

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

JANETE SCHWARTZHAUPT

O LEITOR-EDITOR E A DEMONIZAÇÃO DAS NOVAS NARRATIVAS

**CAXIAS DO SUL
2015**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

JANETE SCHWARTZHAUPT

O LEITOR- EDITOR E A DEMONIZAÇÃO DAS NOVAS NARRATIVAS

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Centro de Ciências Sociais da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof. ^a. Dr^a. Alessandra Rech

**CAXIAS DO SUL
2015**

Todo mundo chama de violento a um rio turbulento, mas ninguém se lembra de chamar de violentas as margens que o aprisionam.

Bertold Brecht

AGRADECIMENTOS

Vim para entender o jornalismo. Encontrei na maioria dos professores o conhecimento sobre suas áreas de competência e sou grata por compartilharem seu saber comigo.

Agradeço à minha orientadora Alessandra Rech pela coragem e capacidade de aceitação do diferente.

Ao Roberto Birch que, com paciência e conhecimento, me ajudou a não jogar esta monografia para o alto.

À professora Branca Sólido, incansável em me ensinar tantas coisas do jornalismo e por apresentar-me ao jornalismo online.

Aos jornalistas Ninja pela coragem de abalar um espaço monopolizado no Brasil e abrir caminho para novas narrativas onde o jornalismo cumpra sua missão com a sociedade de informar os fatos como eles são sem usar a edição como ferramenta de manipulação.

RESUMO

As mídias alternativas têm um papel importante desde o início da imprensa brasileira, propondo um contraponto à imprensa tradicional, tanto em termos de formato quanto de transparência na expressão de sua ideologia. Diante disso, o objetivo deste trabalho é analisar o processo de reação da imprensa tradicional, representado pelo jornal *O Estado de São Paulo*, ao coletivo Mídia Ninja, no episódio histórico das manifestações de junho de 2013. A premissa desta pesquisa é de que, num primeiro momento, houve a demonização dessa mídia alternativa para, em seguida, passar a desconsiderá-la, como meio de combate a sua performance livre e seu, então, surpreendente alcance. A metodologia contempla estudo de caso, mediante análise do discurso. Foram selecionados três artigos do jornal “*Estadão*” para verificar de que forma a grande mídia fez frente ao novo, representado pela Mídia Ninja. Entre as principais referências teóricas que amparam esta pesquisa estão: Freud (1927); Canavilhas (2006; 2010; 2014); Sodré (1999); Torturra (2013); Van Dijk (1988; 2009), entre outros.

Palavras chaves: Jornalismo. Webjornalismo. Mídia alternativa. Imprensa. Mídia Ninja.

ABSTRACT

The Alternatives Medias have an important role since the Brazilian press, offering a counterpoint to the traditional press, both in terms of format as transparency in the expression of their ideology. Thus, the aim of this study is to analyze the traditional press reaction process represented by the newspaper *O Estado de São Paulo*, the collective Ninja Media, the historical episode of the manifestations of June 2013. The premise of this research is that, in a first there was the demonization of this alternative media to then spend dismiss it as a means of combating their free performance and its then surprising range. The methodology includes case study by discourse analysis. We selected three newspaper articles of "*Estadão*" to check how the mainstream media did opposite the new, represented by Ninja Media. Among the main theoretical references that support this research are: Freud (1927); Canavilhas (2006; 2010; 2014); Sodré (1999); Torturra (2013); Van Dijk (1988; 2009), among others.

Key words: Journalism. Web journalism. Alternative media. Press. Ninja Media.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Eventos Importantes no período de 1880 a 1900.....	15
Quadro 2 - Eventos importantes pós-república	17
Quadro 3 - Mídia alternativa impressa	20
Quadro 4 - Sete dimensões do webjornalismo.....	33

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

FdE – FORA DE EIXO

MST – MOVIMENTO SEM TERRA

MN – MIDIA NINJA

MOLOTOV - ARTEFATO INCENDIÁRIO

NINJA - NARRATIVAS INDEPENDENTES-JORNALISMO E AÇÃO

OUTLIERS – FORA DO COMUM

TWITCASTING – APLICATIVO PARA TRANSMISSÕES DE IMAGENS AO VIVO

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. JORNALISMO	14
2.1 HISTÓRICO	14
2.1.1 Imprensa anarquista	18
2.1.2 Imprensa alternativa	19
2.2 O PODER	21
2.3 LINGUAGEM – LEAD E ESTRUTURA PIRAMIDAL	27
3. JORNALISMO NA ERA DA INFORMATICA	30
3.1 WEBJORNALISMO E SUAS CARACTERÍSTICAS	32
3.2 O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NO JORNALISMO	34
4. NARRATIVAS INDEPENDENTES - JORNALISMO E AÇÃO	38
5. METODOLOGIA	47
6. ANÁLISE DO DISCURSO	49
6.1 ARTIGO: MÍDIA NINJA E FUTURO DESFOCADO.....	49
6.2 ARTIGO: MÍDIA NINJA AGORA VIVE IMPASSE	56
6.3 ARTIGO: A FALTA DE INOVAÇÃO DO MÍDIA NINJA	58
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS	72
ARTIGO: MÍDIA NINJA E FUTURO DESFOCADO	73
ARTIGO: MÍDIA NINJA AGORA VIVE IMPASSE	75
ARTIGO: A FALTA DE INOVAÇÃO DO MÍDIA NINJA.....	76

1. INTRODUÇÃO

As ideias iniciais de um trabalho científico nem sempre são fáceis de encaixar numa metodologia adequada, cumprindo todos os parâmetros que busquem a cientificidade.

O processo de sair do mundo da vida cotidiana e adentrar o mundo acadêmico possibilita que os estudos empíricos contribuam para o entendimento social. Portanto, o significado de um trabalho de final de curso está no entendimento que o pesquisador terá da realidade prática sob o ponto de vista das teorias aplicáveis, tendo utilidade para a sociedade.

A escolha do tema deve-se à intensidade dos acontecimentos sociais, os quais poderão impactar significativamente na sociedade e no jornalismo. Tratam-se dos protestos, (junho de 2013), num encontro de vários grupos, reivindicando inúmeras mudanças que poderiam ser estabelecidas como meta de uma vida melhor.

A observação recai sobre o grupo denominado “Mídia Ninja” e a atenção, ou falta dela, pelo que é considerado como mídia tradicional, dada a presença desses grupos, apresentando um novo formato para informar os acontecimentos e propondo uma desconstrução narrativa.

A partir de um eixo interdisciplinar buscam-se na fundamentação teórica elementos para a compreensão das questões relacionadas ao poder da imprensa em dar ou não visibilidade para determinados assuntos.

Objetiva-se lançar o olhar à possibilidade de reconstrução de um jornalismo com qualidades mais fidedignas aos desejos e necessidades da sociedade.

Com o enfoque de delimitar o objeto de estudo, a pergunta que se constrói como tema trata da mídia tradicional, que dá ou não visibilidade a esse grupo, ou em que medida o próprio jornalista está preparado para falar sobre mídia alternativa.

A investigação se dará como o próprio título diz: Leitor-editor e a demonização das novas narrativas - tendo como objeto para um estudo de caso as notícias sobre a atuação da Mídia Ninja no jornal *O Estadão*. O período escolhido para o estudo está nas edições do mês de agosto de 2013, que citam a Mídia Ninja e serão analisados quanto ao seu conteúdo.

O trabalho se debruça, inicialmente, sobre a atuação da Mídia Ninja na cobertura da série de protestos que abalou o Brasil em junho de 2013. Neste

momento, narrativas independentes veiculadas principalmente pela internet demonstravam a capacidade de finalmente oferecer à sociedade e aos manifestantes uma maior liberdade à avaliação dos fatos.

Entende-se que a Mídia Ninja sugere ao leitor uma nova narrativa, dando espaço para a subjetividade e abertura às contradições sem anulá-las, considerando-as como parte da notícia e da natureza humana; enquanto o modelo tradicional, que se caracteriza principalmente pela pirâmide invertida e o lead, em nome de uma suposta objetividade e preso às questões de tempo, não dá espaço ao pensamento e avaliação do leitor.

Parece um processo inevitável, pela facilidade de acesso à informação, de novas modalidades propostas pela web, que as pessoas absorvam esta desconstrução para uma abertura mais democrática e criativa do fazer notícia. Em tal contexto o desenvolvimento de mídias alternativas surge para ocupar as lacunas da mídia tradicional.

Exemplo disso é a Mídia Ninja que, segundo um de seus fundadores, Bruno Torturra, tem o objetivo de retomar para a causa do jornalismo e da comunicação seu papel ativista de servir como olho público e fornecer informações cada vez mais qualificadas para defender a democracia (KNIGHTCENTER, 2013).

O presente estudo se justifica pelo potencial de impacto que as mídias alternativas têm exercido na sociedade, como também, pela sua capacidade de impor desafios gerenciais e técnicos à mídia tradicional. Dessa forma, pretende-se oferecer respostas, tanto para possíveis profissionais das áreas alternativas, quanto da mídia tradicional.

O tema é relevante, também, pela carência de alternativas que questionem o que está posto e da forma como se impõe. Muitos são os sinais na sociedade que traduzem este pedido de basta à imposição das narrativas convencionais das mídias e das formas de protesto. A relevância se dá pelo ineditismo que se apresenta, ou seja, a novidade do assunto e a falta de bibliografia diretamente relacionada. Justificam-se ainda, pela intrigante influência de novas tecnologias, instrumentos do jornalismo, nas formas de participação da sociedade.

Além disso, é possível acrescentar uma abordagem interdisciplinar sobre o assunto a partir da formação de base da pesquisadora na área da Psicologia e Psicanálise. Tal fator pode favorecer o entendimento da dinâmica da relação da mídia

com os indivíduos e possíveis influências da mídia tradicional e mídia alternativa na vida dos mesmos.

A Mídia Ninja está despertando a curiosidade e o desejo de interagir e questionar a técnica tradicional do jornalismo, que aprisiona e limita as possibilidades de informar de forma mais crítica. Parece existir o que pode ser chamado de embrião de novas narrativas ou narrativas múltiplas, deixando ao leitor o exercício da própria forma de analisar e editar o que está recebendo, dando abertura ao ser pensante. Não se fala em não receber informações das narrativas vigentes, mas do espaço para novas formas de fazer e apresentar a narrativa. Principalmente, não se deixa passar a ideia única sobre um acontecimento, embasada em juízo de valor.

Porém, um avanço de mídias alternativas não acontecerá sem uma reação da mídia tradicional. Assim, num primeiro momento, como objetivo principal, busca-se demonstrar a partir do estudo de caso que a Mídia Ninja é demonizada, a ponto de ser desqualificada como um participante do ambiente jornalístico reconhecido. Passando num segundo momento para uma total desconsideração, com a finalidade de anular, pelo silêncio, sua representatividade crescente. Porém, sobrevivendo apesar de tais desafios.

Como objetivos específicos: refletir criticamente como a informação é passada nos meios tradicionais, como no jornal em análise no presente estudo, a partir da reação conservadora da mídia; propor o estudo destas narrativas alternativas como uma mídia que abre ao leitor a possibilidade de construção e/ou reformulação de conceitos próprios diante de uma informação; mostrar de que forma a narrativa da Mídia Ninja se diferencia dos modelos tradicionais de transmissão da notícia, em especial quebrando a formatação das técnicas do lead e pirâmide invertida e, finalmente refletir sobre as novas tecnologias e o embrião de novo modelo de negócio.

Diante do exposto, este trabalho analisa o processo de reação da mídia tradicional considerando os possíveis impactos das novas mídias. O estudo tem como questões norteadoras: i) com que intensidade o processo de demonização das mídias alternativas interrompe o seu desenvolvimento? ii) para que perspectivas, na comunicação, aponta o caso em questão? iii) como se diferencia a narrativa Ninja em relação à mídia tradicional?

As hipóteses deste estudo são:

- a) a intensidade da reação da mídia tradicional é diretamente proporcional ao reconhecimento da mídia alternativa pela sociedade;
- b) a mídia alternativa é decorrência dos anseios da sociedade pelo “novo” na narrativa jornalística;
- c) o texto do objeto de estudo escolhido demoniza a Mídia Ninja por meio de adjetivos e juízo moral, extrapola a objetividade mostrando o medo do novo. Há um conservadorismo manifesto.

Nesse estudo se optou por uma abordagem qualitativa, objetivando compreender que categorias esclarecem quais são os “como e os porquês” da reação da mídia tradicional, e como estes elementos impactam as mídias alternativas e, por extensão, a própria sociedade. Utilizou-se a técnica de análise do discurso (BARDIN, 2009) por categorização, considerando as variáveis que mais fortemente tiveram reflexos na Mídia Ninja.

O estudo está dividido em sete capítulos. No primeiro, encontra-se a introdução, para contextualizar o assunto e justificar sua escolha. No segundo capítulo encontra-se o referencial teórico tratando de estudos de autores especialistas sobre o jornalismo. No terceiro capítulo, é apresentado o Jornalismo na internet tendo foco no webjornalismo e nas redes sociais. O capítulo número quatro apresenta o movimento Narrativas Independentes Jornalismo e Ação – Mídia Ninja, pelo olhar de um de seus idealizadores, Bruno Torturra. No capítulo cinco se encontra o método utilizado para a realização da pesquisa. No sexto estão os resultados da análise dos dados, obtidos através do estudo de caso. E, no último capítulo, apresentam-se as considerações finais do trabalho seguidas pelas referências bibliográficas.

2. JORNALISMO

2.1 HISTÓRICO

A evolução do jornalismo no Brasil se caracteriza por uma distinção de períodos, iniciando no período Colonial, Império, a República, a Nova República e os tempos atuais. Os estudos sobre imprensa no Brasil discutem qual foi o primeiro jornal brasileiro: se a *Gazeta do Rio de Janeiro*, que começou a circular em 10 de setembro de 1808, portanto, três meses depois da chegada da Família Real ao Brasil, ou o *Correio Brasiliense*, editado em Londres, desde junho daquele ano, por Hipólito José da Costa (BARBOSA, 2012).

Antes disso, já existiam inúmeras formas de manifestação: panfletos, gazetas escritas (jornais escritos à mão), jornais provenientes da Europa contrabandeados, repente, música de cordel, entre outras. As razões que fizeram com que a imprensa não se desenvolvesse no período colonial até 1820, têm duas abordagens: a primeira sob o ponto de vista colonial, em razão da convergência de uma série de fatores, de natureza sociocultural, que a tornaram desnecessária e socialmente inútil na colônia portuguesa (MELO, 2003) mantendo a perspectiva colonial de dependência e distante da libertação da coroa. Por outro lado, do ponto de vista econômico, não havia capacidade financeira numa nação escravista que sustentasse economicamente o desenvolvimento de uma imprensa escrita (SODRÉ, 1999), principalmente devido ao atraso das populações indígenas, analfabetismo, a ausência de urbanização e a incipiência das atividades comerciais e industriais (HOHLFELDT, 2008).

Além disso, a Carta Régia de 10 de maio de 1747 proibiu a impressão de livros ou de papéis avulsos, colocando na clandestinidade um prelo em Pernambuco e a tipografia de Antonio Isidoro Fonseca no Rio de Janeiro (MELO, 2009). Embora materiais impressos em outros países circulassem de forma restrita, a proibição inibiu a indústria do impresso, sendo novamente iniciada com a chegada da família real em 1808.

A *Gazeta do Rio de Janeiro*, que começou a circular em 10 de setembro de 1808, portanto, três meses depois da chegada da Família Real ao Brasil, ou o *Correio Brasiliense*, editado em Londres, desde junho daquele ano, por Hipólito José da Costa (BARBOSA, 2012).

Ainda, segundo Barbosa (2012), a *Gazeta do Rio de Janeiro* (1808-1822) inaugurou a impressão no Brasil e a circulação regular de periódicos que aqui passaram a serem impressos e se tornaram, gradativamente, acessíveis a um público

mais amplo. Junto com ela vieram outras publicações: livros, opúsculos, livretos, jornais, boletins e outros impressos clandestinos, como o *Correio Brasiliense* (1808-1822). Hohlfeldt (2008, p. 22) resume e compara a forma de atuação e dependência dos dois primeiros periódicos brasileiros:

Em resumo, pode-se dizer que, se a *Gazeta do Rio de Janeiro* paga pesado tributo ao oficialismo, isso não pode negá-la nem diminuí-la: era a condição de praticamente todos ou a maioria quase absoluta da sobrevivência dos jornais de então. Por outro lado, se o *Correio Brasiliense* é mais uma revista que um jornal, na verdade é o tipo de jornalismo que se vincula à tradição do publicismo inglês do século XVIII, assim como à tradição criada pelo Enciclopedismo francês do mesmo século. Ou seja, Hipólito José da Costa, de certo modo, antecipa-se a uma futura tendência dos periódicos, que é a diversificação de públicos e a segmentação, dirigindo-se ao público ilustrado – ou que assim se julgava – enquanto que a *Gazeta* tinha pretensões bem mais simples, de informar o que se produzia no centro do poder e que interessava a ele ser informado, ao mesmo tempo em que gradualmente informava a respeito do cotidiano da cidade.

Ato contínuo, D. João VI cria a Imprensa Régia em 13 de maio de 1808, aproveitando os equipamentos trazidos pela família real, quando partiu de Portugal fugindo das hordas de Napoleão. Todos os órgãos da Imprensa Régia eram subordinados à Junta Diretora, um conselho de censura prévia que, entre as suas atribuições, examinava os papéis e livros que se mandassem publicar e fiscalizavam para que nada se imprimisse contra a religião, o governo e os bons costumes sob a égide da coroa.

Ao deixar o Brasil em 1821, D. João VI decretou, no dia 2 de março, a abolição da censura prévia e regulou a liberdade de imprensa, ou seja, tornou livre no Brasil a palavra impressa (BAHIA, 2009). Pelo decreto, passou-se a aplicar a censura sobre as provas impressas, e não mais sobre os originais manuscritos. Com isto, tem-se o primeiro relaxamento na legislação.

No Quadro 1 podem-se observar os principais acontecimentos do período de 1808 a 1900. Cabe ressaltar que tanto o Quadro 1 quanto o Quadro 2 não tencionam esgotar o assunto, mas elencarem aspectos e eventos importantes dentro dos períodos escolhidos.

Quadro 1: Eventos importantes no período de 1808 a 1900

(continua)

ANO	DESCRIÇÃO DO EVENTO OCORRIDO
1808-1820	Monopólio do jornal impresso no Brasil (<i>Gazeta do Rio de Janeiro e Idade d'ouro do Brasil</i>).
1821	Surge o <i>Diário do Rio de Janeiro</i> .
1827	<i>Gazeta do Brasil</i> registra 793 assinaturas.
1844	Os correios iniciam apoio a circulação de jornais.
1856	Jornais estudantis (<i>O Guaianá, A Academia</i>) lançam campanhas pela libertação da

	escravatura.
1858	<i>Jornal Atualidade RJ.</i> mobiliza entregadores – negros, ex-escravos, mulatos –para a venda avulsa.
1875	<i>Jornal A Província de SP.</i> inova encarregando o ajudante de imprensa a vender jornal nas ruas (com buzina e a cavalo).
1872-1900	Jornais ampliam a rede e a forma de distribuição por quiosques, investindo também em distribuição própria (<i>Jornal do Commercio; Gazeta de Notícias; Correio Paulistano</i>).

