



6º SIMPÓSIO
INTERNACIONAL DE
CIBERJORNALISMO

Performance em Ciberjornalismo:
tecnologia, inovação e eficiência

Performance in cyberjournalism: technology, innovation and efficiency

1 a 3 de junho/2015 na UFMS
em Campo Grande-MS - Brasil

A utilização das mídias sociais na cobertura jornalística: engajamento e ciberativismo ¹

Ricardo José Torres²

Resumo: Este estudo busca discutir e analisar a utilização das mídias sociais na cobertura jornalística a partir das ações realizadas pela Mídia Ninja (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação) durante as manifestações que ocorreram em 2013 no Brasil, especialmente nos meses de junho e julho, que deram maior visibilidade e destaque às novas possibilidades viabilizadas pela internet. Durante a cobertura foram exploradas diversas potencialidades das mídias sociais e apontados alguns aspectos do ciberativismo. O panorama apresentado no estudo busca refletir sobre quais são os parâmetros utilizados na cobertura jornalística e a relevância do engajamento dos grupos com interesses em comum. Por meio de uma abordagem qualitativa, inserida em um universo de análise restrito, a pesquisa apresenta aspectos de algumas perspectivas relacionadas à atualização dos métodos adotados na cobertura jornalística contemporânea. Percebe-se que diferenciais como: imediatismo, compartilhamento, engajamento, colaboração e interatividade, são características importantes que ratificam a possibilidade de utilização dos novos formatos disponibilizados pela tecnologia e pelos avanços na comunicação digital.

Palavras-chave: Mídias sociais. Mídia Ninja. Engajamento. Ciberativismo. Jornalismo.

¹ Artigo enviado na modalidade estudos de mídias sociais.

² Jornalista, especialista em marketing digital e mídias sociais e mestrando no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis, SC, Brasil. E-mail: rickjtorres@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

Diante das novas possibilidades disponibilizadas pela internet atualmente vivenciamos a utilização das mídias sociais na cobertura jornalística. Nesta perspectiva este estudo busca discutir e analisar as ações realizadas pela Mídia Ninja (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação), durante as manifestações que ocorreram em 2013 no Brasil e dessa forma apontar e esclarecer algumas perspectivas relacionadas ao jornalismo. A pesquisa também se reporta ao engajamento por meio do ciberativismo e a relação dos grupos com interesses em comum inseridos nas mídias sociais. As possibilidades evidenciadas foram utilizadas e potencializaram as mobilizações que ocorreram em diversas partes do país especialmente nos meses de junho e julho, sendo que os integrantes da Mídia Ninja estiveram nas ruas em meio aos manifestantes transmitindo os fatos em tempo real pela internet.

Conforme Lorenzotti (2013), no decorrer das manifestações que tomaram as ruas de várias capitais, a Mídia Ninja ganhou maior visibilidade e chegou a picos de audiência de 120 mil espectadores. Para ela talvez seja este o embrião da nova mídia do futuro que já é hoje uma pós-TV feita por pós-jornalistas, para pós-telespectadores.

Na cobertura foram exploradas diversas potencialidades das mídias sociais e apontados alguns aspectos do ciberativismo, especialmente no que diz respeito ao engajamento e a colaboração, além do imediatismo e da capacidade de compartilhamento das informações. Pode-se afirmar que os manifestantes virtuais interagiram, em tempo real, de diferentes formas com o conteúdo apresentado.

As exigências das pessoas, suas expectativas as razões pelas quais elas foram às ruas poderiam ser tão diversas quanto contraditórias em muitos casos. Se vocês pudessem ler os cartazes, me entenderiam. Foi neste momento de catarse política pelo qual o país estava passando que tinha a ver com a política, de fato, mas também tinha a ver com uma nova forma de organização através de uma nova forma de comunicação. Foi o ambiente onde Mídia NINJA surgiu do anonimato para se tornar um fenômeno nacional, porque nós utilizamos os equipamentos certos. Não usamos grandes câmeras. Usamos basicamente isto. Smartphones. E isso nos permitiu ser invisíveis no meio dos protestos, mas também nos permitiu algo mais: que foi mostrar como era estar nos protestos apresentar às pessoas de casa uma perspectiva subjetiva. (Torturra,2014).

