

Tecnologias móveis, mídias independentes e coberturas de mobilizações sociais urbanas: as influências do “midialivrismo” na sociedade midiaticizada

*ALMEIDA, Thiago D'angelo Ribeiro*¹
*EVANGELISTA, Amanda Falcão*²
Universidade Federal da Paraíba - UFPB

Resumo

Este artigo busca avaliar como as mídias independentes se apropriam da Internet, de tecnologias móveis, além de *sites* de redes sociais e outras plataformas para informar de maneira diferenciada dos *mass media*. A Mídia Ninja ganhou destaque com suas coberturas em tempo real, registrando os fatos em meio às multidões, de uma forma que a grande mídia não conseguiu. A partir de Malini (2013), Ramonet (2012), Lemos (2001) e Braga (2006), propomos compreender os efeitos destas expressões midiáticas alternativas sobre o jornalismo, os movimentos sociais e a sociedade.

Palavras-chave

Jornalismo. Mídia Independente. Tecnologias Móveis.

Abstract

This article seeks to assess how independent media appropriate the Internet and mobile technologies and connections to mobile networks, and social networking sites and, for example, the issue of videos to inform the media differently. The Media Ninja gained prominence with their blankets in real time, recording the facts through the crowds, in a way that the mainstream media failed. From Malini (2013), Ramonet (2012), Lemos (2001) and Braga (2006), we seek to understand the effects of these expressions alternative media on journalism, social movements and society.

Keywords

Journalism. Independent Media. Mobile Technology.

¹ Bacharel em Comunicação Social e mestrando do Programa de Mestrado em Jornalismo Profissional da Universidade Federal da Paraíba - UFPB. E-mail: dangelo.thiago@hotmail.com

² Jornalista e mestranda do Programa de Mestrado em Jornalismo Profissional da Universidade Federal da Paraíba - UFPB. E-mail: amanda.falcoa@gmail.com

1 – Novas tecnologias: consequências nas relações sociais, produção de informações e comunicação

As novas tecnologias da informação e comunicação³ estão reformulando as práticas e relações sociais, o mercado, as rotinas de trabalho, os meios de comunicação de massa e o funcionamento do próprio sistema capitalista, suas instituições e mecanismos operacionais, como o mercado financeiro, por exemplo. As transformações irrompidas nos últimos vinte anos estão reestruturando a sociedade de uma maneira que as novas gerações que estão surgindo e que ainda estão por vir serão cada vez mais conectadas à Internet, interligadas por dispositivos e conexões móveis.

O desenvolvimento da Internet gerou mudanças sociais inegáveis, trazendo inclusive novas perspectivas acerca dos espaços físicos das cidades. Não precisamos mais ir a um banco para pagar as contas, pois fazemos isto através de uma agência virtual. As compras são feitas após vasculharmos prateleiras cibernéticas, e após alguns cliques, o produto chega à nossa casa. Nas cidades contemporâneas, há os territórios informacionais (LE MOS, *online*), zonas urbanas de conexão permanente, ubíquas.

Estas tecnologias estão interferindo nas formas de relacionamento entre pessoas, empresas, governos, organizações e as mídias, além de outras relações que, em uma visão macroscópica, estão inseridas em um grande círculo: o da comunicação. Dentro deste grande sistema, estão presentes os grandes veículos: TV, Rádio, Impressos, além de mídias alternativas, como os veículos comunitários e as mídias digitais como *blogs*, *podcasts*, *sites* independentes de notícias, e outros, que estão se proliferando pela Rede, impulsionados pelas possibilidades interativas que a Web 2.0 vem oferecendo.

Neste contexto, estão recebendo destaque as tecnologias móveis, como conexões Wi-Fi, *Bluetooth*, 3G, 4G, os dispositivos híbridos (SILVA, *online*), ou seja, celulares, *smartphones*, *tablets*, *note* e *netbooks*, etc. Além destas ferramentas, há as mídias e *sites* de redes sociais da Internet⁴ (RECUERO, 2009), como o Facebook⁵, Twitter⁶, YouTube⁷,

³ NTICs: Novas Tecnologias da Informação e Comunicação

⁴ Raquel Recuero (2011) define que “redes sociais na internet podem ser muito maiores e mais amplas que as redes *offline*, com um potencial de informação que está presente nessas conexões”. E completa, apontando que rede social “é uma metáfora utilizada para o estudo do grupo que se apropria de um determinado sistema, o sistema em si, não é uma rede social, embora possa compreender várias delas” (RECUERO, 2011, p. 45).