Fonte: Baseado em Bahia (2009)

É importante notar-se a figura de Hipólito José da Costa, fundador do *Correio Brasiliense* editado em Londres, onde Hipólito refugiou-se devido à perseguição política que sofria. Considerado o idealizador e editor do *Correio Brasiliense*, é elevado à condição de jornalista pela sua determinação e capacidade de expor a verdade dos fatos, sobretudo num jornal que se opunha à *Gazeta do Rio de Janeiro*, que tinha o viés do império.

Hohlfeldt (2008) caracteriza Hipólito em duas abordagens, definindo a sua importância como o primeiro baluarte da defesa dos interesses da sociedade brasileira frente ao Império, através da imprensa. De um lado, estava o militante preocupado em civilizar as elites portuguesas e brasilienses, o que implicava em dar-lhes informações sobre tudo o que ocorria na Europa; de outro, o intelectual que se sentia responsável por, ao mesmo tempo, fiscalizar os atos da administração portuguesa em geral, defendendo-lhe a ética e a consequência política, ainda que combatendo fortemente os esforços emancipacionistas.

Mesmo à sombra do Império, muitos jornais se mantiveram independentes e democráticos. Exemplos disso foram o *Jornal do Commercio* (01/10/1827) e o *Diário de Pernambuco*, este ostentava a frase de seu proprietário: “se algum dia o diário soltar algum brado; será a bem do serviço público”. Em 1854, o *Diário de Pernambuco* foi considerado um dos melhores jornais do Brasil (BAHIA, 2009).

A partir da República, os jornais se caracterizam por uma forma mais livre, ampliando o leque de tipos e formatos das matérias impressas, no entanto, a relação e interdependência da política se alastraram.

No início do século XX, começam a se sobressair a influência da tecnologia na imprensa a partir do invento e uso do telégrafo e das rotativas que imprimiam alguns milhares de folhas. Outras tecnologias de impressão em cores e com formatos diversos promoveram o que Barbosa (2007, p. 24) pontuou: “constrói-se, pois, paulatinamente a imagem do jornalismo como conformador da realidade e da atualidade”.

Segundo Sodré (1999), com a República não houve alteração no desenvolvimento da imprensa, pois os grandes jornais continuaram os mesmos. Os republicanos com mais prestígio e força e os monarquistas com mais combatividade. O autor cita, ainda, a visão da imprensa brasileira segundo o correspondente francês Max Leclerc, que veio cobrir o advento da instalação da república. Leclerc enfatizou que a imprensa brasileira era um reflexo fiel do estado social nascido do governo paterno e anárquico de D. Pedro II, onde organizações fortes e bem equipadas estavam mais preocupadas com o valor da publicidade que as sustentavam do que com a orientação da opinião pública (*Jornal do Comércio e Gazeta de Notícias*).

Quadro 2: Eventos importantes pós-República

ANO	DESCRIÇÃO DO EVENTO OCORRIDO
1890	Depredação do Jornal <i>A Tribuna</i> devido à posição contrária a gestão de Deodoro da Fonseca.
1895	Fundação da <i>A Questão Social</i> , primeiro jornal socialista de formação Marxista.
1898	<i>A Gazeta de Notícias</i> inicia a publicação de charges; <i>Jornal do Brasil</i> instala oficinas de fotografia e galvanoplastia.
1908	Campos Sales lança o livro "Da propaganda à presidência" mostrando a promiscuidade dos financiamentos por parte do Estado aos jornais.
1914	Toma conta o tema da guerra e a imprensa inicia intensa campanha pró aliados.
1909-1919	Circula a <i>Revista Americana</i> visando o intercâmbio cultural com outros países.
1917	Jornalismo inicia a fase industrial nitidamente estruturado no capitalismo.
1924	Assis Chateaubriand assumiu a direção de " <i>O Jornal</i> ", embrião da maior cadeia de imprensa do país, os Diários Associados.
1925	Fundação do jornal <i>O Globo</i> , que em 1965 dá origem a rede de Globo.
1908-1950	Surgimento de revista especializada: <i>Tico-tico</i> infantil; <i>Kosmos</i> concentrando poetas parnasianos; <i>Fon-fon</i> com poetas simbolistas; <i>O Malho</i> críticas; <i>O Cruzeiro</i> , entre outras.
1937-1945	Fechamento de jornais, revistas e panfletos ordenado pelo executivo (Departamento de Imprensa e Propaganda). Após 1935, censura e controle sobre a mídia.
1942	Imprensa começa a se libertar na esteira da entrada do Brasil na Segunda Guerra e apoio aos aliados.
1953	Surgem a <i>Última Hora</i> e a <i>Tribuna da Imprensa</i> , também se aprofunda a concentração das grandes empresas de mídia com o rádio e a televisão.

Fonte: Baseado em Sodré (1999)

A passagem da imprensa artesanal à imprensa industrial, da pequena à grande burguesia seguiu o próprio desenvolvimento do Brasil, mas à sombra de algumas universalidades como a própria invenção norte americana do *lead* baseada na técnica dos 5W e 1H – *who* quem; *why* por que; *where* onde; *what* o que; *when* quando; *how* como (SODRÉ, 1999), atualmente implementado de mais um item H o *how much* quanto custa. Parecendo dar a conotação comercial do produto jornalístico.

Alguns aspectos são comuns aos períodos considerados. Primeiro a relação de dependência e de crítica ao poder estabelecido se caracterizando como se fossem duas imprensas, uma de defesa outra de ataque. Depois do advento das grandes corporações um dos lados se mostra mais poderoso. Em segundo, periódicos à

margem da legislação estabelecida incitando novas visões tais como: socialistas; sexistas; escárnio, lançando novos formatos como as charges; imprensa das comunidades; imprensa operária; imprensa anarquista.

2.1.1 Imprensa anarquista

Assuntos polêmicos eram tratados por escritores anônimos ou com pseudônimo. A presença anárquica na imprensa não tinha preocupação com a estética e sim a articulação e combate ideológico, com consciência, sensibilidade, luta e vocação para a liberdade.

Uma radiografia da imprensa brasileira desde suas primeiras publicações evidencia as raízes políticas da atividade jornalística. A imprensa era vista como um meio de propagação de ideias e aspirações.

Neste meio, homem da literatura, Oswald de Andrade flertava com os anarquistas e dizia do “quanto era difícil livrar-se da solenidade petrificada dos cânones literários”. No manifesto antropofágico, aborda a questão do devorar a cultura estrangeira, parar de imitá-la e sim criar uma cultura revolucionária própria. Foi um dos idealizadores da Semana de Arte Moderna, em 1922, que buscava um rompimento com a cultura europeia. Como na arte, na literatura a imprensa também carecia de um modelo com características nacionais.

A imprensa anarquista tinha como protagonista as questões abandonadas pela sociedade pelos governantes e pela imprensa tradicional. Abolição da escravatura, proclamação da República, era da industrialização, as guerras, luta de classes, corrupção, eram temas tratados e escritos pelos anarquistas.

O grande papel na imprensa anarquista coube aos trabalhadores em resistência à hegemonia dos grupos dominantes e na busca de seus direitos trabalhistas. Ela se caracteriza pela luta operária no Brasil, apoiada por intelectuais. De acordo com Cohen (2008, p. 122), há duas principais vertentes do movimento:

A anarcocomunista e a anarcossindicalista. Para a primeira era fundamental a autonomia operária, cuja ação direta – boicote, a sabotagem ou greve – seria a responsável pela destruição da ordem burguesa. Os anarcossindicalistas, por outro lado, pregavam a união sindical como forma mais eficiente de engajamento e luta. A espantosa quantidade de impressos publicados por e para operários. Entre 1890 e 1923, foram lançados 343 jornais. Alguns nomes relevantes, entre tantos: La Barricatta (1903), O amigo do povo (1902), A Plebe (1917), A Lanterna (1901), A Patuléia (1920).

Na greve geral de 1917, os problemas sociais eram evidentes. O movimento foi enfrentado pelas elites dominantes com as armas tradicionais: a repressão e a censura. A estratégia discursiva dos jornais da grande imprensa se configurava em tratar todos operários como comunistas e divulgar notícias alarmantes sobre a perseguição religiosa, a fome e a miséria (em outubro de 1917 ocorria a Revolução Russa) onde o comunismo era o sistema político.

Mais tarde, com as leis trabalhistas instauradas pelo governo Getúlio Vargas (1930), o movimento anarquista se esvaziou. Segundo Cohen (2008, p. 128), passa a existir cuidado excessivo com parcialidades e partidarismo:

Após 1935 a censura e o aparato de controle dos meios de comunicação tornaram-se mais rigorosos; a instauração da Lei de Segurança Nacional impôs o cerceamento à expressão do pensamento e as perseguições políticas se tornaram rotina. Em 1937, um novo golpe de estado punha fim ao sistema parlamentar, instaurando-se a ditadura do Estado Novo e abrindo uma era de estrito controle sobre os meios de comunicação.

2.1.2 Imprensa alternativa

Muitos autores (SODRÉ, 1999; BAHIA, 1990) apontam que a história da imprensa brasileira esteve permeada pela imprensa alternativa, pois no Brasil de 1808 circulavam, de maneira clandestina, os periódicos tidos como malditos aos olhos da Coroa Portuguesa, pelas críticas que faziam abertamente ao regime. O mais famoso deles é, sem dúvida, o *Correio Braziliense*, de Hipólito José da Costa (BARBOSA, 2008).

Para o dicionário de Aurélio Buarque de Holanda, a imprensa alternativa caracteriza-se “por uma posição editorial renovadora, independente e polêmica”, demonstrando como características básicas de um veículo alternativo a inovação, independência e polemização.

Sob o ponto de vista da história, muitas foram as finalidades e os veículos de comunicação alternativos. Por vezes contra o regime, outras vezes financiados pelo governo. Segundo Cadernos da Comunicação (2005), a palavra “alternativo” já era usada nos Estados Unidos e na Inglaterra para designar arte e cultura não convencionais. Na década de 60 a 70, muitos veículos alternativos foram lançados no Brasil, sendo o primeiro o *Pif Paf*, lançado por Millôr Fernandes em maio de 1964, logo depois, *O Bondinho*, *O Pasquim*, *Movimento*, entre outros.

Nesse sentido, Kucinski (1991) afirma que o termo “imprensa alternativa” começou a ser utilizado no Brasil no período de 1964 a 1980, caracterizando o

crescimento dos veículos de comunicação que se apresentavam contra a hegemonia do regime militar e que tiveram importante participação na queda do mesmo.

O autor salienta, ainda, a volatilidade dos veículos, pois cerca de 150 foram criados, mas a metade deles não durou nem um ano. O Quadro 3 mostra alguns destes exemplos.

Quadro 3: Mídia alternativa impressa

Pif Paf	1964
Exemplar	1967
A Carapuça	1968
O Pasquim	1969
Bondinho	1970
Flor do Mal	1970
Grilo	1971
Já	1971
Opinião	1972
Ex	1973
Movimento	1975
Em Tempo	1977
Enfim	1979

Fonte: Cadernos da Comunicação (2005)

Além da linha de mídia impressa, o rádio foi elemento importante como forma de expressão alternativa. De acordo com Peruzzo (1999, *apud* FERNANDES, 2013), a primeira experiência brasileira de rádio livre foi a *Rádio Paranoica*, na cidade de Vitória, capital do Espírito Santo, de 1970 a 1971. Outros exemplos brasileiros desse movimento de emissão radiofônica são as pioneiras de São Paulo: a *Rádio Spectro* (1976), de Sorocaba, a *Rádio Pirata de Guararema* (1984) e a *Rádio Xilik* (1985). Após a inauguração desta última, se sucederam diversas rádios livres paulistanas, entre elas a *Rádio Totó Ternura*; a *Rádio Tereza*; a *Rádio Ítaca*; a *Molotov*; a *Ilapso*; a *Trip*; e a *Se Ligue Suplicy*.

De fato, Aguiar (2008) aponta que a mídia alternativa ganhou força e importância a partir do golpe de 1964. Naquele momento elas ganharam um fôlego surpreendente por todo o país, gerando continuamente novas experiências a partir das antigas, fosse por secessão, ruptura, rachas ou outro meio qualquer de reprodução, como aconteceu com *Opinião*, *Movimento* e *Em tempo*.

No entanto, com o próprio desenvolvimento do regime militar e dos partidos políticos da época, foi se desenhando uma nova estrutura organizacional nos jornais, que colocava em choque o que era proposto, como uma frente política, e o que eles

realmente apresentavam e representavam. Ao redor de 1976, as equipes dos jornais se formavam, se dividiam, se dissolviam e se recompunham. O mesmo acontecia nas áreas cada vez mais fragmentadas da esquerda clandestina no Brasil, cuja desagregação dos movimentos criou hiatos entre grupos de direção e entre estes e as bases de um e de outro movimento (AGUIAR, 2008), portanto a mesma desagregação política se mostrava nos meios alternativos.

Estes veículos formaram linhas editoriais humorísticas, sarcásticas, doutrinárias e existencialistas. Mais proximamente o fator tecnologia promoveu o aparecimento de novas possibilidades de mídias alternativas através de: rádios comunitárias; notícias em redes sociais; blogs.

Neste sentido, Aguiar (2008) pondera que no início do século XXI há uma nova imprensa alternativa. Muito variada, nascida da internet (blogs e sites), de jornais, de movimentos e organizações específicas como o MST e os sindicatos das rádios comunitárias e até mesmo de espaços na televisão, muitas vezes comprados ou cedidos às organizações de trabalhadores e movimentos sociais. Há órgãos impressos de grande circulação nacional ou regional, como no ABC paulista, que podem ser considerados parte dessa imprensa alternativa que se opõe à pretendida hegemonia por parte dos órgãos que se intitulam “formadores de opinião”, e defendem os espaços e as propostas do grande capital e, de 20 anos para cá, a agenda do pensamento neoliberal. As condições culturais dessa nova imprensa alternativa são muito diferentes daquela do século XX. Hoje seu horizonte resguarda os fóruns sociais mundiais e seu alcance, graças à internet, é muito maior e imediato. Além do que, os novos espaços comunicativos relativizaram muito o poder da grande imprensa.

2.2 O PODER

A palavra poder está associada a diversas conotações indicando possibilidade de força física, autoridade e influência. Pode denotar também a força da alma, comando ou domínio. Na história pode estar associada a império, soberania, posse. Todas as formas dão a nítida impressão de superioridade ou de jugo de alguém sobre alguém. Talvez por isto a palavra poder adquira de um modo geral a conotação negativista.

De qualquer modo, o poder está associado às práticas de dominação, à probabilidade de encontrar obediência (WEBER, 1997). Portanto, dentre os fatores

inerentes ao poder estão os dominados, quer seja pela força, pela obediência, pelo aspecto legal, pelo convencimento ou outra forma que gere uma aceitação deste poder.

A expressão de que a imprensa é o quarto poder tem sido muito utilizada para expressar a capacidade das mídias de imprimirem uma forma de domínio por vezes para o bem, outras nem tanto. De fato, a ideia de que a imprensa expressa um quarto poder só é aceitável enquanto tal poder corresponder ao poder do seu público, sem o que “a imprensa que a liberdade criou se torna senhora da liberdade”. (ALVES, 1985).

No entanto, o poder não é um ente, nem emana de algum lugar. Não existe algo chamado poder, mas unicamente formas díspares, heterogêneas, em constante transformação. O poder é essencialmente repressivo. O poder é o que reprime a natureza, os indivíduos, os instintos, uma classe. Quando o discurso contemporâneo define repetidamente o poder como sendo repressivo, isto não é uma novidade. Hegel foi o primeiro a dizê-lo; depois, Freud e Reich também o disseram. Em todo caso, ser órgão de repressão é, no vocabulário atual, o qualificativo quase onírico do poder. Não será, então, que a análise do poder deveria ser essencialmente uma análise dos mecanismos de repressão? (FOUCAULT, 1975).

A relação entre os mecanismos de repressão e a tentativa de imprensa livre é antiga e conflituosa. Desde a primeira constituição republicana, promulgada em fevereiro de 1891, a liberdade de imprensa estava supostamente garantida, mas sempre houve períodos de choque na história da imprensa brasileira, de forma mais clara ou mais velada, seja em tempos de República ou de Monarquia. Mais do que o regime em voga, são as circunstâncias políticas e sociais que determinam o quão livre jornais e jornalistas podem ser. E, para além do cerceamento explícito do governo, a autocensura e o jogo de interesses dos proprietários dos veículos de comunicação também sempre decidiram o que deveria ou não ser publicado (SCHERER, 2013) modernizando a leitura das funções tradicionais dos *gatekeepers* com mais ou menos tecnologia.

Diante do exposto, nota-se que toda vez que o poder sentir-se ameaçado, irá reprimir com intensidade, como se fosse uma reação instintiva de sobrevivência, acirrando o embate e fortalecendo suas estruturas, normalmente representadas pelo poder vigente.

Em “O Futuro de uma Ilusão”, Freud (1927) ao tentar descobrir as origens da civilização e por quais caminhos ela se desenvolveu, inicia dizendo que “quanto

menos um homem conhece do passado e do presente, mais inseguro terá de mostrar-se seu juízo sobre o futuro”. Essa dificuldade, segundo ele, se deve ao fato de “apenas poucas pessoas poderem abranger a atividade humana em toda sua amplitude”. Além disso, ocorre a interferência das expectativas subjetivas do indivíduo, as quais são pessoais, com maior ou menor otimismo diante da vida, construído pelo seu temperamento, sucessos ou fracassos.

Freud (1927) usa o termo civilização humana “para tudo aquilo em que a vida humana se elevou acima de sua condição animal e difere da vida dos animais” e apresenta dela dois aspectos: o conhecimento e a capacidade de controlar as forças da natureza e extrair dela a riqueza para a satisfação de suas necessidades, como também a criação dos regulamentos para organizar as relações entre os homens, como a distribuição dessa riqueza. Essas duas tendências da civilização são interligadas; primeiro, porque as relações dos homens são influenciadas pela quantidade de satisfação instintual que a riqueza torna possível; segundo, porque, individualmente, um homem pode funcionar como riqueza para outro homem, na medida em que a outra pessoa faz uso de sua capacidade de trabalho; terceiro “todo indivíduo é virtualmente inimigo da civilização, embora se suponha que esta constitui um objeto de interesse humano universal.” (FREUD, 1927, p. 16).

O indivíduo resiste à civilidade pelo sacrifício da satisfação instintual. Ao mesmo tempo pela dificuldade em viver só, sabe da necessidade da civilidade para que a vida comunitária seja possível.