Por meio de uma discussão teórica e de métodos relacionados à pesquisa exploratória, inserida em um universo de análise restrito, o estudo apresenta aspectos conexos à atualização dos métodos adotados na cobertura jornalística, como os utilizados durante as manifestações, pela Mídia Ninja e descritos por Bentes (2013, p.15): “Indo além do ‘hackeamento’ das narrativas, a Mídia Ninja passou a pautar a mídia corporativa e os telejornais ao filmar e obter as imagens do enfrentamento dos manifestantes com a polícia”.

Algumas características da cobertura merecem destaque como, por exemplo: imediatismo, compartilhamento, engajamento, colaboração e interatividade. O estudo analítico busca entender e refletir sobre conteúdos referentes a alguns desses aspectos.

Cumprе ressaltar que esta pesquisa se justifica ainda pelo crescimento de iniciativas de ciberativismo e desenvolvimento de ações ligadas à colaboração e compartilhamento de conteúdos digitais, por meio das mídias sociais, esse desenvolvimento justifica a necessidade desse e de outros estudos relacionados às temáticas.

2 A COBERTURA JORNALÍSTICA E AS MÍDIAS SOCIAIS

O jornalismo on-line tem características específicas que vem se consolidando ao longo dos anos, especialmente pelos avanços tecnológicos que ocorrem de forma contínua e progressiva. Esse progresso viabiliza a utilização da internet para propagação de informações por meio das técnicas jornalísticas e o distingue de outras formas de jornalismo. No complexo e dinâmico contexto apresentado assinala-se um período marcado por evoluções e adaptações. Conseqüentemente, a relação entre os jornalistas e os meios de comunicação também passa por alterações. Esse cenário apresenta desafios e a necessidade de aprofundamento e análise na relação entre os temas e os atores envolvidos no processo.

Entender a reviravolta na produção de notícias e no jornalismo, e decidir qual a maneira eficaz de aplicar o esforço humano, será crucial para todo e qualquer jornalista. Para determinar qual o papel mais útil que o jornalista pode desempenhar no novo ecossistema jornalístico é preciso responder a duas perguntas correlatas: nesse novo ecossistema o que novos atores podem fazer, hoje, melhor do que jornalistas no velho modelo? E que papel o jornalista pode desempenhar melhor do que ninguém? (ANDERSON, BELL E SHIRKY, 2013, p.42).

Diante das diversas possibilidades de participação do público no processo de comunicação de forma ativa e engajada, especialmente por meio das mídias sociais, os modos de pressão para reestruturação do processo de comunicação são ampliados. “Se concluirmos que o jornalismo é essencial, e que não há solução para a crise, a única maneira de garantir a sobrevivência do jornalismo de que a sociedade precisa no cenário atual é explorar novas possibilidades”. (ANDERSON, BELL e SHIRKY, 2013, p. 38).

As novas formas de disseminar informações são instrumentos para construção de novas práticas jornalísticas que podem ser empregadas para o aprimoramento do debate dos temas de interesse da sociedade, exaltando os princípios do jornalismo. Na concepção de Traquina (2006) as novas tecnologias oferecem novas oportunidades, mas, ao mesmo tempo, novos desafios. “Um desafio é a crescente pressão do fator tempo no trabalho jornalístico. Mas, da mesma maneira, oferece capacidades de conseguir maior número de ideias, obter mais informação, dar ao trabalho jornalístico mais qualidade”.

Diversos aspectos dentre os quais a mobilidade dos meios tornou a notícia mais acessível e social ocasionando mudanças. “O impacto do jornalismo, em outras palavras, não vem de quem produz a notícia, mas de quem consome a notícia – do próprio cidadão de democracias”. (ANDERSON, BELL e SHIRKY, 2013, p. 66). Estamos vivenciando um período histórico propício para que características como liberdade, pluralidade, transparência e participação sejam empregados às práticas jornalísticas de uma forma mais consistente. Muitas das limitações apresentadas pelos modelos anteriores estão desaparecendo, nos últimos anos houve uma explosão de técnicas e ferramentas, como também de premissas e expectativas.

Neste cenário a cobertura jornalística realizada pela Mídia Ninja durante as manifestações de 2013 no Brasil, especialmente nos meses de junho e julho, apontaram algumas destas perspectivas na prática. Para Lorenzotti (2013), a cobertura dos “Ninjas” apresentou alguns elementos importantes.

Com seus smartphones e câmeras, eles protagonizam uma grande novidade na cobertura dessas manifestações e na alternativa à mídia tradicional. Segundo um dos ninjas, Bruno Torturra, trata-se de outra concepção de mídia. E sua diferença com a tradicional começa pela “honestidade, a ética, o posicionamento integrado

dentro dos protestos e não lançando mão de analistas; sem drones, sem helicópteros, mas testemunhando. (LORENZOTTI, 2013).