⁵ <http://facebook.com>

⁶ <http://twitter.com>

⁷ <http://youtube.com>

Flickr⁸, *blogs*, *chats*, etc. No ciberespaço, a interação entre os mais diversos segmentos da sociedade está ocorrendo de uma forma horizontal e em múltiplos fluxos, havendo poucos obstáculos técnicos e sendo dispensada em muitos casos a existência de mediadores ou filtros.

Sendo assim, levando em conta as funções pós-massivas (LE MOS, *online*) destas tecnologias, o público passou a ser produtor de informações em potencial. Os ciberambientes se tornaram espaços virtuais de diálogo, troca de conteúdo em vídeo, áudio, texto, imagens, grupos de discussão sobre infinitos assuntos, etc. Com isso, o público passou a interagir entre si e com o mundo ao seu redor, ganhando uma autonomia que os meios de comunicação de massa tradicionais⁹ não permitem. Desta forma, estes meios passaram a se reformular em práticas, rotinas e estruturas para atender às novas demandas da sociedade em rede (CASTELLS, 2010), detentora dos mais variados canais de comunicação ou mecanismos de resposta (BRAGA, 2006).

No que diz respeito à produção jornalística, nunca se falou tanto na democratização da informação quanto nos dias atuais. Através de *blogs* e *sites* de redes sociais, “pessoas comuns” ganham voz, detêm espaços para comentar matérias produzidas pelos jornalistas, publicam vídeos, disseminam ideias sem fronteiras de espaço e de tempo. A amplidão de “comunicadores” não de formação, mas sim de opção, têm afetado os meios de comunicação tradicionais. São inúmeras as vantagens do jornalismo digital.

No pódio dos benefícios encontram-se o imediatismo, a multimídia e a hipertextualidade, para citar alguns. Contudo, há negatividades, como a pressão, a falta de apuração em muitas situações, a dificuldade para o jornalista sair às ruas, o *deadline* contínuo, entre outros fatores que resultam em notícias, muitas vezes, superficiais ou mesmo erradas.

Edson Dalmonde acredita que “o webjornalismo é caracterizado não como um novo jornalismo, marcado por ruptura e negação de uma tradição, e sim a renovação das antigas práticas” (2009, p. 121). Já Ciro Marcondes Filho, no livro “A saga dos Cães Perdidos” (2002) afirma que após o ciberjornalismo ganhar forças, os impressos foram obrigados a abrirem espaços para opiniões e interpretações, na tentativa árdua de fazer surgir a interação. Diríamos que não apenas o impresso, mas todos os meios de comunicação procuram estar cada vez mais próximos do seu público, dando voz e vez a quem geralmente era restrito à

⁸ <http://flickr.com.br>

⁹ O conjunto dos principais veículos de rádio, TV e impressos do país e do mundo. No mundo, oito empresas globais de comunicação eram responsáveis em 2007 por 47% do faturamento somado das 70 maiores empresas de mídia em todo o mundo (COSTA, 2009, p. 238). Já no Brasil, alguns dos maiores veículos de comunicação são as organizações Globo, Record, Folha de São Paulo, para citar alguns.

função de espectador. Compreendemos, assim, que o jornalismo atual não se faz apenas *para* o público, se faz *com* o público.

As mídias alternativas e independentes, por sua vez, ganham força na Internet e passam então a contra-argumentar com a grande mídia, apresentar novos pontos de vista, enquadramentos, fontes, etc., não só para responder ao discurso midiático, mas para construir seu próprio discurso.

Neste sentido se encaixa o midialivrisimo, movimento no qual estão inseridas iniciativas das mais variadas, das quais, no Brasil, ganhou destaque após as manifestações populares de junho de 2013 derivadas do “Movimento Passe Livre”, a Mídia Ninja¹⁰ (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), coletivo de jovens – jornalistas ou não – que, com celulares, *notebooks* e conexões a redes móveis, estabeleceram via *live streaming*¹¹ formas alternativas de registrar os fatos que se desenrolaram naqueles protestos. Se contrapondo às versões dos veículos corporativistas, questionando os discursos do *mainstream* midiático e reconstruindo as narrativas jornalísticas¹², os Ninjas ganharam destaque na Rede e nas ruas, alcançando em alguns momentos, mais de cem mil acessos a suas emissões via *streaming*¹³, com coberturas praticamente ininterruptas em tempo real que chegaram a durar vários dias seguidos.

