



**Jornalismo Alternativo e Antirracista:
Análise das iniciativas *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro***

**Alternative and Anti-Racist Journalism:
An Analysis of the Initiatives *Alma Preta Journalism*, *Notícia Preta*, and *Mundo Negro***

Flávio Emanuel I. Freire¹
Geilson Fernandes de Oliveira²

Resumo: Este artigo investiga as práticas e estratégias de produção jornalística adotadas por iniciativas de mídia negra no Brasil, tendo como foco de análise os casos do *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro*. Para tanto, como procedimentos metodológicos, parte-se de uma abordagem quali-quantitativa, articulada aos métodos exploratório, descritivo e interpretativo. Os resultados indicam que, embora as três iniciativas adotem abordagens distintas, todas se concentram na luta contra o racismo e na promoção da representatividade negra. Além disso, a pesquisa revela como as iniciativas investigadas utilizam da convergência midiática para engajar seu público e difundir narrativas alternativas, aspecto que ainda pode ser mais potencializado, contribuindo para a desconstrução de estereótipos e a construção de uma sociedade mais justa e plural.

Palavras-chave: Jornalismo; Antirracismo; Jornalismo Alternativo.

Abstract: This article investigates the journalistic practices and production strategies adopted by Black media initiatives in Brazil, focusing on the cases of *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta*, and *Mundo Negro*. Methodologically, the study employs a quali-quantitative approach, combined with exploratory, descriptive, and interpretative methods. The results indicate that, although the three initiatives adopt distinct approaches, they all center on the struggle against racism and the promotion of Black representation. Furthermore, the research reveals how the initiatives under study use media convergence to engage their audiences and disseminate alternative narratives an aspect that could be further enhanced, contributing to the deconstruction of stereotypes and the building of a more just and plural society.

Keywords: Journalism; Anti-racism; Alternative Journalism.

¹ Estudante do curso de Jornalismo em Multimeios da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Campus III / Juazeiro-BA. E-mail: flaviofreire24@gmail.com

² Orientador do trabalho. Docente do Curso de Jornalismo em Multimeios da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Campus III / Juazeiro-BA. Doutor em Estudos da Mídia (UFRN). E-mail: geilson_fernandes@hotmail.com



Introdução

O jornalismo contemporâneo atravessa um período de intensas transformações, impulsionadas tanto pelo avanço tecnológico quanto pelas mudanças sociais, históricas e culturais, que reconfiguram os modos de produção, circulação e consumo de informações (Pereira, Adghirni, 2011; Baccin, 2013). Essas mudanças não se limitam ao aspecto técnico: elas provocam uma reestruturação no papel do jornalismo na sociedade, desafiando os modelos tradicionais de cobertura e exigindo práticas mais plurais e inclusivas. Nesse cenário, emergem iniciativas alternativas que se consolidam como contrapontos à mídia hegemônica, sobretudo no enfrentamento a desigualdades raciais e na construção de narrativas contra-hegemônicas.

No Brasil, país marcado por profundas desigualdades sociais e raciais, a população negra enfrenta um processo histórico de exclusão nos meios de comunicação tradicionais. Essa marginalização se manifesta tanto ainda na ausência de representatividade de profissionais negros nas redações, quanto na forma estigmatizada com que as questões raciais costumam ser tratadas pela grande mídia. Como resposta, surgem iniciativas de mídia negra que, além de denunciar o racismo estrutural, buscam produzir representações positivas, visibilizar lutas sociais e afirmar identidades.

Entre essas iniciativas, destacam-se *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro*, selecionadas para análise neste trabalho. Esses veículos não apenas produzem conteúdo jornalístico, mas também se configuram como espaços de resistência, disputa simbólica e produção de sentidos. Ao valorizar a perspectiva negra, suas práticas questionam a hegemonia eurocêntrica presente na comunicação e oferecem alternativas para compreender as dinâmicas sociais brasileiras. Trata-se, portanto, de experiências que vão além da informação: elas atuam na promoção da cidadania, na formação de consciência crítica e na construção de um jornalismo comprometido com a transformação social.

A escolha das iniciativas destacadas como objeto de investigação e análise se justifica por sua relevância no campo da mídia digital e por seu impacto no debate público. São iniciativas jornalísticas que têm ampliado suas audiências ao explorar a convergência midiática – sites, redes sociais e aplicativos de comunicação –, expandindo a circulação de narrativas antirracistas e criando novos canais de diálogo com seus públicos. Além disso, suas trajetórias



revelam diferentes estratégias de organização, financiamento e engajamento, o que permite compreender de maneira comparativa como se estruturam e quais desafios enfrentam.

Este estudo busca, assim, identificar e analisar as estratégias de produção e circulação de conteúdos no ambiente digital tendo como recorte as iniciativas *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro*, com ênfase na observação em torno de como articulam jornalismo, plataformas e luta antirracista no contexto digital. Mais do que descrever quantitativamente suas produções, o objetivo é compreender as táticas e estratégias de engajamento que as sustentam, refletindo sobre o papel do jornalismo negro e alternativo na promoção da pluralidade de vozes.