Atualmente os jornalistas estão imersos em novas características que possibilitam o engajamento, e a participação ativa dos receptores, diferente do jornalismo “tradicional” que não permite essa horizontalidade e tem como objetivo a imparcialidade. “A ação grupal confere a sociedade humana seu caráter particular, e tudo que altere a maneira como grupos fazem coisas afetará a sociedade como um todo”. (SHIRKY, 2012, p. 25).

Os instrumentos do ambiente virtual ocasionam debates que tem potencial de gerar reflexos na sociedade. “Novas vias de mudança social, mediante a capacidade autônoma de comunicar-se e organizar-se, têm sido descobertas por uma nova geração de ativistas, para além do alcance dos métodos usuais de controle empresarial e político”. (CASTELLS, 2013, p. 28). Essas dinâmicas de organização possibilitadas, especialmente, pela horizontalidade, pelos baixos custos e à rapidez da comunicação por meio da internet, trouxeram novas características para as ações coletivas contemporâneas.

No entender de Shirky (2011) as novas ferramentas não provocaram novos comportamentos, mas permitiram a possibilidade de mudança. “Uma mídia flexível, barata e inclusiva nos oferece agora oportunidades de fazer todo tipo de coisas que não fazíamos antes” (p.61). No seu entendimento antes as pessoas eram como crianças, sentadas quietas nas margens de um círculo e consumindo o que quer que os adultos, no centro do círculo, produzissem.

As pessoas surpresas com nossos novos comportamentos acreditam que o comportamento é uma categoria estável, mas não é. As motivações humanas mudam pouco ao longo dos anos, mas a oportunidade pode mudar pouco ou muito, dependendo do ambiente social. Num mundo em que a oportunidade muda pouco, o comportamento mudará pouco, mas, quando a oportunidade muda muito, o comportamento fará o mesmo, desde que as oportunidades sejam atraentes para as verdadeiras motivações humanas. (SHIRKY, 2011, p.60).

Em um mundo no qual muitos tipos de comunicação, pública e privada, estão de alguma forma à disposição, em meio a novos comportamentos, possibilitados por esses meios, a pergunta proposta por Shirky (2011) é: “Novas ferramentas só são usadas quando ajudam as pessoas a fazer coisas que queiram fazer; o que está motivando pessoas antes conhecidas como espectadoras a começar a participar?” (p.61).

Ainda teremos no próximo ano a maior parte das instituições que tínhamos no ano passado. Antes, porém, o domínio que elas exerciam sobre a vida pública era insubstituível, em parte porque não havia alternativa ao gerenciamento de esforços em grande escala. Agora que as formas tradicionais enfrentam concorrência, essas instituições continuaram existindo, mas sua influência sobre a vida moderna declinará à medida que surgirem novas alternativas para a ação grupal. (SHIRKY, 2012, p. 24-25).

Essa dinâmica de participação é exemplificada por Lorenzotti (2013), ao citar uma manifestação realizada no Twitter: “Na semana passada, no meio das manifestações, um garoto tuitava: “Não precisamos de mídia partidarista, temos celulares!”. Para ela essa é a síntese perfeita de novos tempos aos quais os jornalistas da mídia tradicional precisam ficar atentos.

Enquanto a Globo ficava do alto de edifícios, sitiada, a mídia independente sempre esteve no meio das ruas nesses dias de rebelião. “Estamos aqui, do alto deste edifício”, diziam os repórteres globais. Mas quem quer ficar vendo manifestação do alto de edifícios? Eu me perguntei. E fui às redes, onde encontrei www.postv.org por meio de chamadas no Facebook, onde o N.I.N.J.A. tem uma página. (LORENZOTTI, 2013).

A participação possibilitada pelas novas tecnologias especialmente relacionada à mobilidade modifica o papel da audiência na cobertura jornalística, pois, cada vez mais o cidadão que recebe a informação quer colaborar e interagir com os fatos apresentados, saindo da passividade e se tornando um elemento ativo no processo comunicativo.

2.1 ENGAJAMENTO E CIBERATIVISMO NAS MÍDIAS SOCIAIS

Uma característica fundamental dos movimentos contemporâneos que vem ocorrendo pelo mundo se referem ao engajamento através do ciberativismo. Esse aspecto também pode ser considerado um diferencial significativo no jornalismo como exemplifica Araújo (2013), ressaltando a perspectiva de Ugarte.