A civilização, portanto, tem de ser defendida contra o indivíduo e seus regulamentos, instituições e ordens, dirigem-se a essa tarefa. Fica-se assim com a impressão de que a civilização é algo que foi imposto a uma maioria resistente por uma minoria que compreendeu como obter a posse dos meios de poder e coerção. Evidentemente, é normal supor que essas dificuldades não são inerentes à natureza da própria civilização, mas determinadas pelas imperfeições das formas culturais que até agora se desenvolveram. E, de fato, não é difícil assinalar esses defeitos. (FREUD, 1927, p. 17).

A humanidade obteve avanços no controle da natureza, porém, Freud (1927) questiona se houve o mesmo progresso ao tratar-se dos assuntos humanos. Questiona se é possível reordenar as relações humanas de tal forma que retiraria as fontes de insatisfação para com a civilização pela renúncia à coerção e à repressão dos instintos e sem a perturbação interna os homens se dedicariam à aquisição da riqueza e dela usufruiriam. “Essa seria a idade de ouro, mas é discutível se tal estado de coisas pode ser tornado realidade”. (FREUD, 1927, p. 17).

Ao levar em conta a presença em todos os homens de tendências destrutivas, portanto, antissociais e anticulturais, Freud (1927) pensa que num grande número essas tendências podem determinar o comportamento na sociedade. Assim afirma que:

A questão decisiva consiste em saber se, e até que ponto, é possível diminuir o ônus dos sacrifícios instintuais impostos aos homens, reconciliá-los com aqueles que necessariamente devem permanecer e fornecer-lhes uma compensação. É tão impossível passar sem o controle das massas por uma minoria [...]: os indivíduos que as compõem apoiam-se uns aos outros em dar rédea livre a sua indisciplina. [...] Só através da influência de indivíduos que possam fornecer um exemplo e a quem reconheçam como líderes, as massas podem ser induzidas a efetuar o trabalho e suportar as renúncias de que a existência depende. (FREUD, 1927, p. 18).

Freud (1917), ao falar do sofrimento do homem nesse processo civilizatório contínuo, aponta que seguem os defeitos regulatórios culturais, pois tornaram os homens amargurados, vingativos e inacessíveis. As lideranças somente funcionariam se elas próprias tivessem uma compreensão interna superior das necessidades da vida, e domínio de seus próprios instintos. Ainda assim, a ameaça interna e externa seria constante e teriam de, em algum momento, estar de posse do poder independente. O autor propõe como saída:

Gerações novas, que forem educadas com bondade, ensinadas a ter uma opinião elevada da razão, e que experimentarem os benefícios da civilização numa idade precoce, terão atitude diferente para com ela. Senti-la-ão como posse sua e estarão prontas, em seu benefício, a efetuar os sacrifícios referentes ao trabalho e à satisfação instintual que forem necessários para a sua preservação. Estarão aptas a fazê-lo sem coerção e pouco diferirão de seus líderes. É algo firmemente baseado na descoberta psicológica segundo a qual o homem se acha aparelhado com as mais variadas disposições instintuais, cujo curso definitivo é determinado pelas experiências da primeira infância. (FREUD, 1927, p. 18).

O processo civilizatório é contínuo, em paralelo, o controle do homem segue pelos processos regulatórios das sociedades, em cada tempo a seu modo, e de certa forma evolutivo para uma parcela desta mesma sociedade, que já vem desse ambiente que Freud propõe como profícuo para a evolução.

Nesta breve passagem pelos estudos de Freud, encontra-se subsídio para compreender uma das formas como uma parcela da sociedade usa, através do conhecimento em dominar e extrair da natureza a riqueza, o domínio sobre o homem e a acumulação de poder. Esse poder permeia a humanidade e se abastece do processo civilizatório e da busca constante de satisfação do homem, como também da incapacidade da grande maioria em compreender e dominar seu funcionamento

psíquico. Repetindo Freud, “um homem pode funcionar como riqueza para outro homem com seu trabalho”. (FREUD, 1927, p. 16).

Os estudos de Freud sobre o processo civilizatório seguem e levantam outros itens importantes do inventário psíquico de uma civilização, tal como as ideias religiosas, ou em outras palavras, suas ilusões ou os ideais culturais para a busca de um tipo diferente de satisfação, mais evoluída, apreendendo as artes, etc.

Nesse quadro, se observa como aqueles que assumem a ordem de poder controlam as massas. Este controle, para o bem ou para o mal, é justificado e influenciado por fatores culturais que muitas vezes usam a coerção e a manipulação para o seguimento do processo civilizatório e manutenção do poder instituído. Nesse contexto histórico, cultural, político e econômico pode-se pensar na mídia tradicional como protagonista de um poder: poder de contar histórias na forma que lhe convém e convém ao próprio poder, pois tem ao longo do tempo os meios necessários para usar a palavra e difundi-la, influenciar a cultura e educação de um povo, criar e destruir conceitos e pessoas, retroalimentando seu poder.

As teorias freudianas deixam clara a possibilidade de transmissão de meios na cultura para uma evolução sobre os instintos do homem. Mas num pacto de poder para manutenção da riqueza entre poucos, aí está a mídia tradicional a serviço da minoria e seus instintos destrutivos.

O que ocorre com a mídia alternativa atacada e demonizada em oposição à mídia tradicional prepotente, é exatamente o seu formato cultural, que encontra satisfação nos ideais de uma civilidade mais humanitária. Nas palavras do [JornalistasLivres\(#JornalistasLivres\)](#) se encontra alguma tradução do desejo por uma cultura com bases na democracia e valores que sustentem a dignidade humana:

Somos uma rede de coletivos originada na diversidade. Existimos em contraponto à falsa unidade de pensamento e ação do jornalismo praticado pela mídia tradicional centralizada e centralizadora. Pensamos com nossas próprias cabeças, cada um (a) de nós com sua própria cabeça. Os valores que nos unem são o amor apaixonado pela democracia e a defesa radical dos direitos humanos.

Nos opomos aos estratagemas da tradicional indústria jornalística (multi)nacional, que, antidemocrática por natureza, despreza o espírito jornalístico em favor de mal disfarçados interesses empresariais e ideológicos, comerciais e privados, corporativos e corporativistas.

Não agimos orientad@s por patrão, chefe, editor, marqueteiro ou censor. Somos noss@s própri@s patrões/patroas, somos noss@s própri@s empregad@s. Almejamos viver em liberdade e vivemos na busca incessante por liberdade.

De certa forma há uma luta entre o conformismo e apatia da mídia e o jornalista que busca exercer seu papel na sociedade.

Segundo Lopes (2005), o jornalista era o profissional que tudo sabia, porém este quadro se alterou e ele sente-se asfiziado, e sob uma avalanche de dados, processos que o mobiliza, ocupa e preenche todo o seu tempo: “tal como os engodos, os distraem do essencial”. “Isso encoraja a sua própria preguiça, pois já não tem que procurar a informação, ela vem ter com ele sem esforço” acrescenta RAMONET (1999, p. 29 *apud* LOPES, 2005).

Champagne (1998, *apud* LOPES, 2005) aponta que o neoliberalismo aos poucos se impôs à mídia. A mídia se torna assim uma indústria onde “a informação tende a ser cada vez mais uma subempreitada entregue a jornalistas precários prontos para todos os fretes que trabalham as matérias que lhe são fornecidas e fabricam uma informação por encomenda”.

Ao tornar-se uma indústria, há uma mudança radical na forma de trabalhar. Associadas à tecnologia crescente, as redações são hoje o espaço do jornalista, que muitas vezes não vai à fonte para obter notícia. A partir de alguma informação redige o texto, incorpora imagens e está pronto. Essa definição de trabalho leva ao aumento excessivo de notícias produzidas e ofertadas num mercado.

Sendo assim Halimi (1998 *apud* LOPES, 2005), afirma que “a informação é hoje um produto como qualquer outro, objeto de compra e venda proveitoso ou dispendioso, condenado assim que deixa de ser rentável”.

Neste contexto, não está contabilizada a verdade o interesse social de uma nação, o *que* existe são mercadorias que vendem/valem mais:

Como mercadoria está em grande medida sujeita às leis do mercado, da oferta e da procura, que se sobrepõem a outras regras, nomeadamente cívicas e éticas, que deveriam, no entanto ser as suas. A busca prioritária do lucro e a profusão de alianças sem fronteiras, de fusões e de concentrações caracterizam o universo atual dos media. (RAMONET, 1998 *apud* LOPES, 2005).

Torna-se importante, ainda, o que Esteves (2003 *apud* LOPES, 2005) define como influência dos jogos de poder na informação, os protagonistas que chama de “profissionais do negócio da opinião, cuja atividade, é a manipulação impessoal do público, sob-remuneração”, especialmente em se tratando de informações políticas, onde grupos e governos se tornam reféns.

Esteves (2003 *apud* LOPES, 2005) ressalta que por trás destes profissionais do negócio da opinião, encontram-se outros atores com poder e que são os grandes beneficiários.

Esse jogo é exatamente o que destitui o jornalista de sua função social. Nesta construção de informações é que se instala o poder da mídia tradicional de demonizar qualquer nova narrativa que ameace o seu poder e o poder dos atores a ela associados.

2.3 LINGUAGEM – LEAD E ESTRUTURA PIRAMIDAL

Para Lage (2001), o conceito de *lead* é dado como o primeiro parágrafo da notícia em jornalismo impresso e, por extensão, a abertura do texto nos noticiários radiofônicos. É um relato sumário e ordenado do fato mais interessante de uma notícia e não do resumo da notícia toda, como aparece em algumas descrições. Segundo Lage (2001, p. 49), *lead* clássico é:

Aquele ordenado segundo o princípio da precedência da notação mais interessante;
 Aquele constituído (estruturalmente ou na forma manifesta) de um único período, ocupando de três a cinco linhas datilografadas de 72 toques por linha (em casos excepcionais, dependendo do ritmo fonológico e sintático, um pouco mais ou menos do que isto);
 Aquele constituído, pelo menos em nível de concepção, de uma única oração principal, isto é, de uma proposição declarativa cujos termos podem ser palavras isoladas, locuções ou orações subordinadas (substantivas, adjetivas, circunstanciais).

Nessa linha, Noblat (2002) explica que no *lead* devem estar respondidas as seguintes perguntas: o que, quem, quando, onde, como e por quê.

O autor cita ainda um exemplo de um *lead*: "O presidente Fernando Henrique Cardoso anunciou ontem, durante reunião com seus ministros no Palácio do Planalto, que a seus sucessores não deve ser garantido o direito à reeleição". [...] "Trabalhar neste palácio e morar por oito anos no Palácio da Alvorada é tempo demais até para uma pessoa disposta como eu a fazer qualquer sacrifício pelo país", admitiu o presidente.

Desconstruindo o *lead* em suas partes para melhor entendimento tem-se:

Quem? O presidente Fernando Henrique Cardoso.

O quê? Anunciou que não deve ser garantido a seus sucessores o direito à reeleição.

Onde? No Palácio do Planalto durante reunião com seus ministros.

Quando? Ontem.

Por quê? Por achar que é tempo demasiado trabalhar no Palácio do Planalto e morar no Palácio da Alvorada por oito anos.

O autor segue dizendo ainda que: em um *lead*, o "quem" pode ser respondido antes do "onde". Ou o "por que" antes do "quê". Ou depois dele. Depende da importância maior ou menor de cada um. Nunca vi um '*lead*' que destacasse primeiro o "quando". E implico com frases que o destacam. Só começaria uma frase que valorizasse o "quando" se fosse para anunciar o fim do mundo: "Ontem, o mundo acabou". O *lead* data de uma época em que era necessário uniformizar os textos dos jornais, separar informação de opinião e privilegiar a objetividade. Ele não foi inventado exatamente com esses propósitos, mas a eles serviu.

Muitos autores reconhecem, além das cinco perguntas citadas, mais duas, que são o porquê e o como, por vezes, podem ser omitidos ou deixados para o parágrafo subsequente (GRADIM, 2000).

Obviamente, o dinamismo dos acontecimentos e os tipos de notícias conduzem a tipos de *lead* adequados para cada situação, até porque O *lead* data de uma época em que era necessário uniformizar os textos dos jornais, separar informação de opinião e privilegiar a objetividade. Ele não foi inventado exatamente com esses propósitos, mas a eles serviu (NOBLAT, 2002).

Embora o *lead*, enquanto estrutura lógica, permaneça útil como mapa de entendimento ao leitor, o desenvolvimento do formato do jornalismo informativo mostra que as empresas jornalísticas emergentes criam uma linguagem adequada aos novos padrões industriais e as necessidades da sociedade de massas (LAGE, 2001). Esta evolução vai permitindo releituras e o desenvolvimento de um *lead* mais adequado a cada tempo.

O *lead* tradicional conduz a pirâmide invertida, que é a técnica mais comum de construção das notícias, e segue-se a partir da elaboração de um *lead* direto. Significa que numa notícia, as informações são dadas por ordem decrescente de importância, de forma que, à medida que se vai descendo no corpo da notícia, os fatos relatados vão se tornando cada vez menos essenciais. Pirâmide invertida, porque a base desta, aquilo que é noticiosamente mais importante, se encontra no topo – em ordem muito distinta à que seguem, por exemplo, a novela, o drama ou o conto (GRADIM, 2000).

No entanto, o imediatismo e capacidades das novas tecnologias impõem uma nova forma de leitura. O *lead* ganha ares ampliados e imediatistas devido aos

recursos de som, imagem, hipertexto, transformando a imagem da pirâmide numa pirâmide deitada.

Nesse sentido, Canavilhas (2006) alega que tal como acontece na pirâmide invertida, o leitor pode abandonar a leitura a qualquer momento sem perder o fio da história. Porém, neste modelo é oferecida a possibilidade de seguir apenas um dos eixos de leitura, ou navegar livremente dentro da notícia.

Assim, esta arquitetura exige “um novo tipo de jornalista” – um profissional que tem neste tipo de trabalho uma alta percentagem de documentalista, que seja capaz de expor com eficácia o relato dos acontecimentos e os comentários produzidos nos distintos suportes possibilitados pelo computador (EDO 2002, *apud* CANAVILHAS, 2006).

Em suma, a pirâmide deitada é uma técnica libertadora para utilizadores, mas também para os jornalistas. Se o utilizador tem a possibilidade de navegar dentro da notícia, fazendo uma leitura pessoal, o jornalista tem ao seu dispor um conjunto de recursos estilísticos que, em conjunto com novos conteúdos multimídia, permitem reinventar o webjornalismo em cada nova notícia (CANAVILHAS, 2006).

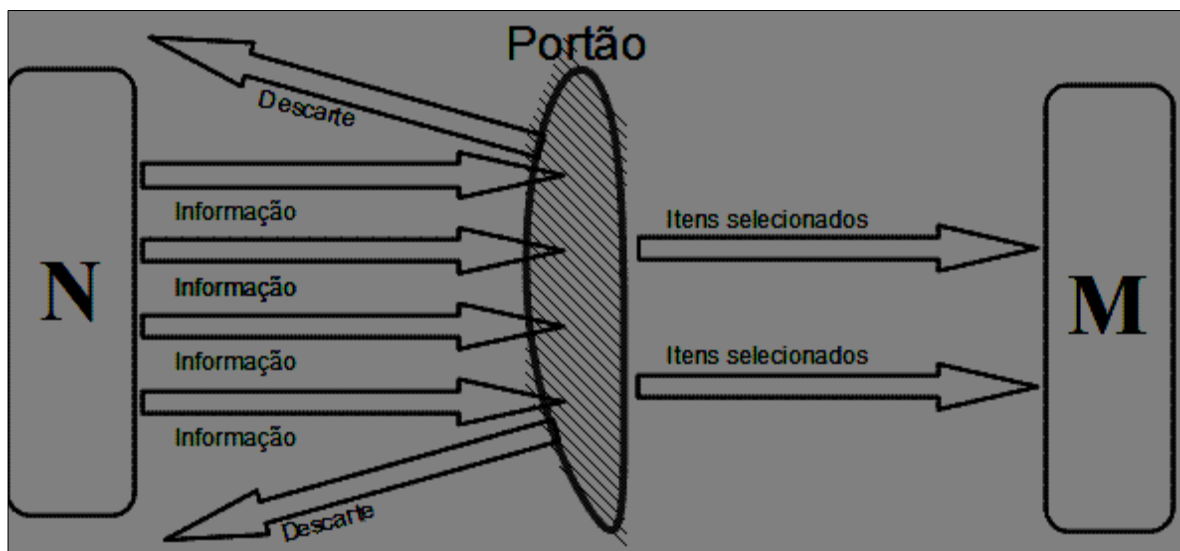
3. JORNALISMO NA ERA DA INFORMÁTICA

O jornalismo encontra-se perante um desafio importante, por um lado o avanço da tecnologia propõe uma reformatação, velocidade e flexibilidade dos meios de transmissão. Por outro lado, a legitimidade de suas informações, pois a rede possibilita a checagem constante e a não submissão à linha jornalística ou a qualquer outro viés seja ele político, econômico ou apenas impreciso.

É possível observar um desmanche da figura do *gatekeeper* tradicional, que determinava aquilo que se tornava a realidade social de uma pessoa através do processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de mensagens que chegam às pessoas diariamente (SHOEMAKER; VOS, 2011), alterando sua forma particular de ver o mundo através do jornal.

É importante observar a evolução do papel do *gatekeeper* desde a configuração tradicional (Figura1) de intermediar as notícias de N fontes para M destinos, realizada pela figura do editor, para a visão ampliada de Schoemaker e vos (2011), que destacam que o modelo de White, por ser de um único *gatekeeper*, não incluiria a organização. Assim, um conjunto de trabalhadores individuais, atuando coletivamente com o cumprimento de um conjunto de regras são um *gatekeeper*.

FIGURA 1 - Modelo do Gatekeeping



Fonte: White (1950, p. 386)

Nesse contexto ainda, a figura do *gatekeeper* está internalizada na organização de mídia. Atualmente, o que se avizinha é o potencial do consumidor da notícia ser o próprio *gatekeeper*, definindo quando e como e em que intensidade deve ultrapassar o portão da notícia.

Portanto, sob o ponto de vista do “produconsumo” (aproximação entre o produtor e o consumidor) somos todos *gatekeepers*. Armados de um celular participa-se e retrata-se a realidade online de forma onipresente. Este fato permite uma relação muito próxima entre algo e seu contexto ou, de acordo com Bordieu (1983), algo somente pode ser notícia se estiver no jornal (arte somente é reconhecida como arte se estiver num museu), em suma, algo é notícia se estiver na rede (*online*) e a rede está em todos os lugares, “*onlinizando*” o jornalismo.

Segundo Palma e Dreves (2006), o jornalismo online começou sua jornada com o *The New York Times* na década de 70, disponibilizando resumos e textos completos passados a assinantes que possuíam computadores. No Brasil, o primeiro jornal transposto para a Web foi o *Jornal do Brasil*, em 1995.