As mídias independentes se propõem a destacar enquadramentos diferenciados dos que estampam os grandes jornais ou são exibidos nos noticiários televisivos. Com isso, buscam produzir informações desprendidas de interesses mercadológicos e apresentar outros ângulos dos fatos, em perspectivas que geralmente as grandes empresas não se interessam ou não atentam para abordar. Tendo em vista a abrangência que estas expressões midialivristas estão tomando nos últimos meses junto à sociedade, compreendemos que elas também têm relação com as mudanças estruturais dos meios de comunicação e a própria crise de identidade que atravessa o jornalismo.

¹⁰ Além de sigla, o nome supõe uma metáfora, que entendemos como uma relação ao caráter “infiltrado”, ousado, imerso e próximo das coberturas.

¹¹ *Live streaming* é a transmissão ao vivo de dados via rede. Por meio desta tecnologia, informações multimídia podem ser facilmente distribuídas e acessadas em tempo real. Por meio do *streaming* (fluxo de mídia), as informações são reproduzidas assim que chegam ao usuário, em modelo semelhante ao rádio ou TV aberta, geralmente não sendo arquivadas por ele.

¹² Fábio Malini, em *A Internet e a Rua*, classifica os midialivristas como “hackers das narrativas”. O autor ainda faz um histórico dos movimentos midialivristas e como estão utilizando o ciberespaço para alcançar seus objetivos de difundir informações sem fins mercadológicos. Disponível em: <http://ainternetearua.com.br/>

¹³ Cf. “POSTV, de pós-jornalistas para pós-telespectadores”, In. Observatório da Imprensa, 25.06.2013. Disponível em: <http://migre.me/gnoDM>. Acesso em 28/06/2013.

2. O jornalismo no olho do furacão

Como tentamos esclarecer, as transformações provocadas pelas novas conjunturas sociais e as novas tecnologias causam efeitos também no jornalismo, que tradicionalmente se consagrou como um mediador entre os fatos e a sociedade. A concepção clássica desta prática profissional passou a sofrer intervenções do público (e conseqüentemente do mercado) na medida em que os sujeitos passaram a dominar ferramentas de interação e publicação de informações, como *blogs*, grupos de discussão, *chats*, sites de redes sociais.

O jornalismo, segundo Ignacio Ramonet (2013), passa por mudanças estruturais por conta da chegada da Internet e a aceleração geral da informação. Os meios de comunicação sofrem também por conta da multiplicação da informação individualizada, as atualizações em tempo real e os jornais *online*. Com estas e outras influências, a rentabilidade dos modelos econômicos atuais da empresa jornalística está caindo bastante. Alia-se a isso a perda de credibilidade que os meios estão atravessando – que é fruto da dependência dos *media* em relação ao poder econômico – e um reflexo da própria descrença da sociedade em relação a instituições tradicionais (alguns movimentos sociais, organizações sindicais e ações do próprio Estado, Igreja, etc.), além da concentração midiática nas mãos de poucas empresas (ou famílias, no caso do Brasil), o que Ramonet classifica como “oligarquias midiáticas” (p. 62). Como ele mesmo decreta:

Os cidadãos desconfiam de uma imprensa que pertence a um punhado de oligarcas, que já controlam amplamente o poder econômico e que, frequentemente, são coniventes com os poderes políticos (RAMONET, 2012, p.45).

Pascual Serrano (2013) aponta que o quarto poder se encontra totalmente submetido ao poder econômico, sendo atualmente “um mero apêndice dos grupos empresariais” (p. 72). Segundo ele, não há hoje um contrapoder que questione a mídia. Não há sequer regulamentação da profissão de jornalista. Ramonet (2013) ressalta, ainda, uma crise de identidade do jornalista, provocada, entre outros aspectos, pela possibilidade de todo o público poder ser um produtor de informações em potencial.

Visto isso, as discussões sobre o jornalismo giram em torno de como a mídia corporativa está se adaptando aos novos modelos empresariais para obter retorno financeiro

(SERRANO, 2013) mas, sobretudo, como a Internet permite que expressões alternativas de informação podem se proliferar e garantir – ao menos de certa forma – uma lógica informacional mais democrática, horizontal e participativa. Neste sentido, Serrano ressalta que “há uma demanda cidadã que exige uma perspectiva alternativa à informação e às análises dominantes” (p. 151). Para ele, os meios de comunicação estão enfrentando uma crise que tem muitas facetas, como crise de mediação, credibilidade, objetividade, autoridade, informação e distribuição. A partir daí, o autor propõe elementos para que mídias alternativas se desenvolvam, saiam da condição marginal e, de fato, poder desbancar os modelos dominantes¹⁴.