Na sua concepção de ciberativismo, Ugarte (2008) enfatiza-o como uma disputa por visibilidade social, facilitada pela popularização da conexão à internet e posterior ampliação das possibilidades interativas. Ugarte (2008), sem entrar em detalhes técnicos sobre a infraestrutura da rede, atribui à forma de comunicação distribuída a força de fenômenos sociais emergentes como o ciberativismo. (ARAÚJO, 2013, p.25).

Conforme Araújo (2013) a premissa básica de Ugarte está relacionada a mudanças do fluxo comunicacional descentralizado para um fluxo distribuído, aspecto que diminui o poder dos conglomerados de mídia e influencia o comportamento de determinados grupos de pessoas, sendo que, o ciberativismo torna-se uma estratégia para formar coalizões temporais de pessoas que utilizam as ferramentas dessa rede e geram uma massa crítica suficiente de informação e debate, para que este debate transcenda à internet “saia a rua ou modifique, de forma perceptível o comportamento de um número amplo de pessoas”. (ARAÚJO, 2013, p. 25).

Os fenômenos sociais como, por exemplo, o ciberativismo, proporcionam uma ampliação da autonomia individual onde a identidade é um elemento indispensável. Sendo assim a efetividade das ações ciberativistas está interligada ao engajamento de indivíduos desconhecidos. Para Araújo (2013) esse engajamento se dá quando há identificação com a imagem discursiva construída através das enunciações ciberativistas.

Em relação às mobilizações que ocorreram nas ruas do Brasil, transmitidas pelo coletivo Mídia Ninja, pode se destacar os aspectos descritos pelos autores conforme evidencia Bentes (2013).

Trata-se de um impacto cognitivo-afetivo produzido pela transmissão ao vivo durante centenas de horas ininterruptas e com milhões de visitas e acampados virtuais, utilizando ferramentas de georreferenciamento para fincar bandeiras e cartografar acampamentos em praças reais e virtuais por toda a Espanha. Essa “radiação” política potencializa e cria acontecimentos, como vimos, se repetir pelo mundo com o Occupy Wall Street e as manifestações de junho e julho no Brasil. (MALINI; ANTOUN, 2013, p.11).

Conforme Bentes durante essas manifestações foram utilizados vídeos, posts, associados a hashtags, tweets e memes online, que criaram ondas de intensa participação em experiência de tempo e de espaço, de partilha do sensível, a intensidade da comoção e engajamento construídos num complexo sistema de espelhamento, potencialização entre redes e ruas.

A narrativa colaborativa, ao contrário das narrativas autorais da homepage, encontra na *timeline* a sua interface padrão. A *timeline* – antes de ser um dispositivo técnico – é uma expressão de uma nova cultura de indiferenciação do consumo e da produção da informação, cujo traço peculiar é a instantaneidade em fluxo contínuo de uma conversa qualquer. Ela marca o engajamento do sujeito naquilo que escreve e na ação coletiva à qual ele se vincula através de sua

conversação. [...]Portanto, as redes sociais operam dentro de uma esfera pública midiática curiosa: não é o veículo de comunicação que constitui o público, mas o público quem faz o veículo comunicacional. A conversação do público constitui o meio. O DNA das redes sociais é o perfil convertido em autor coletivo interconectado com os outros. Então, nas redes sociais, a priori, não há espectador (e se houver será rechaçado como aquele que espia: o *stalker*), mas uma comunidade de parceiros em conversa numa *timeline*, gerando um efeito de sobreposição discursiva no regime da economia de atenção. Sua base é a fala transformada nos “muitos que narram a partir da ocupação do mundo”. (MALINI; ANTOUN, 2013, p.213 e 214).

Nessa perspectiva esse estudo entende por engajamento a cobertura colaborativa que tem o potencial de transformar o acontecimento público em um fato jornalístico por meio dos perfis nas mídias sociais. “Toda notícia colaborativa se apresenta, portanto, como metadados centralizados por *tag*, a partir de uma produção descentralizada de conteúdo. Diferentemente da imprensa, que busca criar o “todo” para dar, assim, uma visão panorâmica dos acontecimentos, a cobertura colaborativa é produzida de modo descentralizado” (MALINI; ANTOUN, 2013, p.247).