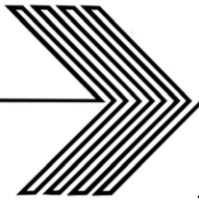
A pesquisa parte do projeto de Iniciação Científica “Jornalismo e antirracismo: práticas e estratégias de produção no contexto digital”, financiado pelo Programa Afirmativa da Pró-Reitoria de Ações Afirmativas (PROAF) da Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Com efeito, neste artigo, se propõe uma abordagem quali-quantitativa, articulada a métodos exploratórios, descritivos e interpretativos acerca do objeto investigado. Dessa forma, este trabalho pretende contribuir para o debate acadêmico sobre jornalismo, antirracismo e plataformas digitais, destacando a importância de se pensar práticas midiáticas comprometidas com a justiça social e racial.

1. Fundamentação Teórica

1.1 Jornalismo Negro

O jornalismo negro ocupa lugar central na luta por representatividade e democratização da comunicação no Brasil. Historicamente, esse campo emerge como resposta direta à exclusão da população negra dos meios de comunicação hegemônicos, buscando construir narrativas próprias, afirmar identidades e questionar estereótipos raciais. Trata-se, portanto, de uma prática que articula comunicação, política e cultura, com forte dimensão pedagógica e de resistência (Sodré, 1999; Gomes, 2020).

Desde o século XIX, publicações pioneiras como *O Homem de Cor* (1833) e *A Pátria* (1889) foram fundamentais para fomentar a consciência racial e mobilizar a comunidade negra (Nascimento, 2019). Esses impressos, em grande medida autônomos e localizados em contextos



periféricos, assumiram não apenas a função de informar, mas também de organizar politicamente, fortalecer laços comunitários e reivindicar direitos civis. Como destaca Nascimento (2019), a imprensa negra brasileira se configurou como espaço de denúncia do racismo e de formulação de projetos de emancipação.

Com o tempo, esse jornalismo foi se transformando, acompanhando os contextos sociais e tecnológicos. Durante o século XX, títulos como *O Quilombo* (1948), dirigido por Abdias do Nascimento, e outros periódicos ligados ao movimento negro foram importantes na articulação entre comunicação e militância (Domingues, 2007). Essa tradição de enfrentamento ao racismo e de produção de contra-narrativas permanece como marca constitutiva do jornalismo negro, que, segundo Gomes (2020), atua como guardião de memórias, vozes e lutas invisibilizadas.

Na contemporaneidade, a chegada da internet e a cultura da convergência (Jenkins, 2008; Barbosa, 2013) possibilitaram novas formas de visibilidade e circulação de conteúdos. Iniciativas de jornalismo, como *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro*, se apropriam das plataformas digitais, suas linguagens e estruturas e, em meio as discontinuidades da história, dão continuidade à tradição da imprensa negra, agora, em ambiente digital, aproveitando a capilaridade das redes sociais para disputar sentidos no espaço público. Como observa Santana (2023), essas iniciativas operam a partir de uma perspectiva decolonial, tensionando a lógica da objetividade jornalística e propondo novas formas de narrar a experiência negra.

Além disso, é preciso compreender o jornalismo negro como uma prática atravessada por uma dimensão política e estética. Ele não apenas denuncia desigualdades, mas também produz imagens positivas da negritude, valoriza a cultura afro-brasileira e cria espaços de autorrepresentação (Oliveira, Veloso, 2023). Essa articulação entre luta política e afirmação cultural amplia o alcance das iniciativas e revela o caráter multifacetado do jornalismo negro.

Assim, ao analisar *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro*, é necessário situá-los dentro dessa trajetória histórica e política. Essas iniciativas se apropriam das possibilidades tecnológicas atuais para atualizar um projeto comunicacional mais amplo: o de disputar a hegemonia discursiva dos meios tradicionais e afirmar o protagonismo negro na esfera pública.



1.2 Jornalismo e Plataformas Digitais

O advento da internet transformou profundamente o fazer jornalístico, abrindo novas possibilidades para a produção, distribuição e consumo de informações (Barbosa, 2013). A migração do jornalismo para o ambiente digital deu origem a novas formas de mídia, incluindo blogs, portais e *sites*, que permitem uma disseminação mais ágil e democrática de conteúdos. Essas plataformas são especialmente importantes para iniciativas independentes e alternativas, como as estudadas nesta pesquisa, que aproveitam da flexibilidade e acessibilidade da internet para desenvolver suas narrativas e expandir seu público.

Sites, redes sociais como *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*, e plataformas de conversação como *WhatsApp* e *Telegram*, se tornaram essenciais para o jornalismo contemporâneo. Essas ferramentas possibilitam a interação em tempo real com o público, a disseminação rápida de informações e a criação de comunidades em torno de temas específicos (Recuero, 2009; 2011), como a luta antirracista. As iniciativas estudadas neste artigo utilizam essas plataformas não só para compartilhar notícias, mas também para fomentar debates e mobilizações sociais, aproximando o jornalismo das dinâmicas interativas e colaborativas da internet.

Essas transformações fazem parte do que Jenkins (2008) define como “cultura da convergência”, um processo que afeta não apenas as tecnologias, mas também as indústrias, mercados e os modos de consumo dos meios de comunicação. No contexto jornalístico, a convergência envolve a integração de plataformas e linguagens que antes eram separadas, permitindo que jornalistas e veículos de comunicação produzam conteúdos distribuídos por múltiplos canais. Essa convergência resulta na criação de um “*continuum* multimídia”, em que o fluxo de produção, edição e distribuição de conteúdos é horizontal e dinâmico, abrangendo diversos formatos e tecnologias (Barbosa, 2013).