Portanto, neste momento em que o jornalismo tradicional está sendo ressignificado (SIGNATES, 2012), realocado no espaço de fluxos (CASTELLS, 2010) da informação, buscando adaptar-se à cultura da convergência (JENKINS, 2009) e reformulando suas práticas, rotinas, estéticas, estruturas, modelos econômicos e – por que não? – seus discursos, as mídias independentes se espalham pelo ciberespaço e se utilizam das ferramentas disponíveis na Internet para promover a informação de forma diferenciada dos grandes conglomerados midiáticos. Neste sentido está inserido o ativismo midiático, midiativismo ou midialivrismo. Segundo Fábio Malini (2013), há dois tipos de midialivrismo: de massa e ciberativista. O primeiro

reúne experiências de movimentos sociais organizados que produzem mídias comunitárias e populares, de dentro do paradigma da radiodifusão, se afirmando como práticas da sociedade civil alternativas e antagonistas em relação ao modo de se fazer comunicação dos conglomerados empresariais transnacionais e nacionais de mídia (MALINI, 2013, p. 21).

Já o ciberativismo, de uma forma não hierárquica, se utiliza de processos de colaboração social em rede e de tecnologias informáticas para construir dispositivos digitais, tecnologias e processos compartilhados de comunicação (p. 21). Para o autor, o midialivrista é o “*hacker* das narrativas”, um sujeito cujas narrativas são produzidas de forma dissonante dos ângulos, enquadramentos e visões da mídia corporativa.

¹⁴ Para saber mais, ler MORAES, Dênis de. Mídia, Poder e Contrapoder – Da concentração monopólica à democratização da informação, 2013.

A Mídia Ninja, iniciativa ciberativista ligada à rede Fora do Eixo¹⁵ de coletivos de fomento à cultura, ganhou espaço e visibilidade no contexto destas manifestações de contrainformação e de contrapoder aos conglomerados midiáticos. São expressões da cultura da colaboração e interação facilitadas pela Internet 2.0 e por dispositivos técnicos portáteis, além de *sites* de redes sociais, sites de emissão de conteúdo em *streaming*¹⁶, etc. Segundo Malini (2013), a Ninja “fez emergir e deu visibilidade ao ‘pós-telespectador’ de uma ‘pós-TV’¹⁷ nas redes, com manifestantes virtuais que participam ativamente dos protestos/emissões”. É sobre esta expressão midiática que trataremos no próximo capítulo.

3 - Mídias alternativas e informação independente: o exemplo da Mídia Ninja

Tendo ficando popular a partir da cobertura ostensiva dos protestos de junho de 2013 que se espalharam pelo Brasil, a Mídia Ninja formalizou no país o conceito da nova mídia independente, ao congregar em suas emissões *live streaming*, as diversas ferramentas disponíveis para a produção de informações em formato audiovisual (dispositivos portáteis, conexões móveis, plataformas de *streaming*, etc.). No instante em que há diversas avaliações sobre a crise que a mídia corporativa vem atravessando, este coletivo de repórteres-cidadãos apresentou uma forma relativamente fácil, direta e eficaz de informar (e se informar) sem a necessidade da mediação das megaempresas jornalísticas.

Mais que isso, a Mídia Ninja trouxe ao público de todo o país uma visão consistente e aproximada da realidade que frequentemente estava sendo excluída dos noticiários e publicações do *mainstream* midiático, o que provocou efeitos importantes no campo jornalístico. Há anos, expressões alternativas de informação são marginalizadas e atuam de forma distanciada dos grandes veículos, recebendo pouco ou quase nenhum destaque em suas

¹⁵ Para saber mais, acessar: <http://foradoeixo.org.br/>

¹⁶ Nas manifestações que aconteceram no Brasil no mês de junho e nos períodos subsequentes, foi usado o *site* *TwitCasting*, que une a janela de exibição do vídeo em *live streaming* ao lado de um espaço no qual os espectadores podem também ser atores, realizar uma participação à distância, a teleparticipação, comentando os fatos, conversando entre si e com o próprio repórter. Para saber mais: <http://twitcasting.tv/>