Cabe destacar as afirmações de Jenkins (2014) sobre o contexto atual que propõe mudanças na emissão de informações. Ele sugere que as facilidades da mídia digital funcionam como catalisadoras para conceituação de outros aspectos da cultura, exigindo que sejam repensadas as relações sociais e a participação cultural e política. “A mídia propagável amplia o poder das pessoas de ajudar a formatar seu ambiente de mídia cotidiano, mas não garante nenhum resultado em particular. Entretanto, acreditamos que esses processos possam ter o potencial para mudança cultural e social”. (JENKINS, 2014, p. 355). Castells corrobora com a expectativa de ampliação do poder dos cidadãos. “Pois o que é irreversível no Brasil como no mundo todo é o empoderamento dos cidadãos, sua autonomia comunicativa e a consciência dos jovens de que tudo que sabemos do futuro é que eles o farão. Móbil-izados”. (CASTELLS, 2013, p. 186). O estudioso cita as manifestações que ocorreram no Brasil em 2013 como uma luta por direitos e dignidade.

Ou seja, o direito humano fundamental de ser respeitado como ser humano e como cidadão. Respeitado por quem? Fundamentalmente, por uma classe política que vê os votos como seus, seus cargos públicos como direito próprio e suas decisões como indiscutíveis. Como em todo o mundo, diziam os manifestantes, a democracia tem sido sequestrada por profissionais da política que, em sua diversidade, estão quase todos de acordo em que a política é coisa de políticos, não

dos cidadãos. A democracia foi reduzida a um mercado de votos em eleições realizadas de tempos em tempos, mercado dominado pelo dinheiro, pelo clientelismo e pela manipulação midiática. E essa incapacidade cidadã de controlar seu dinheiro e seus votos tem consequências em todos os âmbitos da vida. (CASTELLS, 2013, p. 182-183).

As mobilizações sociais atuais estão diretamente relacionadas ao ciberativismo e ao engajamento das pessoas entorno de questões e interesses pontuais de grupos. Esses grupos estão utilizando as potencialidades das mídias sociais para legitimar e consolidar ações que ocorrem fora das redes digitais e interferem diretamente na sociedade.

Consideramos ciberativismo o conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas, com o objetivo de ampliar os significados sociais através da circulação na rede de discursos e ferramentas capazes de colaborar na defesa de causas específicas. Trata-se de uma nova cultura de mobilização, mais difusa e abrangente, que tem sua força baseada na ação coletiva. (ARAÚJO, 2013, p. 27).

As possibilidades da internet contrastam com as velhas práticas realizadas na imprensa e na mídia em geral. Essa mutação na comunicação está atrelada a processos midiáticos que não se enquadram mais na denominação de “mídias de massa”. As mídias sociais apresentam uma evidência de que diferentes formas de consumo, de produção e de distribuição da informação estão cada vez mais consolidadas e ocasionam reflexos concretos na esfera pública.

A produção de notícias acabou por transformar o jornalismo em uma atividade industrial. Como afirmou Habermas, os meios de massa alcançaram uma técnica e uma eficácia incomparavelmente superiores e, com isso, a própria esfera pública se expandiu, “Por outro lado, assim, eles também foram cada vez mais desalojados dessa esfera e reinseridos na esfera outrora privada, do intercâmbio de mercadorias; quanto maior se tornou a eficácia jornalístico-publicitária, tanto mais vulnerável eles se tornaram à pressão de determinados interesses privados, fossem individuais, fossem coletivos” (2012, p. 221). Enquanto indústria, o jornalismo estabelece relações perigosas com os poderes, sejam eles políticos, econômicos, a própria imprensa e a massa. Esses interesses conduzem a atividade à inconsistências. Inconsistências essas que aos poucos foram sendo reveladas no conteúdo jornalístico e desestabilizaram a reputação da imprensa (ERTHAL, 2014, p.7).

A possibilidade de imergir na construção dos fatos e exercitar a sua consciência crítica em relação a determinados temas faz com que o cidadão, que anteriormente apenas recebia informações, se sinta parte do processo de construção dos fatos o que em última instância o torna engajado nesse processo. Essa perspectiva apresenta os pressupostos de

que a rede está dando mais poder aos indivíduos e coletivos sociais o que implica uma reconfiguração e um alargamento da esfera pública e das práticas jornalísticas. Fica evidenciada a formatação das ferramentas tecnológicas e sua dependência em relação à utilização delas por parte da sociedade.