No caso das iniciativas alternativas e independentes analisadas, a convergência midiática permite a adaptação das notícias às características específicas de cada plataforma digital. Isso significa que as redações estão cada vez mais integradas, utilizando diferentes ferramentas e formatos para alcançar e engajar suas audiências. Acerca desse processo, Salaverría (2010) explicita que, em relação ao jornalismo, temos processos de convergência empresarial, de conteúdo, tecnológica e profissional, aspectos que observamos a partir da análise do *corpus* investigativo deste trabalho.



Portanto, as plataformas digitais, combinadas com o fenômeno da convergência midiática, oferecem ao jornalismo contemporâneo um novo campo de possibilidades. Iniciativas como *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro* utilizam essas plataformas para promover um jornalismo mais acessível, colaborativo e conectado às demandas sociais, aproveitando o potencial da convergência para inovar e expandir suas narrativas em um ambiente digital cada vez mais interativo.

1.3 Jornalismo Alternativo e Independente

O jornalismo alternativo é caracterizado por sua postura crítica em relação aos meios de comunicação de massa tradicionais, que frequentemente servem a interesses comerciais e políticos estabelecidos. Alternativo tanto no formato quanto no conteúdo, esse tipo de jornalismo busca dar visibilidade às narrativas de grupos marginalizados e trazer à tona questões que muitas vezes são ignoradas ou tratadas de forma superficial pela grande mídia (Figaro, Nonato, 2017; 2021). No contexto brasileiro, o jornalismo alternativo tem uma longa tradição de atuação, especialmente durante períodos de repressão política, como a ditadura militar (Carvalho, Bronosky, 2017).

Figaro e Nonato (2021) destacam que o jornalismo alternativo não é apenas uma oposição ao jornalismo tradicional, mas também um espaço de resistência cultural e política, configurando-se como um campo que promove vozes e narrativas contra-hegemônicas. Essa abordagem busca ampliar a diversidade de perspectivas no debate público, rompendo com os monopólios simbólicos da grande mídia. O jornalismo independente, por sua vez, é aquele que não depende de grandes conglomerados de mídia ou financiamentos corporativos (Bronosky, Santos, 2019). Ele se sustenta, em grande parte, por meio de financiamento colaborativo, parcerias, editais e assinaturas, entre outras ações estratégicas, o que garante maior liberdade editorial. Esse modelo permite que iniciativas jornalísticas mantenham sua integridade e compromisso com suas pautas, se distanciando de influências e interesses externos.

No caso das iniciativas investigadas – *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro* – considerando a sua constituição e vieses, observamos uma articulação com os princípios do jornalismo alternativo e, por vezes, independente. No entanto, levando em conta a observação de algumas parcerias estabelecidas com empresas, assim como a ausência da



autodenominação “independente”, as classificamos aqui como alternativas. Essa classificação considera não apenas sua configuração e funcionamento alternativo aos modelos tradicionais de jornalismo e mídia, mas também as narrativas e perspectivas que promovem em relação às temáticas abordadas e olhares produzidos. Essas iniciativas se destacam por oferecer abordagens distintas do jornalismo convencional, especialmente no que diz respeito às pautas de raça e questões sociais que frequentemente são negligenciadas.

1.4 As iniciativas estudadas

Com uma trajetória que remonta a 2001, o *Site Mundo Negro* é uma das mais antigas plataformas de mídia negra no Brasil. Seu objetivo é celebrar a cultura negra e promover o empoderamento da comunidade afrodescendente, abordando temas como moda, beleza, cultura, e entretenimento, além de política e direitos civis. Ao longo dos anos, o *Mundo Negro* consolidou-se como uma importante referência no debate sobre negritude, utilizando as redes sociais para ampliar seu alcance e engajamento.

Fundado em 2015, *Alma Preta Jornalismo* é um veículo voltado para a cobertura de questões raciais no Brasil, com foco na valorização da história e da cultura afro-brasileira. A iniciativa se destaca por oferecer uma perspectiva crítica e antirracista sobre eventos e temas de relevância nacional, incluindo política, educação e movimentos sociais. O projeto foi criado por jornalistas negros com o objetivo de dar visibilidade à luta contra o racismo e às vozes da população negra no país.

Criado em 2018, *Notícia Preta*, por sua vez, é uma iniciativa jornalística que tem como missão informar a sociedade a partir da perspectiva da população negra. Com uma equipe diversa e comprometida com o jornalismo antirracista, o veículo cobre temas relacionados à luta por igualdade racial, direitos humanos, cultura negra e empreendedorismo. O *Notícia Preta* utiliza tanto seu portal quanto redes sociais para conscientizar e engajar o público, especialmente, em questões que afetam diretamente a população negra.

2. Procedimentos Metodológicos



Esta pesquisa adota uma abordagem quali-quantitativa, apoiada nos métodos exploratório, descritivo e interpretativo (Marconi; Lakatos, 2007). O objetivo central é compreender as estratégias de produção e circulação de conteúdos no ambiente digital das iniciativas *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro*, atentando para as suas práticas de jornalismo antirracista.