¹⁷ PósTV é o *site* criado pelos integrantes da Ninja para escoar sua produção em *streaming* ou por meio de vídeos gravados “subidos” no YouTube, mas também possui em seu título uma provocação À TV convencional. Como define o texto no site do Coletivo Mundo, PósTV é a ressignificação da televisão enquanto veículo de comunicação, propondo o uso da internet como plataforma de mídia livre em transmissões de vídeo ao vivo, priorizando a interação de via dupla entre o público e os convidados. O PósTV pode acontecer em qualquer lugar, até na rua! Para saber mais: <http://postv.org>

produções. Por isso, talvez um dos fatores mais importantes a ser destacado seja o fato de esta mídia ter saído das margens e ganho espaço na grade da mídia tradicional, mas também por ter servido como complemento ou contra-argumento das versões oficiais dos fatos noticiados pelos meios de massa.

É certo que as mídias independentes, alternativas ou radicais (DOWNING, 2004) vêm assumindo novos postos na guerrilha midiática e se apropriando da Internet, além dos formatos já consagrados e que foram, através dos tempos, uma referência de combate, tais quais as publicações clandestinas da época do regime militar no Brasil, como folhetins, *fanzines*, jornais murais e inclusive as rádios comunitárias.

A Mídia Ninja tem sua importância por se tornar referência de uma expressão midiática que se utiliza basicamente da *Web* para informar de maneira desligada de interesses empresariais e, de certa forma, pode representar as ferramentas digitais de resistência ao novo regime de expropriação (MALINI, 2013, p. 9) ao qual somos submetidos na Internet.

Ao abrir mão do discurso da imparcialidade – tão perseguido pela mídia oficial – e se inserir como mais um integrante dos protestos, a Ninja assume uma postura diferenciada da grande mídia, que busca uma isenção que, geralmente, na prática não acontece. Diferencia-se, também, por narrar os fatos *in loco*, sem edição (durante as manifestações, a Ninja está apenas cobrindo os protestos ao vivo, emitindo o vídeo sem cortes). Além disso, os recursos técnicos são bem inferiores aos das grandes empresas (um celular com câmera de 2 a 5 *megapixels* e um *notebook* garantem horas de transmissão). Mas, mais que a câmera em primeira pessoa, a proximidade do cinegrafista em relação à ação, o que chama a atenção é que o repórter é também um participante e testemunha ocular dos eventos: um narrador-personagem dos fatos. Esta questão se encaixa no apontamento de Malini (2013), ao contrapor as mídias livres às corporativas:

Não basta, porém, recolher suas notícias como informações sobre o que aconteceu para compreender o que faz a nova mídia tão diferente da antiga. É preciso acompanhar sua atividade no calor da própria manifestação, no minuto a minuto do embate dos manifestantes com a arrogância dos que se julgam dirigentes do mundo atual e seus agentes, voluntários ou não, que produzem a mídia corporativa (MALINI, 2013, p. 148).

Ao mencionar esta questão, o pesquisador ressalta o fato de a mídia livre ser uma *mídia participante*, diferentemente da *mídia de registro*, convencional, a grande mídia que tenta sempre não interferir na realidade que procura registrar. Para compreender estas novas ações midiáticas, é preciso compreender que elas estão inseridas no seio da atual cultura da participação (SHIRKY *apud* TAVARES, 2013) e cooperação que marcam a era da conexão (WEINBERGER, 2003 *apud* LEMOS, *online*), a cultura da mobilidade (SILVA, 2010), que compreendem ação e participação. Esta é mais uma característica do midiativismo: esclarece suas posturas ao defender claramente seus posicionamentos, faz o seu recorte da realidade sem tentar buscar alcançar a objetividade pretendida pelos veículos de massa.

A mídia independente foi às ruas lado a lado com as multidões e ocupou as redes e os espaços públicos em prol de reformas. A sociedade enfrenta e tenta reformar instituições como o poder político, econômico, a polícia e Igreja, entre outros sistemas e políticas que já não mais dão conta da complexidade, fragmentação, pluralidade de identidades (HALL, 2006), fluidez (BAUMAN, 2003) das relações e estruturas sociais da contemporaneidade. A sociedade também enfrenta sua mídia, como diz Braga (2006), pois ela possui os mecanismos de resposta em suas mãos e tem habilidades, competências e conhecimento (THOMPSON, 1998) para não só criticar os veículos tradicionais, mas inclusive para fazer sua própria mídia. Assim, talvez seja possível, com esforço, pluralizar os discursos, ocupar os espaços físicos das cidades e os espaços de debate a respeito da democratização informacional.

