surge como uma forma de contestação e crítica às práticas dominantes: “Na minha opinião, ela tem sempre um caráter político, que não é sinônimo de

ativismo”. Identifica uma relação entre mídia alternativa e periferias, o que, a seu ver, reflete as desigualdades estruturais do país e impacta tanto a produção quanto a disseminação dos conteúdos alternativos; e indica a interrelação entre suas pesquisas sobre mídia independente e cobertura ambiental: “Não tem mais como falar desse assunto sem pensar na comunicação das mídias não hegemônicas”.

Sua carreira como jornalista sempre foi ligada à mídia tradicional. Como e por que você começou a pesquisar mídias alternativas?

Cláudia Sarmiento: Meu interesse pelo tema começou em 2013, com as manifestações que ficaram conhecidas como Jornadas de Junho. Na época, eu trabalhava praticamente em tempo integral para o jornal O Globo, como correspondente no Japão. Como não estava envolvida diretamente na cobertura, acompanhei os protestos como leitora, seguindo as notícias pelas redes sociais. Foi nesse momento que comecei a notar um grande movimento nas mídias digitais de disseminação de informações de dentro das manifestações. Ainda que sem um embasamento acadêmico, entendi que estava ocorrendo uma perda do monopólio da circulação de notícias pelas grandes organizações de mídia. Um grupo importante que surgiu naquele momento foi a Mídia Ninja, que depois se tornou objeto de vários estudos sobre jornalismo e mídia participativa. No início, olhei para os “ninjas” com muita resistência. Como jornalista acostumada à mídia tradicional, questionava se aquilo era realmente jornalismo. Eu pensava: "Eles não sabem entrevistar, não seguem os padrões jornalísticos convencionais, são ativistas".

A própria mídia tradicional reforçava essa visão, classificando iniciativas como a Mídia Ninja mais como ativismo do que como produção jornalística. Na época, eu trabalhava para O Globo e percebia essa resistência dentro da redação.

Cláudia Sarmiento: Sim, e continua sendo uma discussão válida. É jornalismo ou ativismo? Mas minha perspectiva começou a mudar quando tive a oportunidade de cursar um mestrado em Cultura Digital no King’s College London. Passei a compreender essas novas formas de produção jornalística para além da discussão binária se “é ou não é jornalista”. As fronteiras entre o que é jornalismo e quem pode ser considerado um comunicador de notícias foram se tornando cada vez mais fluidas e complexas. Durante o mestrado comecei a estudar a Mídia Ninja e outras iniciativas semelhantes. Depois, no doutorado, pude

aprofundar a pesquisa sobre as mídias independentes de um modo geral, cerca de três anos após os acontecimentos de 2013. Foi assim que entrei nesse campo de pesquisa.

Hoje a produção de conteúdo jornalístico é extremamente fragmentada. Qual é o impacto do jornalismo praticado fora das grandes corporações de mídia?

Cláudia Sarmiento: Falar de impacto é sempre um desafio. Tendemos a medir impacto com base em audiência, alcance e engajamento nas redes sociais. Mídias independentes não têm a mesma abrangência de veículos de massa com alcance nacional, por exemplo, o que torna essa avaliação mais complicada. Por outro lado, se analisarmos relatórios recentes, como o Projeto Oasis¹, podemos ver uma mudança clara no ecossistema jornalístico. Esse estudo da SembraMedia, organização global que trabalha para fortalecer a sustentabilidade de veículos nativos digitais, mostra um cenário mais plural, diversificado e segmentado do que o que existia antes. O jornalismo independente opera em diversas esferas: regional, nacional e hiperlocal. E, nesses contextos específicos, seu impacto pode ser bastante significativo. No nível hiperlocal, por exemplo, essas mídias têm grande relevância para as comunidades que cobrem. A mídia alternativa sempre existiu, mas com as novas tecnologias ela pôde expandir seu alcance.