A escolha pela abordagem quali-quantitativa se justifica pela natureza do objeto, que exige mais do que a simples mensuração de dados: trata-se de interpretar como se estruturam as estratégias e de que maneira essas iniciativas se posicionam frente ao jornalismo hegemônico. Assim, embora a coleta de dados envolva aspectos numéricos – como quantidade de publicações em sites e redes sociais –, o propósito é analisar os significados desses números, observando e analisando as estratégias utilizadas.

O recorte temporal adotado concentrou-se nos meses de janeiro a março de 2024, garantindo a comparabilidade entre períodos equivalentes. Essa delimitação temporal visa assegurar maior consistência analítica, evitando distorções que poderiam comprometer a validade dos resultados.

A coleta de dados foi realizada por meio de observação diária e sistemática, com registros organizados em planilhas do *Excel*. Nos *sites/portais*, foram coletados todos os materiais publicados; no *Instagram*, foram contabilizadas e analisadas postagens do *Feed* e *Stories*; e, nos aplicativos de comunicação (*WhatsApp* e *Telegram*), observou-se o uso e a frequência de conteúdos distribuídos, quando disponíveis. Esse processo permitiu mapear tanto a produção de conteúdos quanto a circulação das informações em diferentes ambientes digitais.

Após a coleta, os dados foram sistematizados em planilhas e tabelas, que serviram como base para a análise descritiva e interpretativa. O foco não recaiu apenas sobre a quantidade de conteúdos publicados, mas principalmente sobre a forma como cada iniciativa estrutura suas práticas jornalísticas. Esse processo de coleta, sistematização dos dados, descrição, observação das semelhanças e diferenças em torno das estratégias utilizadas, seguido pela sua interpretação, possibilitou compreender as especificidades de cada veículo, evidenciando as suas estratégias. Além disso, buscou-se relacionar as práticas observadas às discussões teóricas sobre jornalismo negro, jornalismo alternativo e convergência midiática.



3. Resultados

As análises revelam que as iniciativas *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro* possuem uma trajetória já firmada no campo da comunicação e do jornalismo, tendo uma dela – *Mundo Negro* – mais de duas décadas de existência. Logo, aponta-se como período de emergência dessas iniciativas, os anos que vão desde 2001 até 2018, motivadas pela crescente participação da sociedade na esfera pública e pela disponibilidade de tecnologias mais acessíveis. Além desses aspectos, também se observa como vetor para a irrupção dessas iniciativas a promoção de políticas públicas voltadas às questões de raça no Brasil, o que amplia o escopo de discussões sobre a temática no país (Aguião, 2017).

Embora se posicionem como alternativas ou independentes, sem vínculos diretos com movimentos sociais (apesar de, explicitamente, apoiar alguns, como o próprio movimento negro), partidos políticos ou grandes conglomerados de mídia, essas iniciativas se identificam como empreendedoras e inovadoras, conforme pode ser observado a partir das respectivas descrições em seus *sites*. Além da produção jornalística, elas se envolvem em outras atividades, como a oferta de cursos e palestras, para garantir a viabilidade financeira de seus projetos, como ocorre, por exemplo, com a Escola de Comunicação Antirracista, que é anunciada no portal de notícias *Alma Preta*, que potencializa e capacita de forma gratuita pessoas negras e periféricas para que elas atuem no campo da Comunicação Social e do Jornalismo.

3.1 *Alma Preta*, *Mundo Negro* e *Notícia Preta*: quantitativos dos conteúdos produzidos

Como já mencionado, em um primeiro momento deste estudo, tivemos como objetivo coletar dados sobre os usos das plataformas digitais pelas iniciativas *Alma Preta*, *Mundo Negro* e *Notícia Preta*. Em relação a esse aspecto, ressalta-se que todas as iniciativas possuem *sites* (ou portais), além de estarem presentes na rede social *Instagram*. Algumas delas fazem uso, ainda, de plataformas voltadas para conversação, tais como *WhatsApp* e *Telegram*, como veremos adiante.

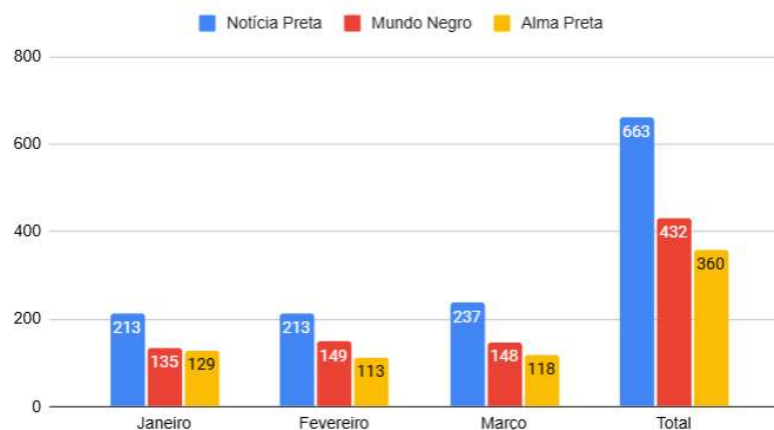
3.1.1 Quantidade de publicações nos *sites*