4 – Das redes às ruas: Mídias digitais independentes se apropriam dos espaços físicos

As manifestações que se alastraram pelo país a partir de junho de 2013, provaram que os brasileiros estão cada vez mais próximos, não apenas no sentido de “união por um bem comum”, mas principalmente no que se refere à comunicação. A Internet foi a maior aliada dos movimentos iniciados no mês de junho deste ano. Foi através do ciberespaço, por meio de *sites* de redes sociais, que pessoas de vários círculos sociais de diversos lugares do Brasil uniram forças para ir às ruas reivindicar melhorias no transporte, na educação, na política, etc. Graças às trocas de informações nas redes sociais que o agendamento de local, data e hora, e toda a logística das manifestações foram possíveis. Primo (2013) ressalta que “não se pode ignorar a força dos movimentos espontâneos em rede, cujos efeitos não eram possíveis em uma sociedade caracterizada pela mídia de massa” (p. 17).

Outra prova da força do que Manuel Castells define como “movimentos em rede” diz respeito à insatisfação dos manifestantes com a grande mídia, em especial a TV Globo que, segundo eles, distorceu a cobertura do evento. A negação à cobertura produzida pela emissora deu seus primeiros suspiros no Twitter, através de campanhas como #AGloboNãoMeRepresenta e #AbaixoARedeGloboOPovoNãoÉBobo.



Figura 1 – Print da HASHTAG #AbaixoARedeGloboOPovoNãoÉBobo. Reprodução

Para Correia (2010), a circulação no ciberespaço é potencializada pela massificação das ideias nas redes sociais. Desta forma, a circulação se transporta do campo virtual para o real. E foi isto o que aconteceu. O apoio ao movimento de repúdio à cobertura da TV Globo (e demais grandes empresas) ganhou força e em pouco tempo a indignação migrou do ambiente virtual para a multidão nas ruas. O resultado pôde ser visto não apenas nos cartazes que muitas vezes desviavam o foco dos cinegrafistas, mas também gerou conflitos no livre fazer jornalístico de repórteres que tentavam sem sucesso cobrir o protesto.

Os profissionais da TV Globo se viram obrigados a ir às ruas de forma “camuflada”¹⁸. Os carros que conduziam a equipe não podiam carregar a marca da empresa, os microfones tinham as canoplas retiradas, as passagens eram feitas de um lugar mais alto e distante das aglomerações, buscando preservar a integridade dos profissionais. Outra estratégia utilizada pela TV Globo para fazer a cobertura dos protestos foi utilizar o helicóptero GloboCop durante os *links* ao vivo com o intuito de mostrar a dimensão da multidão e manter o repórter afastado de eventuais conflitos com o público. Outras emissoras também seguiram esse esquema para realizar seus registros.

Por tudo isso, consideramos que os enfrentamentos entre os manifestantes e as equipes jornalísticas que tentavam fazer seus registros, as sabotagens das multidões que impediam que as matérias fossem gravadas¹⁹, e que chegaram inclusive a destruir carros de reportagem de algumas emissoras²⁰ de TV podem ser entendidos como um reflexo radical da insatisfação do público em relação às posturas, aos discursos e práticas do jornalismo corporativo.

5 – Protestos pelo país: efeitos causados pelas coberturas das mídias alternativas

Nas coberturas dos protestos, os veículos de comunicação tradicionais se esforçaram para levar ao seu público, informações detalhadas sobre aqueles eventos essencialmente complexos, de natureza visceralmente descentralizada²¹, fragmentada nas reivindicações, plural na quantidade de movimentos sociais envolvidos, polifônica no sentido de unir várias classes sociais em prol de mudanças não só pontuais (como a melhoria das condições do transporte público), mas gerais, como reformas no sistema político e educacional. Os veículos convencionais foram criticados, contudo, por tentarem simplificar demais aquelas realidades, dicotomizar a todo instante a multidão (vândalos x pacifistas), apresentar um discurso distanciado dos acontecimentos – quando a própria cobertura era feita com helicópteros,

¹⁸ Para saber mais, acessar: <http://migre.me/gnnXI>. Site da Agência Brasil apontou que pelo menos 83 jornalistas foram agredidos desde o início das manifestações. Disponível em: <http://migre.me/gno6a>. Acesso em 20/10/2013.

¹⁹ Na TV Globo, o programa Profissão-Repórter do dia 18 de junho buscou retratar um pouco da problemática de cobrir estes eventos em meio às reações negativas da multidão. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=9COUilTteeA>.