As novas mídias possuem a capacidade de atuar de acordo com uma lógica diferente daquela da mídia de massa ao oferecerem novas possibilidades no desenvolvimento do processo político, como, por exemplo, maior interatividade entre agentes institucionais e cidadãos, liberdade de discurso e publicação instantânea de conteúdos a baixo custo.

A hipótese da mobilização afirma que aspectos como os custos menores para a aquisição de informações e a popularização acelerada dos equipamentos e do acesso à Internet vão acabar por criar novas oportunidades de participação para grupos que antes se encontravam excluídos ou desmobilizados. A concepção defende que a Internet criaria canais de interação e, assim, ofereceria novas formas de relacionamento entre cidadãos e representantes e instituições políticas, permitindo-se uma expressão de vozes que antes se encontravam marginalizadas ou que enfrentavam dificuldades em encaminhar demandas e reivindicações pelos meios convencionais. (MARQUES, 2008, p.229).

As mobilizações que vem ocorrendo por meio das mídias sociais acabam inserindo, através do ciberativismo e do engajamento, novos atores na construção da visibilidade dos fatos. Essa característica tem o potencial de tornar os cidadãos mais envolvidos em questões e temas, que em determinados contextos, tiveram origem a partir das interações virtuais.

2.2 AS POTENCIALIDADES EVIDENCIADAS PELA MÍDIA NINJA

Atualmente estamos acompanhando movimentos marcantes que tem início no universo digital e geram reflexos na sociedade impactando em diferentes contextos sociais em diversas partes do mundo. No Brasil as manifestações foram muito significativas, em particular pela forma de cobertura dos fatos que teve como protagonista o coletivo Mídia Ninja que pratica um jornalismo engajado.

Era um grupo midiático com um pequeno plano de mídia. Não tínhamos estrutura financeira. Não estávamos planejando ganhar dinheiro com isso o que foi sábio, pois não se deve ganhar dinheiro com jornalismo hoje em dia. Mas, tínhamos uma convicção muito firme e clara, sabíamos que o ambiente hiperconectado das

mídias sociais poderia talvez nos permitir consolidar uma rede de jornalismo experimental por todo o país. Primeiro criamos uma página no Facebook, e depois um manifesto, e começamos a fazer coberturas nas ruas de uma forma bem simples. (TORTURRA, 2014).

De acordo com Schwartz (2013), as mídias sociais foram parte importante do processo que inspirou e mobilizou as pessoas que se manifestaram nas ruas brasileiras, especialmente no mês de junho de 2013. “As redes digitais estão nas lideranças e as massas ocupam as ruas para celebrar a liberdade que se tornou possível a partir da própria rede, mas é uma ocupação sem rumo, pois a rede é aberta. Por isso é autêntica”. (PROXIMA, 2013, p.23). Neste sentido o coletivo Mídia Ninja ganhou força e acabou se legitimando no universo on-line.

Mas, eu acho, havia algo que era mais importante do que o equipamento. Era a nossa mentalidade. Porque não estamos nos comportando como uma companhia midiática. Não estamos competindo por manchetes. Estamos tentando encorajar as pessoas, convidá-las e ensiná-las como elas também podem se tornar transmissores de notícias. Isso foi crucial para mudar Mídia NINJA, um pequeno grupo de pessoas, que, em questão de semanas, se multiplicou e cresceu exponencialmente por todo o país. Durante uma ou duas semanas os protestos continuaram acontecendo. Éramos centenas de jovens conectados nessa rede por todo o país. Cobrimos mais de 50 cidades ao mesmo tempo. Algo que nenhum canal de TV seria capaz de fazer. Isso foi a causa do nosso crescimento repentino, viramos um tipo de grande mídia da mídia social. Tínhamos alguns milhares de seguidores na nossa página no Facebook e, de repente, chegamos aos 250 mil. Nossos posts e vídeos foram vistos por mais de 11 milhões de pessoas por semana. É um alcance muito maior do que qualquer revista ou jornal pode ter. (TORTURRA, 2014).

Para os precursores das iniciativas a Mídia Ninja reinventa e potencializa a tecnologia do streaming, baseando-se em dois pontos centrais: “Liberdade de expressão absoluta (aproveitando que não temos anunciantes nem padrinhos) e a força da nossa rede, que é grande e divulga forte todos os programas” (LORENZOTTI, 2013, p.1). Um dos principais debates propostos pelo coletivo está relacionado ao formato de distribuição das informações por parte dos meios de comunicação tradicionais.