Percebo que essas mídias repercutem muito dentro dos seus nichos. Pessoas interessadas em questões ambientais, gênero ou raça, por exemplo, encontram nesses veículos um espaço de cobertura que muitas vezes a mídia tradicional não oferece. É difícil mensurar o impacto, mas elas repercutem.

Cláudia Sarmiento: Sim, concordo. Podemos observar sua influência na ampliação do debate público. Se usarmos os prêmios jornalísticos como critério de impacto, também podemos ver que muitas dessas mídias conquistaram amplo reconhecimento. No último ranking do Portal dos Jornalistas (2025), mais de uma dezena dos mais premiados do Brasil pertencem a organizações associadas à Ajor (Associação de Jornalismo Digital), que surgiu justamente para apoiar essas iniciativas, e você conhece bem o trabalho dessa associação. Isso mostra que essas produções têm visibilidade e relevância.

¹ Project Oasis: Mapping independent digital media around the world. Disponível em: <https://globalprojectoasis.org/>. Acesso: 07 abr. 2025.

Nos seus estudos, como o conceito de mídia alternativa difere, ou não, nos contextos dos países do Sul Global em relação à União Europeia e aos Estados Unidos, onde essas práticas são mais desenvolvidas, digamos assim, até porque existem mais recursos nesses lugares para fomentar essa atividade? Você percebe grandes diferenças em termos de objetivos, práticas e desafios, como a captação de recursos, por exemplo, especialmente no Brasil?

Cláudia Sarmiento: Há diferenças e semelhanças. Vamos falar das diferenças em relação às práticas. A mídia alternativa, ou independente, seja qual for a nomenclatura que utilizemos, surge como uma forma de contestação e crítica, isto é, como uma alternativa às práticas dominantes. Na minha opinião, ela tem sempre um caráter político, que não é sinônimo de ativismo. Então o contexto político e o contexto local importam. Antes de qualquer coisa, se olharmos para os países do Sul Global, veremos que a democracia muitas vezes está em risco, então o tipo de resposta e de iniciativas de mídias independentes já serão diferentes. Em alguns desses países, existe censura e repressão, e essa já é uma diferença fundamental.

Com certeza. A mídia alternativa chinesa, por exemplo, não está na China, mas no exílio...

Cláudia Sarmiento: Exato. Há também as questões financeiras e de precariedade econômica que afetam a sustentabilidade de grupos nascidos fora do mainstream. Nos Estados Unidos e na Europa, há mais acesso a financiamentos públicos ou de fundações privadas. Dependendo do lugar, pode funcionar a assinatura como principal modelo de negócio. Já no Brasil, essas organizações emergentes dependem muito de editais internacionais e financiamento coletivo, o que torna a sustentabilidade mais incerta. Os estudos mostram que há modelos híbridos de financiamento, e que não é possível depender apenas de uma única fonte. Publicidade, por exemplo, ainda é um recurso buscado por essas mídias, mas com um grau maior de incerteza do que nos países com economia mais desenvolvida. Mas também há semelhanças, que eu diria que são conceituais. Se estudarmos a literatura acadêmica sobre mídias alternativas, há consenso de que elas surgem sempre com um espírito crítico, seja em relação a um contexto sociopolítico, seja à concentração do poder midiático nas mãos de poucos grupos. E, por isso, o que se diz alternativo à grande mídia pode ir tanto para a esquerda como para a extrema-direita, como temos observado em alguns países também do Norte Global.

E como a desigualdade tecnológica – e aí falo também de infraestrutura, acesso à internet e telecomunicações – impacta a produção e disseminação das mídias alternativas no mundo, e especialmente no Brasil?