A análise da quantidade de publicações das iniciativas *Alma Preta*, *Mundo Negro* e *Notícia Preta* entre 01 de janeiro e 31 de março de 2024 oferece *insights* valiosos sobre suas práticas editoriais e estratégias de engajamento. Durante o período analisado, *Notícia Preta* foi a iniciativa que mais teve publicações em seu site, totalizando 663 matérias. O portal apresentou um padrão de crescimento contínuo, começando com 213 publicações em janeiro e fevereiro, culminando em 237 em março. Este aumento sugere uma robusta capacidade editorial e uma estratégia focada em manter um ritmo elevado de produção. O *Mundo Negro*, a seu turno, publicou em seu *site* 432 conteúdos ao longo do mesmo período. O portal contou com 135 publicações em janeiro, 149 em fevereiro, demonstrando certa estabilização em março, com 148 publicações. Esse padrão de crescimento, seguido por uma leve estabilização, indica uma abordagem editorial consistente, buscando equilibrar a quantidade e a relevância do conteúdo produzido.

Ao mesmo tempo, *Alma Preta* totalizou 360 publicações, começando com 129 em janeiro, 113 em fevereiro e 118 em março. O portal demonstrou leve queda quando observamos o período analisado, com indicação de aumento das publicações no último mês. Esse padrão pode refletir a baixa produção editorial do início do ano, seguida por uma estabilização e/ou ajuste na produção.

Gráfico 1. Publicações nos sites *Notícia Preta*, *Alma Preta* e *Mundo Negro* entre janeiro e março de 2024



Elaborado pelos autores (2025).

Comparando os sites das três iniciativas, *Notícia Preta* se destaca pela sua alta capacidade de produção e crescimento constante, enquanto *Mundo Negro* adota uma estratégia



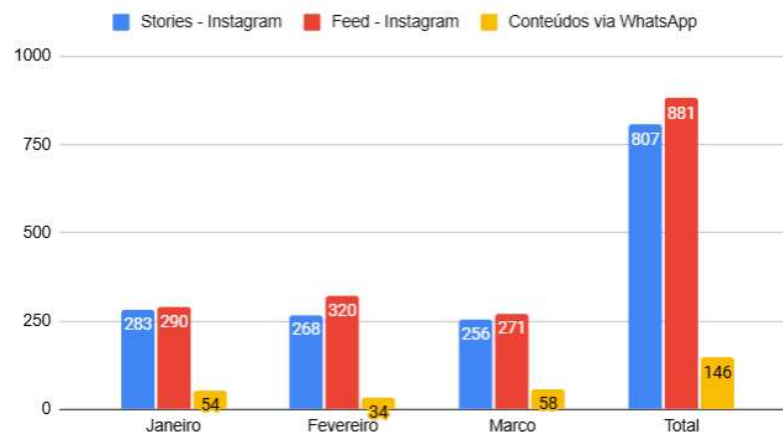
de crescimento gradual e estabilização, e *Alma Preta* apresenta uma leve queda inicialmente, seguido por um sentido de estabilização. Essas diferenças na quantidade de publicações oferecem uma perspectiva sobre as estratégias editoriais e o engajamento com suas audiências, além de refletir a capacidade e os recursos disponíveis para cada iniciativa.

3.1.2 Produção de conteúdos no *Instagram*, *WhatsApp* e *Telegram*

A análise da produção e circulação de conteúdos na rede social *Instagram*, além das plataformas voltadas para conversação, como *WhatsApp* e *Telegram*, revela diferenças significativas nas estratégias adotadas por *Notícia Preta*, *Mundo Negro* e *Alma Preta* para maximizar o engajamento de suas audiências.

Notícia Preta apresenta um padrão de engajamento variado ao longo dos meses analisados. Em janeiro de 2024, registrou 283 *Stories* no *Instagram* e 290 publicações no *feed*, além de 54 no seu grupo do *WhatsApp*, o qual possui um caráter fechado, com publicação de mensagens apenas pelo seu administrador. Em fevereiro, esses números permaneceram estáveis, com leve indicação de queda em alguns momentos, sobretudo em relação aos *Stories* e *WhatsApp*, ao mesmo tempo em que houve um aumento do número de conteúdos no *Feed*, sendo 268 *Stories*, 320 publicações (*feed*) e 34 conteúdos no *WhatsApp*, respectivamente, seguindo em março com 256 *Stories*, 271 publicações (*feed*) e 58 conteúdos no *WhatsApp*. Acerca do *Telegram*, é importante mencionar que esta não é uma ferramenta utilizada por esse veículo jornalístico.

Gráfico 2. *Notícia Preta* no *Instagram* e *WhatsApp* entre janeiro e março de 2024



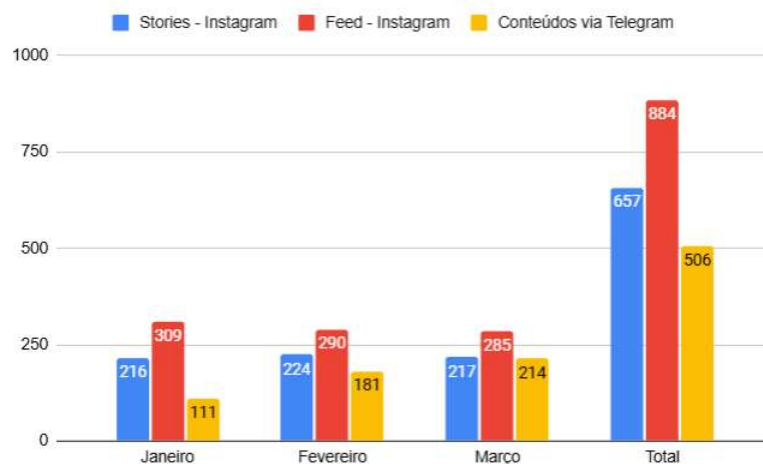


Elaborado pelos autores (2025).