Dentre as inúmeras características do jornalismo online está a capacidade de aproximação, pois ao observar-se o modelo de comunicação seminal de Shannon (1948) ao concluir que quanto mais longe estiver a fonte da informação de seu destino, maior pode ser o ruído existente entre eles, distância esta reduzida substancialmente pela capacidade online.

Esse fato promove uma melhora na retórica das notícias, ampliando e permitindo uma releitura das habituais figuras do discurso e dispositivos estratégicos que melhoram a veracidade, a plausibilidade, a correção, a precisão ou a credibilidade (VAN DIJK, 1998). Entre esses dispositivos, Van Dijk (1998) incluiu: o uso de números; um uso seletivo das fontes; modificações específicas nas relações de relevância (as proposições incompatíveis são subvalorizadas ou completamente ignoradas); perspectivas na descrição dos acontecimentos ideologicamente coerentes; uso seletivo de pessoas e instituições fiáveis, oficiais, bem conhecidas e, especialmente, credíveis; a descrição de detalhes próximos e concretos; a citação de testemunhas ou participantes diretos; e a referência ou o apelo às emoções. Numa releitura *online*, têm-se esses mesmos elementos podendo ser instantaneamente filmados, ouvidos e publicados na web, conferindo um grau maior de confiabilidade e agilidade. Assim, nos sítios Web, a “narração” e a “confirmação” fazem parte de um mesmo conjunto, a organização da informação (SERRA, 2006), chegando ao jornalismo de terceira geração (PALMA; DREVES, 2006), onde o conteúdo tem design, som, imagem e atributos informacionais que cativem o internauta, no mesmo momento em que pretendem lhe garantir a verdade.

Essa transparência informacional na sociedade atinge os governos e empresas de mídia, pois a rede pode ser vista como instrumento de combate à corrupção, repressão e exclusão social promovida pelos governos. (CASTELLS, 2005). Neste sentido, Warnick (2006) aponta os efeitos nocivos da concentração da mídia em poucos controladores. Este fato promove um relaxamento das regras do governo, facilitando desmandos se existir uma relação indevida entre governos e estes controladores, pois a mesma facilidade que se apresenta à sociedade, também pode ser conduzida por empresas com poder financeiro.

Desse modo, o jornalista atua com frequência menos como um tradicional *gatekeeper* e mais como aquele que examina os fatos para avaliar sua veracidade, como um autenticador dos jornalistas cidadãos e curador do que é reportado nas redes sociais (PAVLIK, 2014), que talvez seja o mais novo ecossistema jornalístico em desenvolvimento.

3.1 WEBJORNALISMO E SUAS CARACTERÍSTICAS

Toda a nova tecnologia, quando aporta em um novo segmento organizacional, provoca uma desacomodação que pode representar uma quebra de paradigma, promovendo uma grande restrição ou, então, ser vista como uma oportunidade de fazer melhor e de forma diferente o que está sendo feito. No campo do jornalismo, a web e os avanços tecnológicos também impactaram fortemente, realinhando o modelo de negócios por parte dos media, quanto da parte dos consumidores que se viram diante de um universo instantâneo de informações, com o qual se acostumaram rapidamente.

Também como qualquer nova tecnologia, os utilizadores da web no jornalismo carecem de tempo para amadurecerem a compreensão e alterarem sua forma de ver o mundo a partir desses novos elementos. De fato, com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar inúmeras possibilidades que a internet oferece, proporcionando um produto completamente novo: a web notícia também destaca que a introdução de novos elementos multimídia na notícia altera o processo de produção de informação, bem como, o modo de o leitor consumir notícia (CANAVILHAS, 2011).

O Quadro 4 mostra as sete dimensões que compõem a estrutura do webjornalismo (CANAVILHAS, 2014). No campo descrição está o objetivo de cada

dimensão, a funcionalidade sob o ponto de vista do consumidor da informação e a implicação técnica principal nas organizações de mídia.

Quadro 4: Sete dimensões do web jornalismo

DIMENSÃO	DESCRIÇÃO	FUNCIONALIDADE	IMPLICAÇÃO	AUTOR
HIPERTEXTO	O texto transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (links) chamado hipertexto.	Permite ao leitor desenhar o seu próprio percurso de leitura dentro de uma rede mais ou menos complexa.	Da pirâmide invertida à pirâmide deitada.	João Canavilhas
MULTIMEDIALIDADE	Coordenação conjunta de tipos de linguagem ou formatos que tradicionalmente se manipulavam em separado (articulação dos cinco sentidos).	Liberdade de escolha de formatos e mídias de leitura e de tecnologia.	Aumenta a dificuldade de coordenação dos meios e no trato tecnológico.	Ramón Salaverría
INTERATIVIDADE	Capacidade de acesso e participação do leitor na mídia, conferindo-lhe maior poder de participação.	Aproxima consumidor e fonte permitindo a troca de informações e reciprocidade.	Como dar acesso e veracidade às informações do consumidor.	Alejandro Rost
MEMÓRIA	Metaforicamente, a internet não esquece nada que ouviu, viu ou leu, memória de armazenamento infinita.	Memórias podem ser contadas, recontadas e reanalisadas, para o bem e para o mal.	Necessidade de tratar com técnicas e novas perspectivas.	Marcos Palacios
INSTANTANEIDADE	Em alguma plataforma a notícia está online.	Sem distinção entre o acontecimento e o conhecimento.	Coordenar as diversas plataformas	Paul Bradshaw
PERSONALIZAÇÃO	Desafio está em reunir, classificar e filtrar o conteúdo disponível, disponibilizando as notícias mais interessantes para cada leitor.	O leitor é cativado por fatores que vão além da notícia.	Como manter-se relevante, ético e sustentável.	Mirko Lorenz
UBIQUIDADE	Todos podem o tempo todo acessar notícias, entretenimento e participar fornecendo seus próprios conteúdos para compartilhamento e distribuição Global.	Ser encontrado em todo lugar, além da internet em qualquer lugar (“internet das coisas”)	Tornar-se uma organização em rede eficiente (alcance e responsabilidade adequadas).	John V. Pavlik

Fonte: Baseado em Canavilhas (2014)

Ao analisarem-se as sete dimensões, observa-se o profundo impacto que cada uma delas tem sobre o modo de se fazer jornalismo. Porém, ao se analisar o impacto do conjunto das dimensões fica muito difícil antever o futuro do jornalismo como decorrência.

Caso se tome como exemplo as dimensões de hipertexto, multimedialidade e interatividade e se projete num horizonte de médio prazo, ter-se-á outro ambiente de jornalismo com intensa participação dos consumidores e calcado em tecnologias de

informação, em especial a mobilidade. As organizações de media poderiam estar fisicamente em qualquer lugar, ou seja, onde estivesse o jornalista utilizando-se das pessoas ao seu redor, publicando na plataforma que fosse mais adequada para aquele momento.

3.2 O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NO JORNALISMO MODERNO

O estudo de redes sociais remete à antropologia pela característica social do ser humano. Remotamente, o homem pré-histórico executava estratégia de caça, de comunicação, hierarquia e outras que lhe permitiram sobreviver e dominar a si e a outras espécies. Logo, a lógica de enredamento e aproximação é inerente aos seres.

Milgram (1967) criou a teoria dos seis graus (laços) de amizade. Uma hipótese social de que qualquer pessoa no mundo está a seis graus de separação de outra. O experimento foi através de cartas na época. O estudo concluiu que são necessários no máximo, seis laços de amizade para que duas pessoas quaisquer estejam ligadas.

Para Granovetter (1973, p. 1361), os tipos de laços mais importantes de uma rede são os laços fortes: i) avaliação individual (por exemplo, amizade ou respeito); ii) a transação e a transferência de recursos materiais (uma transação de compra e venda entre duas empresas); iii) a transferência de recursos não materiais (a troca de mensagens eletrônicas); iv) a associação ou afiliação que ocorre quando os atores participam de eventos em comum (festas); a interação (sentar-se próximo a outra pessoa); v) a movimentação e a conexão física e social; vi) laços entre papéis formais (laço de autoridade chefe-subordinado em uma empresa); relações biológicas (pai e filho).

No entanto, Kaufman (2012) aponta para um trabalho mais recente de Granovetter *The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited* (1983), em que o autor revê alguns dos conceitos anteriores, observando que os chamados “Laços Fracos” são fundamentais para a disseminação da inovação, por serem redes constituídas de indivíduos com experiências e formações diversas. “Laços Fracos” são importantes porque nos conectam com vários outros grupos, rompendo a configuração de “ilhas isoladas” reassumindo a configuração de rede social. “Laços Fortes” levam a uma topologia da rede e definem a configuração dos nós da rede de conexões entre os indivíduos no ciberespaço, no qual as relações de “Laços Fracos”

funcionam como pontes (KAUFMAN, 2012), sendo mais importantes na manutenção da rede social do que os laços fortes.

As atuais redes sociais, onde as pessoas muito interagem, mas pouco se conhecem pessoalmente, podem se classificar como redes de laços fracos, portanto fundamentais pontes de ligação entre os diversos grupos.

A partir dessa análise antropológica torna-se decorrência clara de que se houvesse uma solução tecnológica, o ser humano tenderia a se organizar em redes tanto quanto possível, como de fato está ocorrendo atualmente com o fenômeno das redes sociais *facebook*, *twiter*, *Instagram*, entre outras.

Em entrevista à *Revista Época*, na edição de outubro de 2013, o sociólogo espanhol Manuell Castell pontua:

A internet é uma tecnologia velha, foi criada em 1969, mas o mais importante é que ela é também um produto cultural. Foi organizada a partir de valores como liberdade e autonomia. Portanto, o tipo de tecnologia em rede e o tipo de padrão cultural baseado na autonomia coincidem. Hoje, qualquer mensagem que se quer livre e autônoma não passa por um partido ou por um jornal. Se há uma mensagem que se conecta com outras mentes conectadas na rede, então essa aceitação dá início a um movimento. Os atores são coletivos, sem burocracia, sem hierarquia, sem líderes.

De acordo com Recuero (2009), inicialmente os usuários utilizavam a internet somente para realizar funções básicas, mas com a evolução da *web 2.0*, tornou-se possível criar, comentar e modificar o conteúdo da internet, ou seja, interagir. Essa mudança representa o fenômeno de criação das mídias sociais.

Para Gabriel (2010), as redes sociais online são plataformas que favorecem a interação entre as pessoas para atuarem e compartilharem e, enquanto as redes sociais primitivas eram limitadas no tempo, pela linguagem oral, e no espaço, pela geografia, hoje as redes sociais online colapsaram as barreiras de tempo e espaço.

Sob o ponto de vista das sete dimensões do webjornalismo (CANAVILHAS, 2014), as redes sociais tornam-se o ambiente propício e ideal para um novo ecossistema jornalístico, devido a suas características de velocidade, segmentação, inteligência coletiva e democratização.

Diante do exposto, pode-se concluir que o jornalismo está frente a um novo sistema informacional, com intensa capacidade de impacto (RECUERO, 2009). Fato viável considerando que normalmente os usuários criam uma conta no *facebook* não para fazer novos amigos, mas para manter contato com os já existentes e compartilhar fotos, acontecimentos etc..., características próprias do jornalismo. Estes

são motivos que tornam a rede social tão atrativa a ponto de a média de acesso ser de 32 minutos por dia ou até mais! E o fato de a rede já ultrapassar um bilhão de usuários (HANSSON; WRANGMO 2013).

Nesse sentido, as coberturas de acontecimentos de interesse geral tendem a se propagar pelas redes sociais. O site UOL (2014) publicou pesquisa mostrando que o jornalismo profissional predominou entre os links compartilhados nas redes sociais das eleições de outubro de 2014. A análise do *facebook* e *twitter* nos dias após o pleito mostrou que 61% dos compartilhamentos feito pelos usuários eram provenientes de links publicados por jornalistas profissionais (jornais, emissoras de TV, rádios, sites de notícias nacionais e internacionais). A pesquisa afirma, ainda, que os sites oficiais dos candidatos tiveram ao redor de 1% de compartilhamentos, denotando algum índice de desconfiança.

Santos, Pellizzaro e Carlomagno (2015) apontam que de toda a cobertura eleitoral produzida no *facebook*, somente três jornais apresentam mais do que 10% destinados ao tema. Importante notar que isso não se refere à cobertura eleitoral do jornal, como um todo, mas das matérias que são escolhidas para serem publicadas na referida rede social. Demonstrou-se, por ora, que a cobertura eleitoral não é, salvo para os *outliers (fora do comum)* (*Folha de S. Paulo*), assunto prioritário nas postagens nas páginas do *facebook* dos jornais.

Demonstra, ainda, a intensa diferença no modo pelo qual os jornais tratam a política nas redes sociais. A *Folha de São Paulo* é o jornal mais “politizado” do Brasil, com mais de um terço de suas postagens dedicadas à campanha eleitoral, seguido, de longe, pelo *Estadão*. Curiosamente, o jornal de cunho nacional *O Globo* trata menos de política do que concorrentes menores, como *Correio Brasiliense* e *O Povo*.

Um aspecto importante das redes sociais é sua capacidade de ser medida, considerando que é um meio eletrônico que dispõe de inúmeras ferramentas (inclusive softwares livres) e abordagens para a verificação de audiência e penetração. Gabriel (2010) e Recuero (2009) propõem um conjunto de cinco fatores para análise:

- **Visibilidade**: esta categoria analisa o quanto as empresas estão conectadas. Quanto mais conexões, maiores as chances de que elas recebam ou emitam determinados tipos de informação.
- **Reputação**: métrica associada à confiança. É a percepção construída de alguém pelos demais atores. Informações de “quem é e o que pensa” cada

site. Isto permite que as pessoas possam construir suas impressões a respeito de cada site ou veículo de informação.

- **Popularidade**: fator relacionado à audiência. Aos olhos do público consumidor, a percepção de valor é dada pela quantidade, e não qualidade, gerando popularidade. Facilmente mensurada através do número de interações (comentários, compartilhamentos, *likes*, *retweets*, visualizações) gerado nas mídias sociais.
- **Autoridade**: fator que determina o poder de influência de uma pessoa/site. Sua descrição é “ter capacidade de difundir assuntos gerados por si”.
- **Força Viral**: é o poder de alcance que uma publicação pode tomar.

Cabe ressaltar que o uso de *smartphones* e *tablets* tornou as redes sociais ainda mais importantes. Isso representa uma necessidade das pessoas em ter acesso à internet o tempo todo. Porém, gera um problema para as empresas que desejam expor propagandas, noticiar acontecimentos e etc. Pois, como as telas tornam-se menores, o mesmo acontece com a quantidade de atenção dada a outras funções no *facebook*, como é o caso das notícias.

Portanto, encontrar a estratégia mais adequada e com a tecnologia ideal, tornou-se um desafio importante para o jornalismo. Em suma, os coletivos de imprensa parecem melhor adaptados ao novo formato devido a suas estruturas serem menores, mas principalmente por não padecerem do paradigma do jornal impresso.

4. NARRATIVAS INDEPENDENTES-JORNALISMO E AÇÃO

A apresentação desse novo modo de compartilhamento e divulgação de notícia, proposto pela Mídia Ninja, introduz no cenário jornalístico elementos que caracterizam uma horizontalidade na relação jornalista-leitor. Em tal processo, o “receptor não é um mero decodificador do que o emissor pôs na mensagem, mas também um produtor” como já pontuava Barbero (1987, p. 228, *apud* BAPTISTA, 1996, p. 35) como possível.

Além disso, parece estar sendo concebido um novo formato profissional onde o jornalista captura a informação, mas também faz parte do cenário do acontecimento e manifesta-se enquanto propositor de mudança, no seu caso, no Campo da Comunicação. Diga-se que o personagem jornalista comunica os fatos, a exemplo das últimas manifestações do povo brasileiro (junho/2013), e o personagem sujeito, ao reformular esta comunicação dando espaço ao leitor de editar a mensagem, é também parte deste povo que manifesta o desejo de mudança.

A Mídia Ninja escancara um rombo entre a mídia tradicional e o jornalismo de inspiração coletiva ao promover uma intervenção direta contra os mecanismos de opressão. Há a possibilidade, neste formato, de resgatar no jornalismo a sua função social de ampliar o conhecimento e legitimar a democracia, documentando o movimento do povo que manifesta seu desejo.

A própria autonomia do jornalista é resgatada, para onde e como agir, além da solidariedade entre os integrantes. Sobressai ainda como característica deste neojornalismo o transbordamento para a sociedade de uma narrativa múltipla, para que este sujeito social possa construir conhecimento.

Neste contexto, a onda de protestos no Brasil, é possível pensar o coletivo de jornalismo Mídia Ninja (sigla para Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), como uma voz espontânea, imediatamente demonizada pelos meios convencionais.

Segundo Leo Nogueira, do *Observatório da Imprensa* (27/08/2013) “Os ninjas estão propondo um novo modelo de negócio. Se isso vai dar certo ou não é outra história. Mas falar em novos paradigmas é algo no qual a maior parte da mídia tradicional não tem o menor interesse”.

O jornalista Bruno Torturra, um dos idealizadores da Mídia Ninja em São Paulo, ao ser entrevistado por Camila Costa da BBC Brasil (05/08/2013), apresenta as pretensões do grupo: “criar uma rede financeiramente viável que dê conta não só da demanda do público por informação de qualidade, mas também da oferta de

jornalistas que não encontram vagas no mercado ou que estão sendo despedidos das grandes redações”.

Torturra aponta na entrevista à jornalista Camila Costa (05/08/2013), da *BBC Brasil*, que “a teia reúne grupos de produção cultural e comunicação em todo país, ligados ao movimento Fora do Eixo, rede de coletivos criada em 2005 para organizar festivais de música independente”. Os idealizadores afirmam ainda, não ter uma linha editorial única. Organizam o conteúdo de centenas de fotos e horas de vídeo documentando as manifestações, e que o fluxo tem aumentado consideravelmente.

O objetivo aqui não é avaliar a Mídia Ninja e, sim, tomar a questão da visibilidade do grupo durante os protestos pelo Brasil, a partir de junho de 2013, e o fato desta notoriedade gerar uma série de reportagens que podem ser caracterizadas como um processo de demonização.

O que se mostra visível é o incômodo e desconforto que causam aos processos e mídias convencionais que insistem em exaltar o protesto pacífico como única forma de protesto e divulgações midiáticas apenas nos padrões também convencionais de narrativa jornalística. São modos diferentes de abordagem, na forma de protestar e divulgar, aparecendo no contexto nacional como questionadores de uma política e uma mídia cristalizadas no tempo, mas, como o próprio termo diz que, neste momento mostra-se frágil.