A mídia tradicional no Brasil é concentrada, nada plural e nada diversa. Muitas vezes ela se comporta como um partido político, tentando dar a pauta e organizar os setores mais conservadores. Enquanto isso, a internet tem sido o espaço arejado de diálogo e organização, mas o acesso à rede ainda é limitado a 40% das residências, com um serviço péssimo das empresas de telecomunicações, que ainda querem acabar com a neutralidade da rede. As grandes corporações que

atuam na rede faturam bilhões sobre a violação de privacidade dos usuários, e vários governos usam essas informações para controlar os cidadãos. (LORENZOTTI, 2013, p. 1).

A partir da visão da Mídia Ninja pode se destacar, conforme Bentes (2013), que estamos imersos e atravessados por um novo “bios”, uma midiosfera constituída de redes, dispositivos, dados, processos de interação humano/não humanos, inter-relacionam as redes e a rua. “O que está em jogo afinal? #nijasomostodos, o midialivrisimo e o midiativismo se encontram numa linguagem e experimentação que cria outra partilha do sensível, experiência no fluxo e em fluxo, que inventa tempo e espaço, poética do descontrolo e do acontecimento” (p.15). As práticas utilizadas pela Mídia Ninja também foram destacadas pelo jornal norte americano, The New York Times.

³Como alternativa alguns manifestantes começaram a cobrir as manifestações, distribuindo os seu relatórios pelas mídias sociais. Um grupo, chamado de NINJA, uma sigla em português para Narrativas Independentes Jornalismo e Ação, tem circulado pelas ruas com smartphones, câmeras e um gerador em um carrinho de supermercado - um improvisado, itinerante estúdio de produção (The New York Times, de 2013, p.2).

Essa nova forma de cobertura por meio das mídias sociais pode ser caracterizada como uma alternativa experimental que tende a se aprimorar com o passar do tempo, sendo que tanto a geração de informações quanto a recepção destas estão sendo adaptadas e adequadas diante do cenário de evolução tecnológica. Ativistas como Heimans (2014) destacam um processo de mudança profunda que está afetando as relações de poder, dando origem a um novo poder.

O antigo poder funciona como uma moeda. O novo poder funciona como uma corrente. O antigo poder está nas mãos de poucos. O novo poder não está nas mãos de poucos, mas é feito por muitos. O antigo poder trata-se de download e o novo poder faz upload. E temos uma série de características rastreáveis, seja na mídia, ou política ou educação. [...] Dito isso, não se esqueçam de uma coisa: estamos no início de uma curva bem inclinada. E o que vocês pensam sobre alguns desses modelos de novo poder? Eles são somente como as ideias de garagem de alguém há alguns anos, e agora estão acabando com indústrias inteiras. E assim, o

³No original: As an alternative, some protesters have begun covering the demonstrations themselves, distributing their reports though social media. One group, called N.I.N.J.A., a Portuguese acronym for Independent Journalism and Action Narratives, has been circulating through the streets with smartphones, cameras and a generator held in a supermarket cart — a makeshift, roving production studio.

que é interessante no novo poder, é a maneira como se alimenta de si mesmo. Uma vez tida uma experiência de novo poder, a tendência é esperar e querer mais.

As características empregadas durante a cobertura das manifestações de 2013 se aplicam a diversos aspectos relacionados ao que o ativista chama de novo poder. Esse poder está atrelado à transparência acima de tudo e valoriza a participação. A autonomia das mídias sociais apresenta novos questionamentos e um novo poder que pode modificar as práticas e ações do jornalismo. No contexto atual essa característica está mais evidente em grupos com interesses em comum, que querem participar e fazer ver os problemas que atingem a sociedade. Aspectos ligados ao ciberativismo se mostraram fundamentais para legitimar e potencializar ações por meio das mídias sociais, sendo que o engajamento pode ser caracterizado como uma estratégia para formar grupos temporais.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após analisar as ações, a repercussão e os debates levantados pela cobertura da Mídia Ninja, das manifestações que ocorreram nas ruas do Brasil, particularmente nos meses de junho e julho de 2013, pode-se afirmar que os métodos utilizados deram maior visibilidade e destaque às novas possibilidades viabilizadas pela internet, especialmente relacionadas às mídias sociais. As principais ferramentas utilizadas pela Mídia Ninja foram o Facebook (principal canal de comunicação da Mídia Ninja) o Twitter e o TwitCasting (aplicativo para transmissão de vídeo ao vivo a partir do smartphone).