Observou-se que a iniciativa *Notícia Preta* ajusta sua abordagem ao variar o número de *Stories* e publicações para captar o interesse do público e promover um engajamento mais dinâmico. Em março, novamente a quantidade de *Stories* e publicações no *Feed* diminuiu ligeiramente, sugerindo uma possível mudança na estratégia para evitar a saturação do público. Em relação a veiculação de conteúdos no *Whatsapp*, no entanto, observa-se uma variação relativa.

Mundo Negro, por sua vez, mostra um padrão de engajamento mais consistente, com foco maior também em publicações no *Instagram*. Em janeiro, foram registrados 216 *Stories*, 309 publicações no *feed* e 111 notícias no *Telegram*. Em fevereiro, o número de *Stories* e publicações no *feed* do *Instagram* se manteve alto, sendo, respectivamente, 224 *Stories* e 290 publicações (*feed*), com uma leve redução em março, que teve 217 *Stories* e 285 publicações (*feed*). Acerca dos usos do *Telegram*, observou-se um aumento substancial da produção de conteúdos entre os meses de janeiro (111), fevereiro (181) e março (214) (gráfico 3). Ressalta-se que o *Mundo Negro*, diferentemente do *Alma Preta*, não faz uso do *WhatsApp*.

Gráfico 3. *Mundo Negro* no *Instagram* e *Telegram* entre janeiro e março de 2024



Elaborado pelos autores (2025).

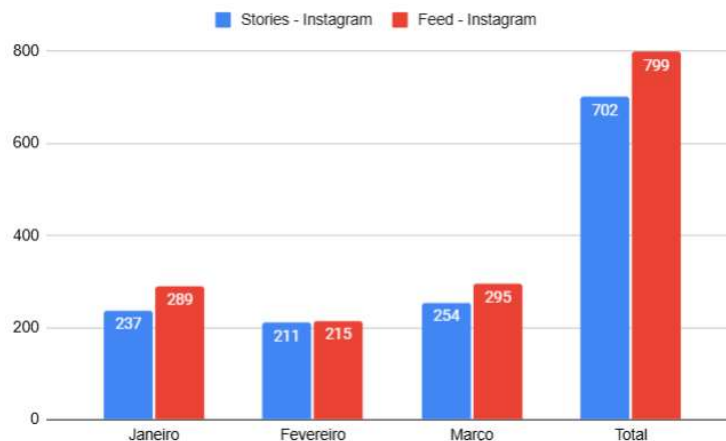
O ajuste estratégico da iniciativa *Mundo Negro* parece estar na produção de um volume maior de publicações, especialmente em relação ao *Telegram*, o que aponta para uma



estratégia que visa manter o público engajado e atualizado com conteúdos diversos veiculados a partir de outras plataformas.

Por sua vez, *Alma Preta* também demonstra uma abordagem estratégica ajustada ao longo dos meses. Em janeiro, foram 237 *Stories* e 289 publicações no *feed* do *Instagram*. Em fevereiro foi observada uma leve queda, com 211 *Stories* e 215 publicações (*feed*), ocorrendo uma alta em março, com 254 *Stories* e 295 publicações (*feed*), números que superam as publicações do mês de janeiro, evidenciando uma boa média de produção. Ressalta-se que, diferentemente das outras iniciativas abordadas e descritas em termos de estratégias de produção, o *Alma Preta* não faz uso de nenhuma plataforma voltada para a conversação, como *WhatsApp* ou *Telegram*.

Gráfico 4. *Alma Preta* no *Instagram* entre janeiro e março de 2024.



Elaborado pelos autores (2025).

Alma Preta parece ajustar sua abordagem por meio de uma combinação robusta de publicações no *Feed* e *Stories*, o que ajuda a diversificar suas fontes de engajamento e a maximizar a visibilidade do conteúdo.

4. Discussões

Quando se comparam as produções e estratégias das três iniciativas destacadas, nota-se que o *Instagram* é utilizado como principal plataforma para a produção e publicação de



conteúdos, possuindo um número maior de postagens do que aquele identificado em relação aos sites. No *Instagram*, o *Feed* é a principal ferramenta explorada, certamente, por se constituir como o espaço mais tradicional do *Instagram*, a partir do qual os conteúdos podem alcançar maior visibilidade, tendo em vista a sua permanência no perfil do veículo jornalístico, diferente do que ocorre em relação aos *Stories*, que possuem duração de 24h. Outro aspecto que pode explicar esse maior uso diz respeito ao fato da produção no *Feed* trabalhar com conteúdos mais próximos daqueles desenvolvidos no jornalismo tradicional, em que as produções se apresentam com texto e fotos. É importante mencionar, nesse contexto, que parte dos conteúdos postados no *Instagram* estão também presentes nos sites das iniciativas, lugar em que as narrativas noticiosas são exploradas de forma mais detalhada. Esses usos, articulados, reforçam as premissas referentes a presença da convergência midiática em relação a produção de conteúdos.