²⁰ No dia 18 de junho, carro da TV Record foi incendiado por alguns manifestantes. Disponível em <http://migre.me/gLYM>. Dias depois, o SBT também teve automóvel incendiado. Em: <http://migre.me/gLM1g>. Acesso em 20/10/2013.

²¹ No decorrer dos protestos, matéria do site BBC Brasil destacou a proliferação de manifestações pelo país. Disponível em <http://migre.me/gLlNH>. Acesso em 20/10/2013.

drones, do alto de prédios – e claramente confuso nas abordagens, que não deram conta da multiplicidade de ideologias e manifestações que integraram os protestos.

Obviamente, não cabe apenas ao jornalismo dar conta de interpretar todo o universo complexo das realidades. Entretanto, os eventos de junho de 2013 puderam expor o diagnóstico da crise de representatividade que a grande mídia está enfrentando. Neste sentido, as mídias alternativas, os registros amadores, os repórteres-cidadãos se propuseram a preencher as lacunas deixadas pelos grandes veículos de comunicação. Ao questionar o “modelo do tudo é meu” (MALINI, *online*) e propor narrativas que destoam das estruturas midiáticas consagradas pelo *mainstream*, esta cobertura contrainformativa, obviamente, provocou importantes efeitos no ecossistema midiático (CANAVILHAS, *online*).

Ao se utilizarem da Internet para conceber, divulgar, registrar e debater as manifestações populares, ocupando os espaços virtuais dos *sites* de redes sociais e demais ferramentas de interação e circulação de informações (como TwitCasting, Twitcam, YouTube, além dos *blogs*, *podcasts*, *sites* independentes), os movimentos sociais brasileiros se apropriaram das novas tecnologias em prol do que Thompson (1998) classifica como “novas formas de ação”, possibilitadas por novos meios de comunicação. Com estas novas formas de ação que integram simultaneamente os espaços virtuais do ciberespaço e espaços físicos das ruas e cidades, as redes sociais da Internet se configuraram em um importante ambiente de sociabilidade potencializador destas manifestações. Estes ciberambientes serviram como um imenso megafone virtual que ecoou pelos mais variados círculos sociais, congregando pessoas de idades, profissões, classes sociais e interesses diferentes em torno das inquietações que motivaram os protestos e as discussões que se sucederam.

Mas, além disso, alguns efeitos foram provocados pela atuação das mídias alternativas na cobertura destes grandes eventos. Uma das principais consequências da atuação dos repórteres-cidadãos é a possibilidade de oferecer ao público o acesso a outras vozes, pontos de vista, enquadramentos, fontes, versões dos fatos diferentes das disponibilizadas pelo jornalismo tradicional: uma alternativa ao discurso corporativo.

Mídias alternativas também serviram para levar o público a lugares que a mídia tradicional não alcançou, por não estar disposta a enfrentar as multidões ou por ser impedida por estas. Com as emissões *live streaming* via *smartphones*, o público pode conferir muito proximamente as passeatas, manobras táticas da polícia, os efeitos do gás lacrimogêneo e *sprays* de pimenta lançados contra os manifestantes, além das ações dos grupos de pessoas que atacaram e destruíram prédios, carros, lojas e bancos.

Ainda foi possível, a partir das coberturas independentes, ter contato com os conflitos, as negociações e as aglomerações entre os sujeitos de forma mais intensa, em tempo real, e de uma forma que não cabe nos telejornais ou produções do *mainstream*, por conta do seu tempo ou espaço limitado para transmissão ou publicação de notícias. O público pode conferir *in loco* todos os passos das manifestações, das concentrações às dispersões – fossem elas espontâneas ou por força da ação policial. As emissões alternativas chegaram a ter a importância de servirem como provas de inocência de um jovem acusado pela polícia de ter atirado um coquetel molotov contra a PM e de carregar outras armas na mochila. Vídeo da Mídia Ninja chegou a ser utilizado como fonte em matéria do Jornal Nacional²², fato que tradicionalmente não aconteceria com facilidade, tendo em vista que, como já abordamos, mídias alternativas sempre estiveram em posições marginais em relação à mídia oficial.

Ao alcançar certo *status* de legitimidade perante a sociedade, a Mídia Ninja e demais mídias independentes que se sustentam na Internet abrem as portas para uma nova fase dos meios de comunicação. Permitem que possamos crer que talvez, ao possuir um contrapoder que desconstrua e reelabore determinadas estruturas do quarto poder, este possa reformular para melhor suas práticas. Podemos pensar também, em informações menos mercantilizadas, mais preocupadas com o esclarecimento da sociedade, e menos interessadas em defender falsas imparcialidades. Podemos ser menos pessimistas e acreditar que é possível, com a Internet e as NTICS, intensificar as lutas em prol da democratização da comunicação e pela cidadania.