Nassif (2013), em seu blog (luisnassif.com), refere que os representantes da Mídia Ninja, em entrevista ao programa *Roda Viva*, trazem a relevância do processo de mudança na sociedade brasileira, impulsionado pelas redes sociais:

Foi reveladora da verdadeira ruptura ocorrida no país - na política, na cultura, na mídia - com o advento das redes sociais e de seus pensadores. Reveladora porque a bancada de jornalistas, bem escolhida - com o que de melhor existe na imprensa tradicional -, foi incapaz de entender e explicar o novo ou contrapor argumentos minimamente sólidos à visão de mundo da rapaziada. O novo é representado pelo trabalho em rede, colaborativo, com formas de produção já identificadas por clássicos modernos, como o espanhol Manuel Castells e pela não compartimentalização de ideias, grupos ou trabalho. (<http://luisnassif.com>, 2013, acesso em 11/05/2015).

Nesse estudo, interessa pensar que a notoriedade gera uma série de reportagens que podem ser caracterizadas como processo de demonização. Num primeiro momento, não dando visibilidade à Mídia Ninja, e quando inevitável, pois o reconhecimento eclodiu, utilizando de espaço privilegiado para desqualificar.

A proposta é muito mais consistente do que estava sendo divulgado, justamente porque até agora a abordagem do fenômeno Ninja passava pelo filtro da mídia convencional, que tendia a mostrá-los como um modismo. (CASTILHOS, 2013).

O jornalista Nassif (2013) aponta ainda em seu blog, as características desta nova narrativa apresentada pelos idealizadores da Mídia Ninja:

Capilé, como representante da Casa Fora do Eixo – que trabalha com coletivos culturais - e Bruno Torturra, da Mídia Ninja – que trabalha com coletivos midiáticos. Ambos são portadores do que chamam de “nova narrativa”, uma maneira diferente de pensar, entender e explicar os fenômenos atuais. Ficou extremamente didático o contraste entre as duas formas de pensamento. No pensamento antigo, tudo é compartimentalizado – posições ideológicas, partidos políticos, formas de fazer jornalismo, modo de produção. Na nova narrativa, há a explosão de todas as formas de compartimentalização e o estímulo a toda forma de trabalho coletivo, em rede.

Segundo Nassif (2013), ainda ao falar da entrevista no Programa *Roda Viva*, um ponto complexo para os entrevistadores, representantes do jornalismo tradicional, foi absorver a compreensão sociológica dos idealizadores da Mídia Ninja do conceito de democracia midiática e do que eles chamam de mosaico de múltiplas parciaisidades:

O que eles querem dizer é que não existe a mediação neutra da notícia - como os jornalistas teimaram em defender - nem na mídia tradicional (com a embromação do "ouvir o outro lado") nem da parte deles. Aí reside o conceito da nova mídia: "as pessoas irão buscar as informações e interagir dentro dessas múltiplas parciaisidades". Ou, como explicou Capilé: "Nova credibilidade do jornalismo não virá através de falsa parcialidade, mas através de múltiplas posições". O motor de todo processo de democratização é a ampliação das vozes e dos ruídos. Mas foi impossível os colegas entenderem essa lógica. Ficaram no diapasão do apresentador, sobre "ouvir o outro lado". Decididamente, quem tinha o eixo das interpretações eram os jovens questionadores do Fora do Eixo.

Na *Revista Piauí* de dezembro de 2013, o próprio Bruno Torturra, num espaço para o desabafo, conta em detalhes a história da Mídia Ninja. Em um texto carregado de particularidades pessoais, o conteúdo é privilegiado. Aparecem também várias características que diferenciam a revista, tais como seu tamanho, o tamanho da reportagem, o formato onde o entrevistado caminha no tempo, circula por emoções e detalhes. O texto se mostra ora poético, ora informativo, enfim, há espaço para a diversidade. Diferente dos moldes de imprensa e jornalismo tradicionais. Seguem trechos numa forma também diferente para contar essa história:

Conheci o FdE no início de 2011. A rede de coletivos culturais recém-chegada a São Paulo tinha sido o tema da minha primeira matéria como diretor de revista. Discutia como eles haviam construído pelo interior do Brasil um circuito musical independente por meio de uma economia comunitária e conscientemente deficitária. Dividiam espaço, comida, roupas, uma conta

bancária e um compromisso de criar um ambiente cultural economicamente viável e ideologicamente compatível com os valores de compartilhamento implícitos na rede e explícitos na prática do FdE. Jamais conheci comunidade tão interessante e generosa, tão pacificamente revolucionária. E tão interessada em trocar ideias sobre mídia e política – e experimentá-las na prática”.

A rede convive num espírito solidário, a partir do desejo de encontrar formas diferentes de conviver e trabalhar.

À frente do Fora do Eixo, meu personagem principal: Pablo Capilé. Tornamos amigos e parceiros. Dois meses depois da reportagem, começamos a conspirar juntos em torno da tal PósTV – uma rede de transmissões ao vivo pela internet que colocamos no ar em todo o país através dos coletivos ligados ao FdE. As imagens vinham, sobretudo, de São Paulo. Eram horas e horas, quase todos os dias, consumidas em debates, conversas, experimentações de formato e linguagem sobre temas que não tinham quase nenhum espaço na imprensa tradicional.

Na estrutura da Casa do FdE oferecida por Bruno, Lino Bocchini estreou o *Desculpe a Nossa Falha*, programa sobre imprensa, política e liberdade de expressão na mídia. Lino se tornava um pequeno herói da resistência do jornalismo alternativo. Torturra apresentava o *Segunda Dose*. Durante mais de um ano os dois foram parceiros do FdE na construção da PósTV e das bases do que ganharia mais tarde o nome Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação – NINJA.

No início de 2012, Torturra deixa o cargo de diretor de redação da *Trip*, voltou a ser repórter especial e tem mais tempo para se dedicar à PósTV e ao projeto Ninja. Em março de 2013 é lançada no *facebook* a página da Mídia Ninja. Lino já não está mais no projeto, pois foi contratado pela revista *Carta Capital*.

Início de junho de 2013, protestos do Movimento Passe Livre prestes a eclodir em São Paulo. Demissões coletivas nas grandes redações da cidade no *Estadão*, na Editora Globo, Editora Abril, na *Folha de São Paulo* e na Trip Editora onde Torturra trabalhava:

A editoria estava prescindindo dos meus serviços após onze anos de casa em mais de uma centena de edições. Não fiquei surpreso. Afinal, a redação sabia da minha falta de tempo e de interesse em seguir no jornalismo impresso convencional.

Em clima de instabilidade, Torturra viu a oportunidade e fez a convocação para interessados em estruturar a tal Mídia Ninja que já estava no *facebook* cobrindo protestos e pautas relacionadas aos direitos humanos. Sua explicação:

A tese da convocação era muito simples: é um erro confundir jornal com jornalismo. A crise era do modelo comercial de produção e difusão de informação. Não poderíamos aceitar a derrocada do ofício, muito menos de sua relevância, como produto inevitável da obsolescência do modelo

industrial, vertical, dependente de grandes verbas publicitárias e vasta circulação. Era preciso reconhecer que havia uma crise ainda mais profunda do que a financeira. Uma crise existencial no jornalismo. E que talvez ambas pudessem ser encaradas como uma só.

Torturra enfrenta o céu e o inferno no ritmo acelerado de uma sociedade que está hiperconectada, porém ainda na faz a tradução dos acontecimentos na mesma velocidade.

Se das redes e da inteligência coletiva emergisse um modelo capaz de sustentar e arejar a profissão, quem sabe o jornalismo não encontraria uma nova Idade de Ouro. Para mim, era o mínimo que poderíamos esperar da sociedade hiperconectada. Propunha uma reunião no Centro de São Paulo, aberta a qualquer interessado em discutir ideias e formas para viabilizar produção e difusão jornalística fora dos padrões comerciais e convencionais. Eu só não esperava o rebu que foi. Nunca, em onze anos de profissão, um texto meu repercutiu tanto. Cerca de 250 mil visualizações e mais de mil e-mails na caixa em três dias. Havia uma fila de críticos e outra de desafetos que, antes de a MN existir, já a acusavam de ser “a morte do jornalismo”. Jornalistas de todas as idades me trataram com hostilidade. Os mais mansos me chamaram de mal-agradecido, eu estaria cuspidando no prato em que comi. Os menos mansos viam em mim um Judas, um insensível, um oportunista atrás de mão de obra gratuita. Outros tantos, em privado, perguntavam como poderiam participar.

Os protestos do Passe Livre aumentaram e eram pauta para a Mídia Ninja na rede e para imprensa tradicional. Mas, apesar da confirmação de 300 pessoas para a reunião aberta de expansão da MN, ela não pode ocorrer, pois no mesmo horário acontecia o maior protesto da história da luta pela tarifa zero. Restou à MN convocar a todos para cobrir a manifestação em tempo real, direto dos protestos. E assim foi, relata Torturra:

Eu estava quase no gargarejo da manifestação, a cerca de dez metros da linha de frente, quando a passeata parou diante do bloqueio da Tropa de Choque da Polícia Militar... A ausência de liderança era clara, de ambos os lados. Multidão e polícia firmes, num impasse que foi quebrado quando, diante de um coro popular pedindo “Sem violência”, o Choque agiu. O Movimento Passe Livre não perdeu tempo. Naquela mesma noite marcou seu próximo ato: segunda-feira, 17 de junho, 17 horas, no Largo da Batata [...] Naquela quinta-feira houve uma mudança na percepção pública dos protestos. Mas não apenas isso. O cidadão com uma câmera no celular e um perfil no Facebook tomou a hegemonia narrativa dos grandes veículos de comunicação.

No dia seguinte, viralizou o primeiro Hit de *youtube* da MN com um Ninja dançando na Paulista, na noite anterior, diante da linha do Choque, quando se desvia de uma bala de borracha, que acaba atingindo o câmera que filmava a cena.

O protagonismo conquistado graças ao *streaming* de rua, não foi o mesmo na segunda-feira, dia 17, com a imprensa presente em peso e também a MN, como apresenta Torturra:

Com um carrinho de supermercado equipado com um gerador velho, dois *laptops*, mesa de som e de corte de vídeo, duas filmadoras e caixas de som. Sobre toda a parafernália, lona e guarda-chuva preventivos. Soltos na multidão, dois fotógrafos e dois cinegrafistas. Contávamos com o *wi-fi* liberado de algum vizinho gentil ou com nossos dois instáveis *modems* 3G para *streaming* e envio de material aos membros da equipe que, assentados na Casa FdE, o recebiam e divulgavam na página da MN no *facebook*. Era esse o esquema, mambembe e altamente funcional, com o qual transmitíamos da rua pela PósTV. A multidão era tão grande, e tão alta a demanda dos celulares, a internet simplesmente caiu. [...] Não conseguimos transmitir ao vivo, via *streaming*.

No dia 18 de junho, terça-feira “sem um centésimo da presença popular da véspera, a Mídia Ninja saiu do gueto”. Sem policiais, iniciou-se em frente à prefeitura um quebra-quebra e saques por manifestantes. Filipe Peçanha e Rafael Vilela fizeram a cobertura, seguindo o grupo. *Twitcasting* acionado, Felipe narrou ao vivo a chegada da Tropa de Choque contra os manifestantes. Os Ninjas eram os únicos jornalistas em tempo real cobrindo os desdobramentos dos protestos em São Paulo. Na entrevista, Torturra aponta:

E o jornalismo de baixa resolução e alta fidelidade viralizou pelo *twitter*. Em vinte minutos de transmissão tínhamos 2 mil espectadores. Em trinta minutos, 15 mil. Quando NINJA virou *trending topic*, havia 30, 40 mil espectadores simultâneos. Filipe nunca aparecia diante da câmera, nem dizia seu nome. Descompromissado com a suposta neutralidade do repórter de tevê, ele se indignava, se exaltava... um display da Coca-Cola celebrando a iminente Copa das Confederações...ostentava o slogan: 'Vamos colorir o Brasil'. Alguém deu a ideia: 'Vamos colocar fogo?' Incêndio do display, a chegada da PM, o bate-boca de Carioca e os policiais sem identificação. Ao sair do ar, a transmissão alcançara mais de 100 mil visitas. Para fechar a noite, Rafael posta, minutos depois do clique final, a imagem de catadores recolhendo as latas de alumínio do painel destruído. Pronto. A Mídia Ninja estava oficialmente no jogo.

Os aumentos de tarifa no Rio e São Paulo foram retirados, caracterizando o benefício para a sociedade e o sucesso da manifestação. O movimento Passe Livre marcou a comemoração para o dia seguinte. A MN transmite a manifestação equipada com um modem 4G. Torturra relata:

Carioca e eu ancoramos a transmissão da manifestação, rigorosamente tomada por uma massa verde e amarela, em grande parte hostil a qualquer lábaro que não o nacional. E em grande parte motivada a expulsar da rua os partidos e movimentos sociais que, então temerosos de uma cooptação da direita, da mídia ou da inconsciência civil, reivindicavam a rua como seu território. Pela contramão da Paulista, literalmente, chegou a reação, um bloco autodeclarado “onda vermelha”. Nós quase apanhamos por tabela, ao vivo, no momento da furiosa expulsão do PT, PSTU, PSOL, sindicatos, movimento negro e qualquer organização que vestisse vermelho ou aludisse a alguma ideia que soasse vagamente socialista. Transmitimos ao vivo por seis horas e meia, conversando com todo tipo de manifestante. Em sua grande maioria, virgens de passeatas que acreditavam que estar diante de um revolucionário basta. Apartidários, em geral mal informados, eufóricos, imbuídos de um sentimento fresco de propósito cívico... Em meio à fauna

ideológica, a previsão comprovada: o Passe Livre havia de fato perdido o controle narrativo das manifestações e se retirou não apenas da avenida: no dia seguinte anunciou que daria um tempo nas convocações às ruas. De alguma forma, o compreensível recuo do Passe Livre, e sua dogmática ojeriza ao papel de liderança, abriram um vácuo de protagonismo nas manifestações. Todas as causas disputavam a frente.

Com este avesso ao caminho pretendido, a MN se mostrava como única organização que estava criando uma narrativa em torno dos protestos no país. Também era percebida como fruto deles e fragmentária como eles. Torturra relata:

O plano do início do mês, de estruturar uma rede, pensar uma teia editorial, organizar pautas e equipes, estudar a viabilidade financeira da Mídia Ninja não estava simplesmente adiado. Havia sido implodido pela realidade. O crescimento súbito, a fama meteórica e a ausência de nomes e rostos entre os Ninjas acabaram criando um fenômeno decisivo para a transformação da MN. Por mais que tentássemos, não éramos mais um veículo, mas uma estética, uma modalidade de jornalismo que se confundia com ativismo. Pipocavam, uma atrás da outra, páginas de sucursais da MN de gente que nunca havia nos procurado. Garotos transmitiam com seus celulares, em primeira pessoa, e compartilhavam seus links com o *hashtag* #MidiaNinja. Blogs reuniam todos os *streamings* de rua simultâneos pelo país como se todos fizessem, e não faziam, parte de nossa rede.

Numa explosão em rede, um fenômeno inusitado parece romper uma barreira, dando sinais de que o jornalismo tradicional não tem mais em suas mãos o controle da informação. A Mídia Ninja dá existência à nova narrativa e ao novo jeito de informar.

Perdíamos o controle sobre quem falava em nome da Mídia Ninja. E, longe de nos incomodar, abraçamos o carma com um slogan: “Somos todos Ninjas.” Nossa página de Facebook, que havia começado em junho com menos de 10 mil seguidores, já carregava potentes 200 mil. Nosso conteúdo era produzido em mais de cinquenta cidades, ancorado por dezenas de jovens, e chegava a atingir no auge, segundo as estatísticas da rede social, cerca de 11 milhões de *timelines* por semana. Não éramos apenas uma rede cobrindo as manifestações: constituíamos uma pauta nova, mais palpável e legível do que a volátil horizontalidade das mil demandas que tomavam as ruas. *Folha*, *Estadão*, *O Globo*, SBT, *Gazeta*, *Record*, *Bandeirantes*, *TV Cultura*. *New YorkTimes*, *Wall Street Journal*, *Al Jazeera*, *The Guardian*. Rádios e tevês comunitárias. Em duas semanas, todo o mundo repercutiu ou perfilou a Mídia Ninja. Só faltava, sei lá, o *Jornal Nacional*. Não por muito tempo. 24 de julho de 2013. O *Jornal Nacional* dava um bloco sobre a crise narrativa dos protestos do Rio a partir das transmissões Ninjas.

Por conta de imprevistos mal administrados, numa entrevista de última hora com o prefeito Eduardo Paes, do Rio de Janeiro, em que a MN vê como oportunidade, ao invés de sucesso se caracteriza como desastre ao vivo. Essa foi a primeira situação de críticas e desqualificação da MN. O grupo se reorganiza, Torturra vai com a equipe ao Rio, pois é a chegada do Papa ao Brasil. O objetivo era encontrar os manifestantes que estariam no entorno. Mesmo com o clima pacato, explode uma

bomba de efeito moral. A Tropa de Choque entra com uma caminhonete aberta e passa a disparar balas de borracha, bombas de estilhaços e gás em qualquer um que estivesse à vista. Ao vivo pelo *twitcasting*, Torturra vê a audiência disparar. Ele conta o próximo momento:

Filipe acompanha a caminhonete do Choque e pergunta da identificação dos policiais. Mais adiante é puxado por um policial à paisana que tenta tirar seu celular. Filipe, a pedido, passa a ser filmado e acompanhado até ser preso e colocado no camburão. Postada no *facebook* dos Ninjas a foto de Filipe com a cara na janela da viatura: 22 de julho de 2013urgente! Repórter NINJA preso pela PM carioca por transmitir a manifestação. Ele segue ao vivo no camburão. "Espalha".

Torturra segue de táxi até a delegacia. Lá descobre que um manifestante, Bruno Teles, é acusado de atirar um coquetel *molotov* nas tropas. O advogado do rapaz solicita que a MN filme Bruno convocando as pessoas para enviarem à MN registros do momento em que a garrafa foi atirada, ou alguma imagem que o ajude a provar sua inocência. Segue a cobertura ao vivo na madrugada. E chega à base material que prova a inocência de Bruno e também mostra que ele fora agredido, dominado, e eletrocutado até desmaiar no asfalto. Algumas imagens sugeriam que o coquetel *molotov* tinha sido atirado por um agente provocador da própria polícia. Neste momento, Torturra confirma:

Muitas pessoas se revoltaram ao ver a Globo usando nossas imagens – sentiram-se usurpadas. Mas a maioria só pôde comemorar: era a quebra final de uma barreira que afastava da massa o jornalismo independente. Para mim, um sinal de que as Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação eram o caminho certo. Capazes de soltar inocentes e constranger o poder. E contaminar a opinião pública [...] O debate a ser pautado, sobre a MN, escancarando problemas na polícia e a crise na imprensa nos termos de credibilidade, finanças e função social, tomou rumo adverso. Passaram a questionar os aspectos citados, mas em relação à MN. Transformamos-nos em assunto dos articulistas de política. Todos os veículos voltaram a ligar, dessa vez com outras perguntas. Mais sobre a mídia e seu futuro do que sobre as ruas e as redes sociais. Mais sobre quem nos financiava do que o que pretendíamos. E nossos detratores, cada vez mais raivosos, pararam de questionar quem estava à frente, passando a fazer suposições sobre quem estaria por trás.