Ainda em relação ao *Instagram*, os *Stories*, a seu turno, se apresentam como a segunda ferramenta mais utilizada pelas iniciativas estudadas, apesar de serem percebidas variações em se tratando da sua quantidade de produção ao longo dos meses. De certa maneira, essa observação pode revelar dificuldades ou resistência de se produzir conteúdos nesses formatos, uma vez que são constituídos por uma linguagem multimodal (texto, vídeo, imagem, som, etc.), não esquecendo de mencionar a sua duração (apenas 24h), o que pode induzir ao sentido de ser um conteúdo de menor importância - o que não é a realidade (Zimmermann, Guidotti, 2021; Sanchotene, 2024). Nesse sentido, aponta-se para a necessidade de se apropriar, explorar e potencializar os usos dessa ferramenta, o que também se evidencia em relação ao *WhatsApp* e *Telegram*, ferramentas de comunicação utilizadas de maneira isolada por duas das três iniciativas pesquisadas.

De forma geral, os resultados obtidos revelam que cada uma das iniciativas jornalísticas desenvolve suas estratégias com base nas relações pretendidas com o público e nas especificidades de cada canal de comunicação, sendo relevante salientar que, entre as três iniciativas estudadas, *Notícia Preta* teve destaque em relação à produção para o seu site, se comparada às outras iniciativas, mas sem deixar de demonstrar força expressiva em relação à produção para redes sociais, no caso, o *Instagram*. *Mundo Negro*, por sua vez, se destacou em termos quantitativos de produção no que concerne ao *Instagram* e ao uso de aplicativos de



conversão - o *Telegram*. Ao mesmo tempo, *Alma Preta* demonstrou uma produção no que diz respeito às redes sociais, focadas especialmente no *Instagram*. Destarte, verifica-se que estas estratégias podem ser ampliadas e potencializadas, haja vista que as plataformas de redes sociais, assim como os *sites*, possibilitam uma grande diversidade de formatos para se desenvolver o jornalismo. Reforça-se, nesse sentido, que a convergência midiática, como colocado por Jenkins (2008), não é apenas tecnológica, mas também cognitiva, de modo que os novos públicos consumidores tenderão a buscar, cada vez mais, conteúdos alicerçados no que Barbosa (2013) denomina de “*continuum* multimídia”, não se restringindo a uma ferramenta - como o *feed*, ou uma plataforma.

Nessa esteira, o jornalismo alternativo, com seu compromisso de romper com as narrativas hegemônicas, e agora articulado às potencialidades das plataformas digitais, reafirma a sua função de desempenhar um papel essencial na desconstrução daquilo que Adichie (2019) define como os perigos de uma história única. Ao apresentar uma única versão dos fatos, os meios de comunicação tradicionais reforçam estereótipos e silenciam a pluralidade de vozes, sobretudo as de grupos marginalizados. Nesse contexto, as iniciativas de jornalismo alternativo – como *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro* – emergem como um contraponto, oferecendo outras formas de visibilidade e dizibilidade (Albuquerque Júnior, 2009) que desafiam as imagens e discursos predominantes. Essas iniciativas promovem um “jornalismo outro”, atravessado pela decolonialidade, ao trazer perspectivas que questionam a lógica eurocêntrica e os valores estabelecidos pelo jornalismo convencional.

Logo, essas práticas jornalísticas se apropriam das tecnologias digitais e suas diversas plataformas – como *sites*, redes sociais e aplicativos de conversação – que, embora não tenham nascido com fins jornalísticos, são reinventadas para disseminar informações e ampliar o alcance de narrativas alternativas. A convergência tecnológica e o contexto digital favorecem esse modelo, permitindo que o jornalismo alternativo utilize ferramentas acessíveis para produzir e distribuir conteúdo. Essa apropriação não apenas democratiza a produção jornalística, mas também possibilita interações diretas com o público, rompendo barreiras impostas pelos modelos tradicionais e engajando novas audiências.

Ademais, é fundamental explorar como essas iniciativas inovam na maneira de pensar o jornalismo, especialmente no que se refere às questões raciais e ao combate ao racismo, sob



uma perspectiva decolonial. Este tipo de jornalismo, que se caracteriza por ser engajado e posicionado, não apenas gera novos discursos, mas também amplia as visibilidades de vozes e histórias frequentemente marginalizadas (Moraes, 2019). Essa reconfiguração no fazer jornalístico implica revisitar as formas de narrar e apresentar conteúdos relacionados a questões raciais, promovendo articulações que buscam alternativas significativas e inclusivas (Veiga da Silva, Moraes, 2019). Ao fazer isso, essas iniciativas contribuem para um rearranjo na prática do jornalismo, fazendo outros usos das plataformas digitais e trazendo à tona narrativas que desafiam as normas tradicionais, oferecendo novas compreensões das realidades sociais.

Considerações finais

No ambiente digital, iniciativas como *Alma Preta Jornalismo*, *Notícia Preta* e *Mundo Negro* têm rompido narrativas hegemônicas ao promover a representatividade e dar visibilidade a vozes historicamente marginalizadas. Esses veículos utilizam a convergência midiática e a flexibilidade digital para ampliar a visibilidade da luta antirracista e promover a luta pela igualdade racial.