Cláudia Sarmiento: Quando falamos de mídia alternativa, acho que sempre acabamos abordando o conceito de periferia. Esse é um conceito amplo e muito interessante, além da noção de localidade. Há até estudos que usam “mídia periférica” como sinônimo de “mídia alternativa”, porque, como você mencionou, existem lacunas na cobertura jornalística tradicional, formando os chamados “desertos de notícias”. Se olharmos para determinadas áreas periféricas, a infraestrutura comunicacional é muito mais precária do que nos centros urbanos. Isso reflete as desigualdades estruturais do país e impacta tanto a produção quanto a disseminação dos conteúdos alternativos. Pensemos, por exemplo, em comunidades indígenas isoladas: a conectividade nessas áreas é limitada. Já quando existe menos desigualdade de acesso, há inovações que vêm sendo amplamente adotadas e têm mais oportunidades de se estabelecer, como o modelo de newsletters, só para citar um exemplo. Mas, de modo geral, há a influência das Big Techs, tanto no Norte quanto no Sul Global. No Brasil, por exemplo, a comunicação por aplicativos de mensagens instantâneas é muito comum. Então, isso precisa entrar na estratégia de disseminação dessas mídias. Isso nos leva a uma discussão ainda mais complexa sobre o poder das plataformas.

Sim, o tema da regulação é importante tanto do ponto de vista do conteúdo – o que pode ou não ser dito, os riscos de prejudicar terceiros, o chamado dever de cuidado – quanto do ponto de vista concorrencial e econômico. De que forma as plataformas digitais globais – Facebook, X, WhatsApp, YouTube – são apropriadas por coletivos de mídia alternativa? E que riscos isso traz em relação a questões como desinformação?

Cláudia Sarmiento: As redes aumentam a produção e o alcance de conteúdos que não passam mais pelos gatekeepers tradicionais. Pensando do ponto de vista positivo, ampliam vozes, lutas e narrativas de minorias e comunidades excluídas, possibilitando uma disseminação descentralizada de informações sem grande investimento em infraestrutura. Por outro lado, tanto produtores quanto consumidores – e muitas vezes nós hoje somos as duas coisas – se tornam reféns dos algoritmos e das políticas das Big Techs. Se, por exemplo, a Meta decide não mais intervir contra a desinformação, isso afeta todos os atores do ecossistema informativo, incluindo a mídia tradicional e a alternativa. Essas articulações de política econômica têm muito impacto. Os estudiosos de mídia alternativa sempre apontam esse dilema: trata-se

de projetos críticos, mas, ao mesmo tempo, são mídias que precisam operar dentro do sistema comercial e comodificado que elas criticam. Antes da era digital, esse dilema da sustentação já existia, e agora, ele se mantém, mas sob novas formas.

Falando um pouco sobre metodologia, a entrevista foi a principal metodologia que você utilizou para pesquisar a emergência de novos produtores de jornalismo no Brasil. Essa escolha se deve à sua experiência como jornalista?

Cláudia Sarmiento: Sim, acho que naturalmente me sinto mais confortável realizando entrevistas, pois sempre fiz isso na minha trajetória. No mestrado e no doutorado utilizei entrevistas, combinando-as com outras abordagens analíticas, e estou fazendo o mesmo no pós-doutorado. No entanto, a maneira como conduzimos e analisamos entrevistas na pesquisa acadêmica é muito diferente do jornalismo, claro. No jornalismo, muitas vezes, buscamos uma frase impactante para ser o destaque da matéria. Já na pesquisa acadêmica, o processo de análise é muito mais sistemático e aprofundado. Foi um aprendizado me livrar dessa urgência jornalística, mas sem perder a curiosidade, que considero uma característica positiva da minha atuação como repórter que quero manter sempre.

Como você avalia a produção de conhecimento científico sobre mídias alternativas no Brasil em comparação com a União Europeia e os Estados Unidos?

Cláudia Sarmiento: A produção acadêmica sobre mídias alternativas nesses países é mais consolidada e abrangente, pois é um campo multidisciplinar. Há pesquisas sobre definições conceituais, sustentabilidade, inovações, novos formatos como jornalismo de dados e visualizações interativas. Como o campo alternativo envolve experimentação, há espaço para novas formas narrativas, e isso desperta muito interesse. Mas no Brasil também há um crescente interesse acadêmico pelo tema, com estudos muito relevantes para compreender o contexto nacional dessa produção independente. Além disso, há uma preocupação em desocidentalizar e decolonizar o conhecimento, reconhecendo que o contexto local importa. Esse é um potencial enorme para pesquisas focadas no Brasil e no Sul Global.