Após a cobertura do *Jornal Nacional*, a Mídia Ninja recebe o convite da *TV Cultura* para participar do programa *Roda Viva*. Torturra conta que pensaram sobre a ideia durante dois dias e então aceitaram o convite. Sobre os sentimentos múltiplos no centro da arena Torturra conta sobre sua decisão:

Minha última transmissão foi na Avenida Paulista, no final de julho, na noite em que os *black blocs* destruíram treze agências de banco, incendiaram um carro da Record e inauguraram uma nova fase nas ruas e na cobertura dos protestos. O gás lacrimogêneo que pela enésima vez desencadeou uma crise de asma por dias, e o paralelepípedo que voou na minha direção e não

atingiu minha cabeça por centímetros me cansaram um pouco. E, dias depois da ascensão e queda da Mídia Ninja no pós-*Roda Viva*, achei conveniente sair do ar. [...] Não conseguia mais manter o prumo, fazer planos ou pensar o que a MN era agora. A boa notícia era constatar como, com uma página no *facebook*, ela havia conquistado um colossal capital simbólico, tinha virado o debate sobre mídia e comunicação em rede no Brasil e legitimado dezenas de jovens a falar em nome dela. A notícia ruim era ver que a MN – que havia conquistado um colossal capital simbólico, tinha virado o debate sobre mídia e comunicação em rede no Brasil e legitimado dezenas de jovens a falar em nome dela – ainda era apenas uma página no *facebook*.

A Narrativa Independente-Jornalismo e Ação conta parte de sua história lado a lado com a história das manifestações de junho de 2013. Uma em colaboração com a outra num processo em que ambas precisam existir para contar ainda, outra história que anuncia um desejo de mudança tanto em termos de jornalismo quanto em termos de participação popular.

5. METODOLOGIA

A metodologia utilizada num estudo pode ser abordada de duas formas: qualitativa ou quantitativa. Para Roesch (2005), os estudos qualitativos permitem uma avaliação formativa, ao passo que os quantitativos aprofundam a avaliação de resultados. No entanto, a metodologia mais apropriada para cada tipo de projeto deve ser coerente com a formulação do problema, com os objetivos e com as limitações da pesquisa.

No presente trabalho escolheu-se a metodologia de estudo de caso. De acordo com Yin (2001. p. 32): “um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

As proposições para entender o fenômeno se fundamentam no “como” e “por que” a Mídia Ninja é demonizada. Dentre os tipos de investigação classificados por Yin (2001), o que mais se encaixa neste trabalho é o estudo de caso explanatório. Pretende-se que os eventos analisados possam traduzir-se em explicações utilizáveis em outras situações.

Em relação à opção por um estudo de caso, deveu-se à caracterização de um evento raro na imprensa e na sociedade brasileira (o surgimento e atuação da Mídia Ninja). A forma de debruçar-se sobre o estudo de caso será a partir da análise do discurso. Serão analisadas reportagens do jornal O Estado de S Paulo nos dias 16/08/2013 - Ed.43.767, 18/08/2013 - Ed.43.769 e 19/08/2013 - Ed.43.770, como base para as informações necessárias para a sustentação do presente estudo.

Parece apropriada para o desenvolvimento desse estudo de caso a análise do discurso dos impressos em questão. Para Bardin (2009), a análise do discurso, enquanto método é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetos de descrição do discurso das mensagens.

De acordo com Richardson (2012), pela sua natureza científica, a análise do discurso deve ser eficaz, rigorosa e precisa. “Trata-se de compreender melhor um discurso, de aprofundar suas características (gramaticais, fonológicas, cognitivas, ideológicas, etc.) e extrair os momentos mais importantes”. (RICHARDSON, 2012. p. 224).

Ainda, segundo Richardson (2012), a sistematização refere-se à inclusão ou exclusão do conteúdo de um texto de acordo com regras consistentes e sistemáticas,

pois, para testar as hipóteses, o pesquisador deve analisar todo material disponível, tanto aquele que apoia as suas hipóteses quanto os que não as apoiam.

Enfim, como afirma Bardin (2009), tudo o que é dito ou escrito é suscetível de ser submetido a uma análise.

6. ANÁLISE DO DISCURSO

Para demonstrar a demonização das Narrativas Independentes – Jornalismo e Ação (Mídia Ninja) foi escolhido o *Jornal o Estado de São Paulo, Estadão*, como representante da grande mídia tradicional, mais especificamente três artigos como objeto de análise. “Fundado em 1875 com o nome de *A Província de São Paulo*, o *Estadão* foi o resultado do encontro de um grupo de republicanos, liderado por Manoel Ferraz de Campos Salles e Américo Brasiliense, que decidiram criar um diário de notícias para combater a monarquia e a escravidão”. Esses dados estão registrados no acervo histórico do Jornal.

De acordo com o Estadão (2005), a missão editorial do Grupo Estado é inspirada nos princípios fundadores do jornal ***Província de São Paulo*** de 4 de janeiro de 1875. No entanto, sensível às mudanças históricas e aos avanços da ética, o Grupo acrescentou ao compromisso com a democracia, a luta pela defesa da liberdade de expressão e de imprensa, a promoção da livre iniciativa, da justiça e a permanente busca da verdade. O jornal alega, ainda, estar sintonizado com o presente e o futuro dos brasileiros, com a defesa de seus valores culturais, éticos e históricos, a preservação do seu patrimônio natural, além de manter independência informativa e editorial. Ademais, comunga com os princípios das empresas socialmente responsáveis: geração de riqueza com sensibilidade social e respeito ao meio ambiente.

A análise dos três artigos busca identificar que há uma distância entre o discurso do Jornal enquanto conceito e suas práticas nas linhas escritas pelos seus articulistas nos artigos selecionados.

As datas escolhidas se referem aos dias em sequência às manifestações de junho de 2013, momento histórico no Brasil, quando a atuação da Mídia Ninja passa a ser mais conhecida e, duramente, questionado pela mídia tradicional.

6.1 ARTIGO: MÍDIA NINJA E O FUTURO DESFOCADO

O presente artigo, de 16 de agosto de 2013, escrito por Fernando Gabeira, já em seu título parece condenar a iniciativa do trabalho da Mídia Ninja. “Futuro desfocado”, como se não pudesse haver em qualquer iniciativa um foco a definir, vir a ser “focado” no percurso de construção desta nova narrativa, ou nova forma de fazer jornalismo. Por um instante também parece usar o termo “foca”, dando conotação de iniciantes, quando na realidade um dos idealizadores da Mídia Ninja, Bruno Torturra,

é jornalista experiente. Mas para o pensamento alternativo, o futuro desfocado poderá ser do monopólio da mídia tradicional que se sente ameaçada por aqueles que tiram dela o foco e abrem o ângulo para o leitor. Ou seja, uma lente mais abrangente que não resume verdades em um clique ou uma fonte.

O uso inicial de uma análise do título, com várias possibilidades de significado, tem o propósito de assinalar que na mídia tradicional atrelada ao *lead* e à publicidade, praticamente não há espaço para o leitor pensar e o jornalista criar. E o termo usado em jornalismo, “conduzir o leitor” não abre caminhos, ao contrário, apronta e assim pode levar o leitor onde o jornalista ou seu editor quer. E ainda, ao posicionar a notícia ou texto numa pirâmide invertida (CANAVILHAS, 2006), o *gatekeeper* (WHITE, 1950) define o que é importante e o leitor praticamente fica aprisionado ao que esta estrutura propõe como o que o leitor deve tomar conhecimento ou não.

No primeiro parágrafo do artigo, Gabeira já mostra seu viés sobre os Ninjas:

As manifestações de junho revelaram ao país a Mídia Ninja, grupo de jovens que usa *smartphones* para divulgar ao vivo os protestos de rua e eventuais confrontos com a polícia. Tive a oportunidade de entrevistar um deles, Bruno Torturra, e na ocasião tentei quebrar um pouco a rígida dicotomia entre imprensa profissional e jovens amadores com uma visão excludente do processo.

Gabeira desqualifica o entrevistado ao incluí-lo em uma categoria que não é a sua, “jovens amadores” quando na verdade Bruno Torturra é jornalista formado e experiente no mercado. E cabe ressaltar que a ferramenta *smartphone* é justamente o que possibilita o jornalismo em tempo real que está entre as propostas Ninja. Ao contrário, a mídia tradicional se caracteriza como um “elefante branco”, tendo nesse corpo/estrutura os motivos para perder em pontos como ubiquidade (PAVLIK, 2014) e a instantaneidade (BRADSHAW, 2014) para os Ninjas.

Também se pode inferir sobre a citação a respeito de uma suposta “rígida dicotomia entre imprensa tradicional e jovens amadores”, conceito que não cabe quando se trata de fazer um bom trabalho e melhorar a informação a partir da soma de esforços, inclusão e diversidade; cada um contribuindo com o seu melhor e dando espaço ao novo e ao irreverente dos jovens. Em se tratando do jornalismo, especialmente, maior possibilidade de informação deveria ser motivo de aproximação e não de demonização.

Parece claro que o articulista representa uma ala da mídia tradicional ao usar o ataque aos que não se enquadram em sua cartilha. Também o faz como demonstração de poder, pois a nova narrativa é vista como ameaça.

Pode-se buscar na história de Hipólito da Costa, idealizador e editor do *Correio Brasiliense*, criado em junho de 1808 (BARBOSA, 2012), a demonização de quem se opunha ao império e defendia na imprensa os interesses da sociedade.

Guareschi (2015) afirma que os leitores são os juízes primeiros e fundamentais de todas as reflexões a partir da informação, não cabendo ao jornalista qualquer julgamento, mas apenas estar a serviço da informação. Gabeira julga ao longo do artigo.

A tendência do jornalista Gabeira em proteger e defender a grande imprensa é presente no andamento do texto. Quando cita características da forma de trabalho da Mídia Ninja, Gabeira acrescenta de imediato uma característica mais favorável à imprensa tradicional, como se apresenta no segundo parágrafo de seu texto:

Creio que grande parte dos temas agitados nas ruas do Brasil foi divulgada pela imprensa profissional. O que as redes sociais fizeram foi metabolizar os escândalos e deslizes amplamente registrados nos grandes veículos de comunicação. [...] A grande imprensa é muito atenta às redes sociais e procura pescar todos os temas que lhe parecem dignos de publicação. É assim que ela trabalha – ou deveria - com antenas sempre ligadas no que acontece em qualquer lugar, o mundo virtual incluído.

Nesse parágrafo, Gabeira fala da mídia tradicional como a única que se mostra “profissional” para registrar os fatos, sendo que vários membros da Mídia Ninja são profissionais e o trabalho não se restringe a “redes sociais”, e sim que utilizam as redes sociais e as tecnologias para informar o que se passou de fato nas manifestações de junho de 2013.

Um questionamento ético é o quanto o editor ou o jornalista deve “pescar todos os temas que lhe parecem dignos de publicação”, como diz Gabeira, quando Lorenz (2014) salienta a importância da personalização da informação pensando no interesse do leitor e fazer isso com ética. No entanto, para Gabeira, parece que o profissional é colocado num lugar de supremo saber, que entrega o produto pronto, sem dar possibilidade de escolha ao leitor, ouvinte ou telespectador sobre o que pensar e buscar como informação. Também parece que estes representantes da mídia tradicional esquecem ou desconsideram todas as teorias e propostas que o próprio webjornalismo apresenta a partir de sua existência como tendência. São exemplos os conceitos de hipertextualidade (CANAVILHAS, 2014), onde o jornalista propõe, mas o leitor pode desenhar seu percurso de leitura dentro de uma rede. Parece negar a existência da internet e o jornalismo ali instalado com capacidade de ubiquidade (PAVLIK, 2014), onde todos podem o tempo todo acessar notícia, comparar textos,

compartilhar conteúdo em termos globais. Não há mais propriedade da informação. E Gabeira relega a Mídia Ninja ou as mídias alternativas ao lugar de redes sociais como se isso fosse pouco e como se o grupo não fosse o que seu nome diz: Narrativas Independentes – Jornalismo e Ação. Quando escreve: “O que as redes sociais fizeram foi metabolizar os escândalos e deslizos amplamente registrados nos grandes veículos de comunicação”, Gabeira não considera o fato de que a mídia tradicional se abasteceu de conteúdo da Mídia Ninja buscado no meio das massas. É sabido e notório que utilizaram material construído a partir da capacidade dos Ninjas de ir ao olho do furacão, ao invés de circular de helicóptero.

Acabou o segredo, as novas narrativas estão investigando. As ferramentas na internet dão acesso a muita informação. Gabeira, na linha do tempo, foi estimulador de novos modos de discurso político, passeatas e comícios que tinham uma nova estética. Houve passeatas famosas com a Fala Mulher, ou o abraço à Lagoa Rodrigo de Freitas. Foi exilado da ditadura, participou da fundação do Partido Verde, defendeu e posicionou-se sobre questões polêmicas como casamento de homossexuais, liberação da maconha. Ou seja, ao navegar, existe o grande recurso atual chamado memória na rede, a Internet não esquece nada que ouviu, viu ou leu (PALÁCIOS, 2014). O leitor conta com esta memória infinita e está aprendendo a usá-la. Nesta busca na memória, por um pouco da história do autor do texto, fica a pergunta: onde se perdeu este ser que se mostrava alternativo e que agora, fazendo parte da grande mídia, não tem compreensão ou abertura para uma nova narrativa?

A mídia alternativa, como os Ninjas, está usando todas as ferramentas disponíveis pela tecnologia, e num desejo de informar, consegue sacudir até os falsos modernos como Gabeira e os que o comandam.

Seguindo na análise do texto, no sexto parágrafo diz:

A primeira condição de *crowdfunding*, em jornalismo, é a alta qualidade do material produzido, o que a Mídia Ninja não pode oferecer, pelas circunstâncias da cobertura e pelo precário domínio técnico. Viver disso significa preocupar-se com detalhes: ângulo, luminosidade, enquadramento, composição – enfim, as técnicas que permitem transmitir a informação com nitidez. Se tudo isso é considerado secundário, o que é o principal? Estar presente e tomar o partido dos oprimidos, ainda que a mensagem seja um lixo técnico?

Diante de um fato, algo real, uma cena verídica, um evento no seio de uma manifestação que clama por justiça e divulgação da informação, a preocupação primeira do jornalista deve ser com a informação verdadeira, depois com a técnica. A Mídia Ninja derruba a questão da imparcialidade quando necessário. Um exemplo

disso aparece na história da Mídia Ninja contada por Torturra (2013), um dos seus idealizadores, sobre o episódio em que acompanham a prisão de um jovem na qual houve manipulação ao prendê-lo. Com a participação coletiva de muitos jornalistas ninjas e amadores, conseguem ter provas gravadas “sem técnica”, como se refere o autor do texto, e intervêm num fato real. Dão informação necessária para resolver fatos reais na sociedade. O rapaz estava sendo acusado injustamente. É na prática o ativismo, numa atitude que privilegia a ação direta e efetiva para a transformação da realidade.

É justamente o envolvimento que, neste caso, trouxe uma informação importante sem a preocupação com edição, luminosidade e outros efeitos. Não está sendo desconsiderada toda a técnica, mas acrescida a importância do indivíduo, personagem do acontecimento, e do indivíduo leitor do acontecimento. Este terá acesso à informação tão próxima à realidade possível e subsídio para a busca de mais informações.

No trabalho dos Ninjas também se observa a despreocupação com o tempo de filmagem, dando ao evento o tempo necessário para ele contar-se e ser história, não importando o tamanho da informação e sim o conteúdo da notícia.

O autor Gabeira também desqualifica o grupo Mídia Ninja, quando o julga por tomar partido dos oprimidos, como se um jornalista não devesse ser humano diante de um fato e sim estar mais preocupado com a mensagem sob o ponto de vista técnico. Pode-se lembrar de episódios onde fotojornalistas, mais preocupados com a qualidade da foto, optam muitas vezes por não ajudar ou arriscam a vida do indivíduo fotografado. Não há aqui um julgamento, mas a tentativa de mostrar que o autor do texto julga o material da Mídia Ninja como “lixo técnico”, quando na realidade eles têm toda uma equipe que recebe o material e edita, organiza ou deixa exatamente como capturou de acordo com o que querem transmitir.

No oitavo parágrafo do artigo, Gabeira afirma:

É impossível expressar o talento pessoal, amplamente, tendo de se submeter aos interesses de um grupo que decide o que e como publicar. Os jovens da Mídia Ninja acham que a grande imprensa é parcial. E, em vez de defender a imparcialidade, toma partido e afirmam que a verdade surgirá do intercâmbio das múltiplas parcialidades. Essa discussão é uma das mais antigas e, diria, entediante, depois de tantas madrugadas nos bares de Ipanema. Apontar a Câmera para um lado, e não para o outro, já significa uma escolha pessoal. Imagens, verbos, adjetivos, tudo isso expressa uma tomada de posição. Em certos fatos jornalísticos que envolvem também a concepção democrática de cada um, fica visível onde está e o que quer o narrador.

Nessa parte do texto o autor deixa o leitor confuso, pois inicialmente fala da mídia tradicional como aquela que submete aqueles que para ela trabalham a publicar o que interessa à empresa jornalística. Gabeira está falando que o profissional não consegue “expressar o talento pessoal, amplamente, tendo de se submeter aos interesses de um grupo”. De fato, assim é, além de frustrante para esses profissionais, as informações não serão úteis à sociedade se estiverem submetidas aos interesses de outrem que não a sociedade. Pode-se chamar a isso de manipulação e, neste caso, não se deve discordar de Gabeira. O que fica confuso é que, em seguida, sugere que a Mídia Ninja defenda a imparcialidade, quando eles acreditam e buscam trabalhar pela verdade, como resultado do intercâmbio de múltiplas parcialidades. Observa-se que Gabeira quer que os Ninjas defendam a imparcialidade quando a própria mídia tradicional, não é imparcial e que, em essência, é difícil de existir. O autor do artigo se coloca como um alternativo tradicional que, em dúvida sobre o que é ou temeroso por escrever numa empresa jornalística conservadora e republicana, o *Estadão*, está submetido ao editor como aqueles que refere em sua primeira frase do oitavo parágrafo acima citado. E pode-se subentender que o interesse do editor não é que informe como funciona a Mídia Ninja, pois se o coletivo representa uma ameaça ao tradicional, há que desqualificá-los – e assim o faz.

A mídia tradicional tem no fazer notícia a fórmula para a dominação e poder e a probabilidade de obediência (WEBER, 1997). Sendo assim, Gabeira parece tentar transmitir a ideia de que os jovens e amadores devam se submeter ao que está posto e se enquadrar no método tradicional, pois sua nova narrativa pode representar um ponto de fuga para o controle estabelecido sobre a sociedade a partir do domínio da palavra.