Nesse contexto, a análise da produção de conteúdos dessas plataformas revelou aspectos importantes sobre suas estratégias. Os conteúdos publicados evidenciam não apenas o comprometimento com a temática racial, mas também a existência de estratégias editoriais distintas que refletem suas capacidades e recursos. Por meio da publicação em seus *sites*, além de postagens no *Instagram*, *WhatsApp* e *Telegram*, essas iniciativas conseguem envolver audiências diversas e estabelecer um diálogo próximo com seus públicos.

Com efeito, o estudo reafirma a importância do jornalismo como ferramenta de transformação social e cultural. Iniciativas como essas produzem narrativas que desafiam os estereótipos e ampliam as vozes periféricas e negras, oferecendo novos paradigmas para o jornalismo contemporâneo, o que pode vir a ser potencializado, em termos de estratégias de produção, a partir de novas apropriações dos recursos oferecidos pelas plataformas digitais.

Assim, este estudo reforça não apenas a relevância do jornalismo alternativo no combate às desigualdades, mas também a necessidade de aprofundar pesquisas que investiguem as suas estratégias de produção, modos de apropriação das plataformas, assim como a sustentabilidade



financeira dessas iniciativas e seu impacto na formulação de políticas públicas, o que se coloca como desdobramento futuro. O jornalismo antirracista emerge como uma força indispensável para desconstruir estereótipos e construir uma sociedade mais equitativa e plural.

Referências

- ADICHIE, Chimamanda N. **O perigo de uma história única**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 4. ed. Recife: FJN; Ed. Massangana; São Paulo: Cortez, 2009.
- AGUIÃO, Silvia. Quais políticas, quais sujeitos? Sentidos da promoção da igualdade de gênero e raça no Brasil (2003-2015). **Cadernos Pagu**, n. 51, p. e175107, 2017.
- BACCIN, Alciane Nolibos. Mudanças estruturais no jornalismo: resgatando os clássicos para entender a construção dos acontecimentos nas redes. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 11., 2013, Brasília. **Anais [...]**. São Paulo: SBPJor, 2013.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. *In: CANAVILHAS, João (org.). Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis*. Covilhã: LabCOM, 2013. p. 33-54.
- BRONOSKY, Marcelo Engel; SANTOS, Luciane Justus dos. A problemática da crítica no jornalismo independente. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 1, 2019.
- CARVALHO, Guilherme; BRONOSKY, Marcelo. Jornalismo alternativo no Brasil: do impresso ao digital. **Pauta Geral: Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 4, n. 1, p. 21-29, 2017.
- DOMINGUES, Petrônio. Movimento negro brasileiro: alguns apontamentos históricos. **Tempo**, v. 12, n. 23, p. 100-122, 2007.
- FIGARO, Roseli; NONATO, Carlos. Novos ‘arranjos econômicos’ alternativos para a produção jornalística. **Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura**, v. 15, n. 1, 2017.
- FIGARO, Roseli; NONATO, Carlos (org.). **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas**. São Paulo: ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021.
- GOMES, Nilza Iraci. Jornalismo negro no Brasil: resgatando vozes e memórias. **Comunicação e Sociedade**, v. 40, n. 1, p. 25-38, 2020.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2007.



MORAES, Fabiana. Subjetividade: ferramenta para um jornalismo mais íntegro e integral. **Extraprensa**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 204-219, jan./jun. 2019.

NASCIMENTO, Abdias do. **O genocídio do negro brasileiro**: processo de um racismo mascarado. São Paulo: Perspectiva, 2019.

OLIVEIRA, Alice Oliveira; VELOSO, Maria S. Furtado. Que o giro se faça roda: o jornalismo antirracista das mídias negras como movimento circular e decolonial. **Pauta Geral: Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 10, n. 1, 2023.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, n. 24, p. 38-57, 2011.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. *In*: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando (org.). **Metamorfoses jornalísticas 2**: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009.

RECUERO, Raquel. Deu no Twitter, alguém confirma? Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 9., 2011, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. São Paulo: SBPJor, 2011.

SALAVERRÍA, Ramon. Estructura de la convergencia. *In*: GARCÍA, X. L.; FARIÑA, X. P. (org.). **Convergencia digital**: reconfiguração de los médios de comunicacion em España. Santiago de Compostela: Unidixital, 2010.

SANCHOTENE, Carlos Renan Samuel. Os stories como estratégia de vínculo com o leitor: um estudo dos principais jornais mineiros. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 6, sep. 2024.

SANTANA, Luan Matheus. Atravessamentos étnicos, raciais e de gênero no jornalismo alternativo: atitudes decoloniais em contraponto à objetividade jornalística. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 21., 2023, Brasília. **Anais [...]**. São Paulo: SBPJor, 2023.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros**: identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1999.

VEIGA DA SILVA, Márcia; MORAES, Fabiana. A objetividade jornalística tem raça e tem gênero: a subjetividade como estratégia descolonizadora. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 28., 2019, Porto Alegre. **Anais [...]**. São Paulo: Compós, 2019.

ZIMERMANN, Dara Yanca; GUIDOTTI, Flávia Garcia. Potencialidades da interatividade no Instagram Stories para o jornalismo. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 4, apr. 2021.