No curso de Jornalismo Independente que você ministra no PPGCOM/PUC-Rio, discutimos novos produtores de conteúdo focados em temas diversos – feminismo, crise climática, gênero, segurança pública, raça. Diante dessa pluralidade, é possível encontrar uma definição única para essas mídias?

Cláudia Sarmiento: Não, essa é uma das dificuldades. Não há uma definição única. Existem diversas nomenclaturas – mídia alternativa, mídia independente, mídia comunitária, mídia radical – e cada uma tem nuances. No Brasil, o termo “mídia independente” é mais utilizado, mas é um termo que pode ser contestado porque não sei se alguma mídia pode ser considerada totalmente independente. Então prefiro falar em alternativo, mas também sei que é um termo aberto a contestação. Outro termo muito comum é nativos digitais, um guarda-chuva sob o qual se encaixam iniciativas variadas. Mas não podemos colocar todas essas mídias numa única caixa. Até porque, dentro das mídias alternativas, há profissionais de jornalismo que vieram das organizações tradicionais, mas também aqueles que nunca trabalharam numa redação, mas têm influência e conhecimento do público que querem atingir. Isso tem impacto nas rotinas de produção.

No Brasil, muitos editais só oferecem recursos para organizações não governamentais (ONGs) sem fins lucrativos. Então, você é obrigado a se transformar numa ONG se quiser ter acesso aos recursos daquele edital. Não pode ser uma empresa, simplesmente. É interessante isso, como as coisas se misturam: a produção jornalística com o modelo de negócios.

Cláudia Sarmiento: Sim, muito interessante. Na minha pesquisa, eu preferi fazer um recorte para limitar um pouco os objetos de estudo nesse quadro tão amplo. Então foquei nas organizações sem fins lucrativos e que não repetem os mesmos modelos da mídia tradicional, como assinaturas ou paywall, por exemplo. Essa variedade de práticas é um dos desafios desse campo de estudo, além de estarmos falando de um cenário de mutação constante. Voltando ao exemplo da Mídia Ninja, que foi tão estudada por causa dos protestos de 2013, hoje o cenário é outro, e uma pesquisa sobre essa mídia ativista teria que fazer outras perguntas, levando em conta as transformações mais recentes.

Sua pesquisa de pós-doutorado se liga, de alguma forma, à questão das mídias alternativas?

Cláudia Sarmiento: Estou pesquisando a cobertura ambiental. Analiso quais são os desafios de cobrir as mudanças climáticas no Brasil e, num segundo momento, vou fazer uma comparação com outros países na América Latina. Não vou olhar só para as mídias independentes, também estou conversando com profissionais que cobrem meio ambiente em mídias tradicionais. Mas não tem mais como falar desse assunto sem pensar na comunicação das mídias não-hegemônicas. Há várias organizações que têm impacto nessa área. Por exemplo, Amazônia Real, Sumaúma, Repórter Brasil, #Colabora, O Eco. São organizações

jornalísticas independentes cobrindo as questões ambientais de uma maneira que a mídia tradicional não cobre.

Gilberto Scofield Junior

É executivo de comunicação com especialização em desinformação, letramento digital e midiático, jornalismo empreendedor, comunicação e marketing digital de inovação. Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da UFF, mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Mídias Criativas da ECO-UFRJ e bacharel em Comunicação Social pela UGF, com MBA em Marketing Digital (FGV).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9285-2790>

E-mail: gilberto.scofieldjr@gmail.com

Recebido em: 29 de março de 2025.

Aprovado em: 07 de abril de 2025.

Referências

SARMENTO, C. **Alternative News Reporting in Brazil**. Londres: Palgrave Macmillan, 2023.

RANKING Mais premiados da Imprensa Brasileira 2024. Jornalistas & Cia/Portal dos Jornalistas, jan. 2025, p. 21. Disponível em: <https://jornalistasecia.com.br/ranking2024/28/>. Acesso: 07 abr. 2025.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.