Talvez Gabeira não tenha entendido o conceito de múltiplas parcialidades, ou mesmo o que esses jovens representam que não é somente uma nova narrativa e, sim, uma mudança de cultura. Talvez esses jovens busquem se aproximar da ideia de pessoas que podem alcançar a atividade humana em toda sua amplitude (FREUD, 1927).

O jornalista Nassif (2013) escreve com outro olhar, ou utilizando um conceito Mídia Ninja, outras múltiplas parcialidades, o que são esses jornalistas e seus conceitos. Nassif está se referindo aos Ninjas na entrevista concedida ao Programa

Roda viva, cuja repercussão, demonizou, mas também colocou, por múltiplas parciaisidades, o coletivo em evidência. Assim os apresenta:

O novo é representado pelo trabalho em rede, colaborativo, com formas de produção já identificadas por clássicos modernos, como o espanhol Manuel Castells e pela não compartimentalização de ideias, grupos ou trabalho. Os dois entrevistados representam esse modelo, Capilé como representante da Casa Fora do Eixo – que trabalha com coletivos culturais – e Bruno Torturra, da Mídia Ninja – que trabalha com coletivos midiáticos. Ambos são portadores do que chamam de “nova narrativa” – uma maneira diferente de pensar, entender e explicar os fenômenos atuais.

Nassif escreve e compreende os novos conceitos e explica como se evidenciam na alternativa que a Mídia Ninja propõe:

Outro ponto complexo, denotando profunda compreensão sociológica dos dois entrevistados – e enorme dificuldade de entendimento por parte dos entrevistadores-, foi o conceito de democracia midiática e do que eles chamam de “mosaico” das múltiplas parciaisidades”, nos quais as pessoas irão buscar as informações e interagir. O que eles querem dizer é que não existe a mediação neutra da notícia – como os jornalistas teimaram em defender – nem na mídia tradicional (com a embromação do “ouvir o outro lado”) nem da parte deles. Aí reside o conceito da nova mídia: “as pessoas irão buscar as informações e interagir dentro dessas múltiplas parciaisidades”. Ou, como explicou Capilé: “Nova credibilidade do jornalismo não virá através de falsa parcialidade mas através de múltiplas posições”. O motor de todo processo de democratização é a ampliação das vozes e dos ruídos. Mas foi impossível os colegas entenderem essa lógica. Ficaram no diapasão de Mário Sérgio Conti, o apresentador, sobre “ouvir o outro lado”. Decididamente, quem tinha o eixo das interpretações eram os jovens questionadores do Fora do Eixo.

No décimo parágrafo do texto em análise, Gabeira afirma: “Quem vai sobreviver ao tsunami da revolução digital, quem vai naufragar tudo é uma questão de talento e capacidade de adaptação aos tempos revoltos. Não creio em profissionais especializados em manifestações, muito menos sustentados por grupos em fusão, que se desfazem e recompõem indefinidamente”.

O parágrafo acima demoniza Mídia Ninja, “por não crer em profissionais especializados em manifestações”, o que não são, são profissionais do jornalismo e foi o método Ninja na sua forma simples, que possibilitou estarem no centro das manifestações e fazer a transmissão no mesmo instante que ocorria (BRADSHAW, 2014). E nem se está levando em conta o preciosismo da atividade em coletivo, independentemente de fusões, coisa comum dos negócios empresariais e que qualquer grupo pode fazer. Além de salientarmos que desfazer e recompor é do ser humano, recompondo-se a cada dia ou instante, e não pode ser posto num texto

jornalístico como algo pejorativo, denotando incapacidade, por querer desqualificar o grupo Mídia Ninja, como ocorre ao longo do texto de Gabeira.

Chega-se ao último parágrafo do artigo do jornalista para a edição 43.767 do *Estadão*:

Ao ver na TV a história de coletivos com casas próprias e líderes que combinam picaretagem política com certo tom religioso, pressinto os descaminhos que se impõe, com dinheiro oficial, à cultura brasileira. Descaminhos que, no fundo, desprezam a cultura e a substituem pelo militante fanático. Quem não se lembra da Revolução Cultural chinesa? Foi um dos momentos mais indignos da história humana. É preciso ler um pouco sobre isso para evitar algumas novidades que, no fundo, são apenas o retorno da barbárie.

Pode-se pontuar que “dinheiro oficial”, ou público pode ser captado por qualquer cidadão que apresente projeto e passe por um processo de qualificação para o recebimento. No presente trabalho não se investigou se receberam ou não, pois não é o foco.

Note-se também sobre este parágrafo que o termo conduzir o leitor, utilizando a pirâmide invertida ou a tombada (CANAVILHAS, 2006) na arquitetura da notícia, é utilizado por Gabeira de forma desvirtuada. Com caminhos para becos obscuros, dando ao leitor, não várias possibilidades de interpretação, mas interpretações que levam à possibilidade de conclusão maligna sobre a Mídia Ninja e sua nova narrativa. A expressão “retorno da barbárie” não deixa dúvidas da demonização: recorre ao medo comum às classes dominantes, sempre às voltas com a manutenção de seu *status*.

6.2 ARTIGO: MÍDIA NINJA AGORA VIVE IMPASSE

O artigo do jornalista Bruno Paes Manso, de 18/08/2013, edição 43.769 do *Estadão*, vai descrevendo ao longo dos parágrafos a situação de impasse do grupo Mídia Ninja. O autor do artigo não está enganado, a situação era de impasse, a Mídia Ninja se encontrava no entorno cronológico vivenciando e experimentando um novo modo de fazer jornalismo, num evento que se tornou representativo para a sociedade brasileira. Eles estavam semeando as novas narrativas, estavam implantando uma nova relação com o receptor/editor e com a própria informação.

Com certeza, dentro de um quadro com estas características e responsabilidades, sentimentos, impasses e questionamentos são inerentes.

E mesmo percebendo tal contexto, o jornalista experiente e com um currículo generoso, colabora para uma desconsideração, se juntando aos demonizadores da

Mídia Ninja. Num texto morno, Manso ressalta somente as dificuldades encontradas pelo grupo como a falta de apoio, críticas que recebem de outros jornalistas, ataques virtuais. E encerra com o exemplo de um fotógrafo que deixa o grupo como se ele estivesse descontente com o trabalho e sendo mal tratado, junto à Mídia Ninja, mesmo que o rapaz em citação refira-se à experiência como positiva.

No primeiro parágrafo, cita o que ele, autor do texto, considera um impasse: “Precisa decidir o nível de ligação que pretende manter com o Fora de Eixo (FdE) que oferece a mão de obra e a tecnologia para a atividade dos jornalistas”. Tal colocação se deve ao fato de a mídia tradicional demonizar também o coletivo Fora do Eixo pelo formato incomum de promover a cultura e eventos ligados à área.

O terceiro parágrafo é recheado de termos como “pediram ajuda”, “assustado”, “desistido”, “abrir mão”, “temendo ataques”. Termos que seguem no quarto parágrafo: “Ressentimentos”, “guerra de trolls”, “caixa de críticas”, “ressentimentos contra as práticas do coletivo”.

E finalizando o texto, Manso inclui uma fonte que diz: “Foi uma excelente opção de vida e não me arrependo. Nossas fotos estão disponíveis e isso permitiu que fossem reproduzidas em vários lugares. É uma experiência que só pude ter por estar aqui”.

Mesmo com as palavras literais desta fonte situando como boa a experiência, o autor do texto dá conotação pejorativa ao fato de o fotógrafo trabalhar como ninja: “O fotógrafo Rafael Vilela, dos Ninjas, além de acompanhar os protestos, viajou para cobrir as manifestações no Egito. Ele abandonou o curso de Jornalismo em Florianópolis para morar na Casa Fora do Eixo, em São Paulo. Assim como os demais integrantes, não recebe salário e veste roupas de um armário coletivo. As fotos não têm seus créditos”.

Manso, autor do texto está inserido num mundo/contexto com determinados paradigmas que dão o tom da forma de vida e forma de discurso. Manso escreve o que vive, ele é fruto do contexto. Como diz Scherer (2013), para além do cerceamento explícito do governo, a autocensura e o jogo de interesses dos proprietários dos veículos de comunicação também sempre decidiram o que deveria ser ou não publicado. Numa visão capitalista/individualista, a implantação e sobrevivência de um jornalismo embasado em trabalho coletivo, múltiplas parciaisidades, nova narrativa, armário coletivo, divisão de coisas, compartilhamento de fotos são do plano do impossível.

Portanto, com paradigmas introjetados, sempre é mais difícil perceber o novo/diferente paradigma do outro.

As falas de Manso do *Estadão* e Torturra da Mídia Ninja, que foram entrevistados em 14/10/2013, pela estudante Nathalia Curvelo, na 8ª Conferência Global de Jornalismo Investigativo, mostram a força do modelo introjetado em cada um:

“Nós fomos um pouco bipolares, estávamos assustados, era tudo novo. Depois, houve os ataques da polícia e a gente mudou. E isso faz parte do processo jornalístico, tentar ser honesto com nós mesmos ao mostrar o que está acontecendo”, analisou o repórter do *Estado de São Paulo*, Bruno Paes Manso, um dos palestrantes da mesa “Cobertura dos protestos”.

As palavras de Torturra, durante a mesma entrevista, após a sucessão de ataques que ele e a Mídia Ninja haviam recebido nos últimos meses:

“Há uma expectativa pública por um jornalismo novo. Milhares de jovens já se sentem comunicadores capazes de narrar o mundo a seu modo”, diagnosticou o ex-diretor de redação da *Revista Trip*. Por não editar seu conteúdo e dar amplo destaque às vozes das ruas, a Mídia Ninja se tornou uma espécie de representante desses movimentos e acabou gerando, involuntariamente ou não, um antagonismo em relação à mídia tradicional. “Acabamos sendo eleitos heróis e vilões de causas que não são obrigatoriamente nossas”, ressaltou Torturra. O jornalista discorda da visão de que o jornalismo feito pelos grupos hegemônicos de mídia seja dispensável. “Acho perigosa essa ideia de que o jornalismo de massa seja necessariamente ruim”.

Torturra demonstra um discurso esclarecedor, informa o contexto e não tem necessidade de destruir a mídia hegemônica, enquanto Manso tem apenas um discurso conservador em tom de ecolalia.

6.3 ARTIGO: A FALTA DE INOVAÇÃO DO MÍDIA NINJA

O artigo do jornalista Paulo Silvestre datado de 19/08/2013, Ed. 43.770 do *Estadão*, inicia com um parágrafo que diz: “Cheguei até a ter a esperança de que a cambaleante mídia tradicional poderia aprender algo com eles. Mas acabei concluindo que, na verdade, as propostas dos Ninjas não têm nada de inovadoras”. E nas últimas linhas do texto, quando parece dar algum valor à Mídia Ninja, acaba por desqualificar na última palavra: “A chamada grande imprensa deveria prestar atenção a essa turma que vai para cima apenas com um celular na mão. Não para desprezar os seus erros, mas para resgatar com eles o que perderam ao longo dos anos. E – sim – se reinventar. Nesse caso, um novo, sério e robusto jornalismo poderia surgir das cinzas do cruzamento dos veículos centenários e dessa nova turma. Se isso acontecer, a Mídia Ninja terá dado a sua contribuição à sociedade, afinal”.

Ao longo do texto, no parágrafo terceiro, usa expressões como “o movimento está infelizmente muito longe de um caminho viável, visões românticas e às vezes inocentes”.

No parágrafo quarto, o jornalista refere que “a principal falha dos Ninjas é depositar no público a responsabilidade pelo financiamento da produção jornalística”, mas que “não é diferente do que propõem os donos dos grandes veículos”. A grande imprensa se ancorou neste modelo por décadas, mas, ser usado pelos Ninjas seria confrontar-se com o mesmo erro. Primeiramente o modelo não é o mesmo, pois a mídia tradicional inclui a publicidade e a propaganda, aspecto que não pareceu ser o desejo da Mídia Ninja, exatamente para manter sua independência jornalística.

No sétimo parágrafo, Silvestre faz conjecturas, compara situações de “jornalões” que estão morrendo por falta de assinantes, com negócios culturais à Mídia Ninja. Segue o texto: “No caso dos Ninjas, que estão partindo do zero, correm o risco de fazer um microjornalismo para 300 ou 400 pessoas, como os shows dos artistas incubados pelo Fora do Eixo, movimento irmão da Mídia Ninja focado em atividades artísticas. Nesse caso, perdem outro valor importante para o jornalismo, que é a representatividade social. Não se faz jornalismo apenas para seus colegas, para quem pensa igual a você ou para quem já conhece a história: jornalismo deve ser feito de maneira ampla, para a sociedade”.

Tal parágrafo desqualifica qualquer tentativa do projeto para crescer. Desqualifica, ainda, o coletivo Fora de Eixo, que tem uma proposta de divulgar e promover vários shows e outros eventos artísticos de menor porte em relação aos megaeventos, oportunizando que cidades menores tenham acesso e artistas de menor projeção ou em início de carreira possa apresentar sua arte.

Parece que fora da mídia tradicional não há salvação para alguns jornalistas. É o que Silvestre tenta demonstrar nos parágrafos seguintes, onde refere que o jornalismo cidadão pode fazer o que a Mídia Ninja faz, e cita o seguinte: “O melhor exemplo disso para mim não é de hoje e nem é dos Ninjas (está se referindo a uma frase anterior sobre fazer bom jornalismo com um celular: “sem a pessoa certa, no lugar e na hora certos”). Ele aconteceu em 26 de dezembro de 2004, após o tsunami que devastou o sudoeste asiático... alguns sobreviventes fizeram uma grande cobertura jornalística usando celulares”, e que, enfim, a grande mídia chegou e fez o trabalho complementar. O autor do texto ressalta as dificuldades para a grande mídia

estar em lugares distantes e que se ninguém tivesse filmado com seus celulares, apenas as notícias seriam tardias, mas viriam.

O texto como um todo é confuso e em meio à confusão parece que fragilizar a Mídia Ninja é o único propósito claro ao longo do que é descrito. Parece um texto que representa muito bem a mídia tradicional quando na teoria prega fontes que revelem os dois lados, mas na prática defende claramente o seu lado através das falas de seus jornalistas. Como afirma Freud (1927), um homem pode funcionar como riqueza para outro homem quando alguém faz uso da sua capacidade de trabalho.

A demonização ou desqualificação em relação à Mídia Ninja só se faz presente nos textos da grande mídia porque de fato a proposta do grupo é uma ameaça.

Dois parágrafos mais ao final do texto do jornalista Silvestre parecem demonstrar o que leva a grande mídia a temer estes “jovens amadores sem nada de novo”. Ao mesmo tempo em que desqualificam, percebem uma força nos Ninjas que está numa linguagem que ainda não traduzem:

Então a Mídia Ninja não inova em nada? Penso que não. Mas eles trouxeram sim uma importante contribuição. Não por terem inventado algo novo, mas por terem resgatado um princípio importantíssimo do jornalismo que anda meio esquecido nas grandes redações e que a nova geração de colegas pouco viu: uma reportagem destemida, que, para apurar uma notícia, vai até o fim, pensa de maneira criativa e até impertinente, e que não se deixa intimidar.

Incentivados por uma política de redução de custos que prefere que os jornalistas saiam pouco das Redações, os grandes veículos se transformaram em espaços de denunciamento, insuflados por fontes com interesses nem sempre nobres ou confiáveis. E essa prática condenável divide o espaço com um jornalismo chapa-branca, com pautas políticas ou empresariais sonolentas, com uma mesmice chata e acomodada. Até a opinião dos veículos, fora de assuntos políticos, parece anêmica.

Neste último parágrafo o autor do artigo pontua as problemáticas da grande mídia, porém o leitor precisará chegar ao final do texto para ver este possível contraponto e fazer uma ligação com o método dos Ninjas, mesmo que Silvestre não os cite ao longo do texto.

De certa forma os três artigos cumprem algumas das funções da grande mídia, entre elas a de atribuir status; conferir prestígio e valorizar a autoridade de indivíduos e grupos, legitimando o seu status; reforçar normas sociais (MERTON; LAZARSFELD, *apud* LOPES, 2005). Tais funções denotam o poder da imprensa que sistematicamente santifica ou demoniza de acordo com seu interesse ou de seus patrocinadores. Neste caso a defesa é em causa própria, a mídia tradicional não quer

perder seu poder econômico, social e político. Para tanto, demoniza a Narrativa Independente–Jornalismo e Ação e a coloca na condição de oponente.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo se deteve sobre o fenômeno do coletivo Mídia Ninja, que ganhou visibilidade durante os protestos de junho de 2013. Entre a repercussão desta forma independente de narrativa e seu amplo alcance, evidenciou-se, naquele momento, um processo de demonização, como reação da mídia tradicional. Tal reação foi analisada a partir de três artigos do jornal *O Estado de São Paulo*.

A mídia alternativa é um fato histórico no Brasil e remete ao início da história da imprensa nacional (SODRÉ, 1999; BAHIA, 1990). Se, por um lado, houve demonização dos Ninjas por parte da mídia conservadora, constatada pela análise dos artigos do *Estadão*, por outro, jornalistas se posicionaram em favor dos Ninjas e sua proposta de narrativa Independente de um jornalismo ativista. Tal análise comprova a hipótese número 1 deste trabalho, “*a intensidade da reação da mídia tradicional é diretamente proporcional ao reconhecimento da mídia alternativa pela sociedade*”.

Ao mesmo tempo em que se observa o conservadorismo nos textos analisados e o conseqüente despreparo de jornalistas da grande mídia para falar de mídias alternativas, encontra-se na leitura de vários jornalistas de uma mídia também alternativa a compreensão da proposta da Mídia Ninja e a importância da mesma para a sociedade e para o jornalismo.

Aparece de forma clara que a Mídia Ninja, ao informar em tempo real e em muitos momentos sem edição, apresenta às pessoas, aos manifestantes, a liberdade para avaliar a cena e os acontecimentos, outra hipótese de pesquisa validada. Nesse formato, a Mídia Ninja oferece espaço para o enfrentamento da subjetividade, das contradições, suscitando o exercício de avaliação por parte de quem acessa a informação postada nas redes sociais. A busca da objetividade cede lugar à valorização das várias informações, ou o que a Mídia Ninja chama de múltiplas parciaisidades.

A bibliografia vai dando suporte para a análise e, como realidade, esbarra no poder da mídia tradicional, que usa espaço privilegiado e seus jornalistas para demonizar a Mídia Ninja e seu trabalho.

O abuso de poder da mídia tradicional está caracterizado basicamente na construção de uma imagem de credibilidade, aspecto importante no jornalismo. Com uma estrutura gigantesca, a imagem de senhores da notícia os mantém blindados,

sendo difícil qualquer tentativa de combatividade a essa grande mídia com cara de credibilidade, mas com histórico de manipulação das informações.