Pode-se afirmar que a Mídia Ninja realizou uma cobertura jornalística “experimental” devido às adequações e adaptações que estão sendo formatadas por meio de processos distribuídos onde todos são receptores e ao mesmo tempo transmissores de informações. Também cabe salientar alguns aspectos ligados ao ciberativismo que se mostraram fundamentais para legitimar e potencializar os resultados obtidos durante a cobertura das manifestações. O ciberativismo pode ser caracterizado como uma estratégia para formar grupos temporais, que unem pessoas utilizando as possibilidades das mídias sociais. Essas geram uma massa crítica impulsionada por informação e por debates, que acabam

transcendendo a internet e refletindo na sociedade de forma concreta, nas ruas, modificando, de forma perceptível o comportamento dos indivíduos.

O engajamento e a colaboração que ocorrem basicamente pela imersão dos receptores nos fatos por meio de vídeos, posts, hashtags, tweets, entre outros que criam um contexto de intensa participação no que diz respeito à experiência temporal, espacial e de anseios, além de despertar a comoção e consequente engajamento construído em um sistema de espelhamento, potencialização entre as mídias sociais e as ruas.

As características apontadas estão diretamente interligadas ao imediatismo que proporcionam uma abordagem diferenciada dos fatos. Percebe-se que a Mídia Ninja informou os receptores virtuais e de uma maneira subjetiva instigou os a participar ativamente emitindo suas opiniões, favoráveis ou contrárias, e em última instância a participar dos protestos, interagindo de diferentes formas com o conteúdo multimídia que foi apresentado em tempo real. Os parâmetros utilizados na cobertura jornalística experimental evidenciaram a quebra de alguns paradigmas jornalísticos relacionados ao agendamento e o papel de protagonista dos veículos de comunicação convencionais.

A limitação deste estudo encontra-se na necessidade de aprofundamento de alguns aspectos relacionados à temática. A tendência é que estudos e pesquisas sobre questões inseridas na comunicação digital aumentem ao longo do tempo, clareando ainda mais os detalhes inseridos neste complexo contexto. Sendo assim, as conclusões desta pesquisa aplicam-se de forma restrita.

4 REFERÊNCIAS

ANDERSON, C.W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo Pós-Industrial**: adaptação aos novos tempos. Revista de Jornalismo da ESPM, abril-junho de 2013, p. 30-89.

ARAÚJO, Willian Fernandes. **“WE OPEN GOVERNMENTS”**: Uma análise de discurso do ciberativismo praticado pela organização Wikileaks. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 207 f.

BENTES, Ivana. “Nós somos a rede social”. In: MALINI, Fabio; ANTOUN, Henrique. (Org.). **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet.** Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2013.

ERTHAL, Ana Amélia. **O JORNALISMO TRADICIONAL E AS NARRATIVAS INDEPENDENTES: O caso da cobertura das manifestações populares de 2013 no Brasil.** ESPM, fevereiro de 2014. Disponível em: <<http://migre.me/pHdPT>>. Acessado em: 09 de jan 2015.

HEIMANS, Jeremy. **Como será o novo poder.** In: TED Salon Berlim, 2014. Disponível em <<http://migre.me/pHe6E>>. Acesso em mai. 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável.** São Paulo, Aleph, 2014.

LORENZOTTI, Elizabeth. **POSTV, de pós-jornalistas para pós-telespectadores.** OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, Disponível em: <<http://migre.me/pHdOy>>. Acesso em mai. 2015.

MALINI, Fabio; ANTOUN, Henrique. (Org.). **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais.** 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. **Participação Política e Internet: Meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo do caso do estado brasileiro.** Salvador: UFBA 2008.

REVISTA PROXIMA. Junho, 2013, ed. 64. Disponível em <<http://migre.me/pHdQm>>. Acesso em mai. de 2015.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado.** Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2011.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo: O poder de organizar sem organizações.** Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2012.

TORTURRA, Bruno. **Você tem um smartphone? Comece a divulgar notícias.** In: TED Global, 2014. Disponível em <<http://migre.me/pHdAX>>. Acesso em mai. 2015.

TRAQUINA, Nelson. O jornalismo como um espaço de luta política. **IHU ON-LINE**, 2006. Disponível em: <<http://migre.me/pNmPh>>. Acessado em 01 mai 2015.

THE NEW YORK TIMES, **Sweeping Protests in Brazil Pull In an Array of Grievances.** Disponível em: <<http://migre.me/pHdQX>>. Acesso em mai. de 2015.