Considerações Finais

Buscamos, com este artigo, discutir a importância da expansão das mídias independentes na Internet e como os novos usos que seus integrantes estão fazendo das novas tecnologias causam impactos no jornalismo, nos movimentos sociais e no público consumidor de informações. Entendemos que as coberturas alternativas realizadas pela Mídia Ninja nas manifestações que se proliferaram pelo Brasil, deram a este coletivo midialivista certo grau de legitimidade e confiabilidade por parte do público.

²² No dia 24 de julho, trecho de vídeo publicado pela Mídia Ninja no YouTube foi utilizado em matéria do Jornal Nacional para desmentir versão oficial da Polícia Militar do Rio de Janeiro, que apontava o jovem Bruno Teles como responsável por ataque à PM com coquetel molotov. Disponível em: <http://zip.net/bglbDJ>. Link para o vídeo original da fala completa de Bruno: <http://zip.net/bdlbHx>.

Compreendemos que as mídias livres buscam informar de maneira diferenciada dos grandes veículos midiáticos, propondo novas abordagens e incentivando a busca pela democratização da informação. Os movimentos sociais em rede estão se aproveitando destas reconfigurações no ecossistema midiático para ampliar seu alcance e ganhar mais força no debate em prol da cidadania e das causas históricas. Ainda há muito para estudar quanto à relação das mídias independentes, novas tecnologias e movimentos sociais.

O jornalismo procura novas formas de monetarizar e mercantilizar a informação, a fim de garantir seu retorno financeiro, mas o público também entra em cena, concorrendo com os *mass media*. A Internet está possibilitando que estes debates deságuem no universo da convergência e parece se configurar em um importante palco da reconfiguração democrática.

Referências Bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- BORGES, Juliano. **Webjornalismo: Política e jornalismo em tempo real**. Apicuri Editora, 2009.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.
- CANAVILHAS, João. **O novo ecossistema midiático**. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>> Acessado em 09/09/2013.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2010.
- CORREIA, Ben-Hur. A circulação da informação jornalística no ciberespaço: conceitos e proposta de classificação de estruturas. In: SCHWINGLE, Carla; ZANOTTI, Carlos. **A Produção e colaboração no Jornalismo Digital**. Florianópolis: Ed. Insular, 2010.
- COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- DALMONTE, Edson. **Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidades de experiência**. Salvador: EDUFBA, 2009.
- DOWNING, John D. H. **Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais** / John D. H. Downing com a colaboração de Tamara Villareal Ford, Genève Gil, Laura Stein. São Paulo: Ed. Senac, 2004.
- FAUSTO NETO, Antônio. **Interfaces jornalísticas, tecnologias e linguagens**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2011.
- FILHO, Ciro Marcondes. **Comunicação e Jornalismo**. A saga dos cães perdidos. 2ª Edição, São Paulo: Hacker Editores, 2002.

- HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMONS, André; PALÁCIOS, Marcos (eds.). **As janelas do ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- _____. **Cibercultura e Mobilidade**. A Era da Conexão. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>>. Acessado em 16/10/2013.
- _____. **Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais**. Disponível em <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/29/43>> Acesso em 02/07/2013.
- MALINI, Fábio. **A Internet e a Rua**: ciberativismo nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- _____. **Modelos de colaboração nos meios sociais da internet**: Uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo. Disponível em <<http://migre.me/glNnt>> Acessado em 07/07/2013.
- MORAES, Dênis de. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.
- MOUILLAUD, Maurice. **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.
- PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**: das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo e tecnologias portáteis na cultura da mobilidade: tipologias para pensar o cenário**. In: SCHWINGEL, Carla; ZANOTTI, Carlos A.i. (Org.). **Produção e Colaboração no Jornalismo Digital**. Florianópolis: Editora Insular, 2010.
- _____. **Jornalismo live streaming**: tempo real, mobilidade e espaço urbano. Disponível em <<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/resumod.php?id=638>> Acesso em 29/06/2013.
- TAVARES, Olga. **Jornalismo e convergência**: possibilidades transmidiáticas no jornalismo pós-massivo. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/11393/9207>> Acesso em 26/06/2013.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.