Champagne (1998) refere que o neoliberalismo transformou a mídia numa indústria onde a informação tende a ser cada vez mais uma subempreitada entregue a jornalistas precários prontos para todos os fretes que trabalham as matérias fornecidas e fabricam uma informação por encomenda.

Assim se mostra o processo de demonização em relação à Mídia Ninja, onde jornal impresso, online, entrevistas na TV, através de seus jornalistas funcionando como diz Freud (1927), como riqueza para outro com seu trabalho, buscam destruir essa mídia alternativa que ameaça a riqueza/poder da mídia hegemônica. É o que podemos ver tanto nos artigos citados, do *Estadão*, como na mídia em geral no momento da visibilidade da Mídia Ninja nas manifestações de junho de 2013.

Também se pode dizer que quando um grupo exerce controle sobre membros de outro grupo está se falando de poder. E de acordo com Van Dijk (2009), se define como controle o domínio sobre as ações dos outros, porém, se este controle é exercido para benefício dos que possuem o poder em detrimento dos sujeitos controlados, pode-se falar de abuso de poder.

A mídia tradicional usa o amplo espaço de comunicação que tem e que atinge a grande massa, para demonizar os Ninjas, sem dar espaço ao outro lado para defender-se, ao mesmo tempo em que apregoam a importância de escutar todos os lados.

Essa mídia tradicional abusa, ainda, de seu poder quando subtrai da sociedade a possibilidade de conhecimento amplo dos fatos. A Mídia Ninja enfrenta esse poder ao buscar a informação onde ela está e distribuir pelas redes de forma autêntica. Este modelo deixa saber sobre as cenas da informação, educa a sociedade para a reflexão e dá caminho para a democratização da notícia. E nos compartilhamentos que propicia, dá voz aos indivíduos e consequente cidadania.

A Mídia Ninja se atreve a questionar os métodos da mídia tradicional e ousa furar blindagens fazendo um jornalismo real, e não alimenta um poder já existente e que, muitas vezes, não presta serviço ao cidadão.

Também fica claro que as técnicas do lead e pirâmide invertida não são dificuldades em si mesmas para as novas narrativas, como se pensava ao iniciar a pesquisa. O fato de não estarem presentes, não é um rechaço à técnica, apenas não se encaixam na nova narrativa e sua horizontalidade, quando a informação, por

exemplo, é apresentada em tempo real. A questão está mais no uso do lead e pirâmide a serviço de uma objetividade de conteúdo da mídia tradicional que visa usar a informação comercialmente, como produto de consumo apenas, e tendo no espaço vendido para publicidade o seu foco principal.

A proposta da Mídia Ninja mostra a necessidade de o jornalismo retomar seu papel ativista, ser o olho público e fornecer informação de qualidade para defender a democracia. Nas manifestações de junho de 2013, foi o que a Mídia Ninja realizou. De forma ativista, cidadã, e sem medo da parcialidade em determinados momentos, protegeu os manifestantes e seguiu informando abertamente.

A atuação da Narrativa Independente-Jornalismo e Ação vai ao encontro do que se espera em termos de responsabilidade social e ética por parte de qualquer mídia. “A democratização da comunicação precisa ter legitimidade perante a sociedade, sendo coerente com as suas necessidades e com desafios presentes em cada contexto para a consagração de valores de cidadania”. (BARROS, 2015).

White (1995, apud BARROS, 2015) alega que a democratização da comunicação tem relação com o direito dos sujeitos contribuírem com o processo de construção do que chama de verdade cultural pública, e também com o direito de acesso à informação necessária às carências humanas básicas tais como educação, saúde, segurança, desenvolvimento pessoal, etc.

A Mídia Ninja demonstrou que não é democrático ter uma única visão dos acontecimentos, cindindo assim o poder hegemônico da mídia tradicional.

A mídia tradicional, com sua atual configuração, é tendenciosa e não atende aos preceitos democráticos. A própria defesa de liberdade de expressão vem carregada de uma farsa, pois a indústria de conteúdo é a chave de sua sobrevivência. Ela vende à população um produto/informação que manipula a verdade e ignora a liberdade.

Tal aspecto se evidencia quando a mídia tradicional demoniza a Mídia Ninja, tirando da sociedade a possibilidade de conhecer outras formas de informar e participar ativamente do processo através das redes sociais. Claramente se caracteriza o controle da informação e abuso de poder.

Van Dijk (2009) enfatiza que um maior acesso global aos meios de comunicação poderosos pode ser um instrumento de controle, aspecto que contribui para uma visão única dos eventos. Como também esta mídia poderosa pode ser

instrumento para fazer desaparecer os meios alternativos pequenos, com recursos financeiros escassos.

Nos termos usados, tais como: amadores, antijornalismo, visão parcial, precário domínio técnico, nada inovador, sem representatividade social, lixo técnico, que são assinalados na análise dos artigos, se evidencia a demonização da Mídia Ninja pela mídia tradicional, através de seus articulistas. Também, a forma como retém a informação, não apresentando dados que esclareçam ao leitor o método e os objetivos da Mídia Ninja, comprova a hipótese número 3 do estudo: *“o texto do objeto de estudo escolhido demoniza por meio de adjetivos e juízo moral, e extrapola a objetividade mostrando o medo do novo. Há um conservadorismo latente e manifesto”*.

O desinformar é em si um processo manipulador, pois passa a impressão de que está informando, e o leitor sente-se informado pelo fato de ter lido sobre algo que não tem conhecimento. Evidencia-se aí o caráter antidemocrático dos artigos.

Nesse sentido, Van Dijk (2009) refere que, para quem ocupa o poder, controlar o discurso é imprescindível, pois o discurso consegue controlar as mentes e esta ação. Este controle se dá em eventos comunicativos, por texto, conversação verbal, ou contexto, nos quais as organizações poderosas decidem o que, quando, quem e com quais objetivos as informações são divulgadas.

Diferentemente da mídia tradicional, o uso da tecnologia a serviço da sociedade e do indivíduo é outra característica que democratiza as discussões, aspecto bem usado pelos Ninjas. Também a parcialidade, que os diferencia da mídia tradicional que se diz imparcial, mas não é, aparece na atitude de ajuda a um jovem acusado e preso na manifestação de junho. As filmagens da Mídia Ninja e o suporte das redes sociais dão material suficiente para a liberdade imediata do manifestante. Além disso, várias imagens expõem os métodos opressores e manipulativos da polícia em tal caso.

Acredita-se que, com esse formato narrativo, a Mídia Ninja abre a possibilidade de o leitor construir conceitos próprios diante da informação e educar-se para a compreensão e análise das várias formas de contar histórias, podendo com o tempo ter maior clareza sobre assuntos do cotidiano.

A reação da mídia tradicional ao combater a Mídia Ninja demonstra que esta nova narrativa é uma ameaça ao seu modelo. De outra forma, não teria necessidade de demonizar ostensivamente a Mídia Ninja. A reação da mídia conservadora foi

imediatamente, pois uma parcela da população percebeu a intensidade da mudança proposta pela Mídia Ninja, o que é comprovado pela viralização de conteúdo postado nas redes. Diante do exposto, se confirma a segunda hipótese do estudo *“a mídia alternativa é decorrência dos anseios da sociedade pelo “novo” na narrativa jornalística”*.

As redes sociais se encarregaram de ajudar na divulgação das informações vindas do grupo Ninja, a tecnologia foi sua aliada. E o método livre e igualitário quando está entre os manifestantes e com os manifestantes, fez com que boa parcela da sociedade procurasse saber deles; como também jornalistas usaram espaços para explicar os métodos e existência, a ponto de a população ajudá-los por onde passavam.

A Mídia Ninja atende os anseios da sociedade por informação realista, mas esbarra, ainda, no pouco conhecimento de um jornalismo verdadeiro voltado para os interesses sociais. São décadas de uma mídia abjeta, comercial, em busca de poder. E não se furtaram a demonizar a Mídia Ninja, desqualificando-os como profissionais e também pessoalmente, num exercício de crueldade e destruição ou, posteriormente, em um silêncio feroz ao não citá-los nas manifestações posteriores.

Freud (1927), ao levar em conta a presença em todos os homens de tendências destrutivas e anticulturais, afirma que tais tendências podem determinar o comportamento na sociedade. E a mídia tradicional provou, infelizmente, a veracidade desta teoria.

Porém, mesmo diante desse quadro onde a mídia tradicional propõe queda de braço, tanto as manifestações quanto a Mídia Ninja lançaram a semente para que germinasse um processo de mudança no formato do jornalismo e manifestação.

Como um dique que se abre e deixa fluir algo que transbordava, a sociedade conheceu os Ninjas e se aproximou de um jornalismo ativo, que a apresenta como ela é, e como se manifesta. E a mídia tradicional que se pensa vencedora por demonizar os Ninjas, escuta o eco dos que agora dizem: somos todos Ninjas.

Torturra, um dos idealizadores da Mídia Ninja, sai machucado dessa demonização e se reconstrói com o passar do tempo. As perspectivas podem ser boas, pois Ninjas foram reconhecidos como líderes e estão espalhados e reproduzindo anonimamente o método. A Mídia Ninja ficou conhecida internacionalmente e as redes sociais, jornais alternativos, blogs independentes

absorveram a ideia e crescem mais e mais, como também o jornalismo investigativo. E a informação não tem mais apenas um dono.

Embora os textos analisados atendam claramente aos objetivos do trabalho, as conclusões do estudo limitam-se aos textos analisados e ao jornal “*Estadão*”, portanto não pode ser generalizada a toda a mídia tradicional. A análise refere-se à opinião dos jornalistas que, embora representem seus editores, podem caracterizar-se pelo viés particular e não serem pautados na verdade dos eventos acontecidos.

Outra limitação do estudo refere-se ao corte de data, esta concentração pode sofrer com a proximidade dos acontecimentos, quando as opiniões podem estar mais enraizadas na subjetividade da defesa do jornal tradicional e não na análise da nova forma de apresentação jornalística.

Como estudos futuros, sugere-se uma pesquisa quantitativa entre os jornalistas para observar se as propostas iniciais dos Ninjas tiveram o impacto desejado em termos de isenção, verdade e realidade dos fatos, também quais são os possíveis caminhos a serem trilhados pelos Ninjas, objetivando estabelecer um novo paradigma jornalístico.

Além disso, seria interessante comparar, numa possível continuidade, a atuação da Mídia Ninja no Brasil com outras formas de jornalismo alternativo em outros países, para se observar o estágio e caminhos possíveis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, F. **A imprensa alternativa: opinião, movimento e em tempo** In: MARTINS, Ana MARTINS, L. A.; LUCA, T. R. **Historia da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Ed. Contexto, 2008.
- ALVES, A. Imprensa. In: **Polis: enciclopédia verbo da sociedade e do Estado**. Lisboa: São Paulo, Verbo, 1985.
- BAHIA, J. **História da Imprensa brasileira**. 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- BAPTISTA, M. L. C. **Comunicação: trama de desejos e espelhos. Os metalúrgicos, a telenovela e a comunicação do sindicato**. Canoas: Ed. Ulbra, 1996.
- BARBERO, M. J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- BARBOSA, M. **História cultural da imprensa – Brasil – 1900- 2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- BARROS, C. T. G. Dimensões da democratização da comunicação: uma contribuição para sua discussão teórico – conceitual aplicado às políticas de mídia. **Revista de comunicação midiática**. v.9, n.1, p. 197-214, jan./abril 2014.
- BARBOSA M. C. **Reflexões sobre a imprensa no Brasil de 1808**. Estudos em Jornalismo e Mídia - Ano V - n. 2 pp. XX - XX jul./ dez. 2008.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal: Ed.70, LDA, 2009.
- BOURDIEU, P. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- CADERNOS DA COMUNICAÇÃO. Série Memória. **Imprensa alternativa Apogeu, queda e novos caminhos**. Publicação da Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2005.
- CANAVILHAS, J. **Do gatekeeping ao gatwatcher: o papel das redes sociais no ecossistema midiático**. (2010). Disponível em: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>. Acesso: 18/04/2015
- _____. **Webjornalismo 7 características que marcam a diferença**. Livros LabCom Covilhã, UBI, 2014.
- _____. (2006) **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso: maio/2015.
- CALDAS, A. **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet**. Rio de Janeiro: PUC Rio, 2002.
- CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura: a sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2005. v.1.

CASTELLS, M. **A mudança está na cabeça das pessoas**. Disponível em <http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2013/10/bmanuel-castellsb-mudanca-esta-na-cabeca-das-pessoas.html> Acesso: em 11/05/2015.

CASTILHOS, C. **Ninja, um novo modelo de jornalismo**. Observatório da Imprensa. Disponível em: 06/08/13 Acesso: 08/09/2014.

COHEN, I S. Diversificação e segmentação dos impressos. In: MARTINS, Ana Luiza & LUCA, Tania Regina de. **Historia da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Ed. Contexto, 2008.

COIMBRA, O. **O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura**. São Paulo: Ática, 1993.

COSTA, C. (2013). **Sob holofotes, Mídia Ninja quer ampliar alcance**. BBC Brasil,SP. Disponível em: [WWW.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130805_midia_ninja_cc.shtml?print=1](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130805_midia_ninja_cc.shtml?print=1) Acesso: 12/10/2013.

CURVELO, N. (2013). **Cobertura dos protestos de junho foi “bipolar” avalia Bruno Paes Manso**. Disponível em: <http://br.gijc2013.org/2013/10/14/nat-editando-cobertura-dos-protestos-de-junho-foi-bipolar-avalia-bruno-paes-manso/> Acesso: 07/07/2015.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FERNANDES, V. O. N. Panorama da mídia alternativa no Brasil e na América Latina. IN: 9º Encontro Nacional de História da Mídia. **Anais** mídia eletrônica. 2013.

FRAGA, S. M. C. A nova mídia, uma possibilidade para grandes e pequenos anunciantes. **Comunicação & Mercado/UNIGRAN** - Dourados - MS, vol. 01, n. 02 – edição especial, p. 271-277, 2012.

FOUCAULT, M. (1975). **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 14. ed. Petrópolis: Vozes.

FREUD, S. (1974). **O futuro de uma ilusão**. In: Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas completas de S. Freud. (Jayme Salomão, trad.). (Vol. 21, p. 15-74). Rio de Janeiro: Imago. (Texto original publicado em 1927 [1931]).

GARCIA, J. L. Os jornalistas portugueses enquanto atores do espaço público midiático; Legitimidade Poder e Interpermutação. In: Mario Mesquita (org.). **Revista de Comunicação e Linguagens**, n. 21-22 (comunicação e política), Lisboa: Edições Cosmos, 1995.

GRADIM, A. **Manual de Jornalismo**. Editora Universidade da Beira Interior. 2000.

GUARESCHI, P. **Comunicação e controle social**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

_____. **Como selecionar notícias e formar a opinião pública.**

Disponível <http://www.sul21.com.br/jornal/como-selecionar-noticias-e-formar-a-opinio-publica-por-pedrinho-guareschi/> 2015. Acesso: 05/06/2015.

HOHLFELDT, A. Correio e Gazeta: comparações e influências. **Estudos em Jornalismo e Mídia** - Ano V - n. 2 pp. XX - XX jul./ dez. 2008.

JORNALISTAS LIVRES. Disponível em: <https://medium.com/jornalistas-livres/n%C3%B3s-somos-s-jornalistaslivres-651d193d664> Acesso: 25/05/2015.

KUCINSKI, B. **Jornalistas e Revolucionários** – nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Editora Página Aberta, 1991.

LAGE, N. **Ideologia e técnica da notícia.** Florianópolis: Insular, 2001.

LOPES, R. **O poder dos media na sociedade contemporânea.** Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/04/lopes-rita-media-e-poder.pdf> Acesso: 08/06/15. (2005).

MARTINS, A. L.; LUCA, T. R. (orgs.). **História da imprensa no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2008, 304 p.

NASSIF, L. **Mídia Ninja e Casa Fora do Eixo: a explosão do novo.** Disponível em: <http://jornalggm.com.br/blog/luisnassif/midia-ninja-e-casa-fora-do-eixo-a-explosao-do-novo> (2013). Acesso: 11/05/2015.

NOGUEIRA, L. **Fora de mim.** Disponível em: 27/08/13 www.observatoriodeimprensa.com.br/news/view/_ed761_fora_de_mim. Acesso: 12/10/2013.

PALMA, G. B.; DREVES, A. **As Novas Formas Narrativas do Jornalismo Online: A Procura de um Caminho.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB. 6 a 9 de setembro, p. 1-12, 2006.

PAVLIK J. V. **Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital.** IN: João Canavilhas (org.) **Webjornalismo 7 características que marcam a diferença.** Livros LabCom Covilhã, UBI, 2014.

PRADO, A. A. Imprensa, cultura e anarquismo. In: MARTINS, Ana Luiza & LUCA, Tania Regina de. **Historia da Imprensa no Brasil.** São Paulo: Ed. Contexto, 2008.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2012.

ROESCH, S.M.A. **Projetos de Estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso.** 3. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2005.

SERRA, J. P. **Manual de teorias da Comunicação.** Covilhã: Livros Labcom, 2007.

- SANTOS R. M.; PELLIZZARO A. C.; CARLOMAGNO M. C. A cobertura eleitoral dos jornais no facebook em 2014: um estudo preliminar sobre a visibilidade dos presidenciais. **Aurora: revista de arte, mídia e política**, São Paulo, v.7, n.21, p. 48-65, out.2014-jan.2015.
- SHANNON, C. E., A Mathematical Theory of Communication. **The Bell System Technical Journal**. Vol. 27, Julho, Outubro, 1948.
- SHOEMAKER, P.; VOS, T. **Teoria do Gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Ed. Penso, 2011.
- SILVA, J.M. **A miséria do jornalismo brasileiro**: as (in)certezas da mídia. Petrópolis: RJ, Ed. Vozes, 2001.
- SODRE, N. W. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1999.
- THEBALDI, B. A batalha da mídia: da formação dos oligopólios à luta pela democratização da comunicação. **Galáxia (São Paulo, Online)**, n. 27, p. 271-273, jun. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014105>.
- TORTURRA, B. **Olho da rua**. 2013, Disponível em: <http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-87/questoes-de-midia-e-politica/olho-da-rua>. Acesso: 10/05/2015.
- TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- VAN DIJK, T. (1988). **News as discourse**. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- VAN DIJK, T. (2009). **Discurso y poder**: contribuciones a los studios críticos del discurso. Barcelona: Editorial Gedisa.
- WHITE, D. M. The Gatekeeper: A case study in the selection of news. **Journalism Quaterly**, 59 (1), 60-65. 1950.
- WARNICK, B. (2007). **Rhetoric Online**: Persuasion and Politics on the World Wide Web. New York: Peter Lang Publishing.
- WEBER, M. **Economía y sociedad**: esbozo de Sociologia Comprensiva. 11. ed. México: Fondo de Cultura Económica, 1997.

ANEXOS

ARTIGO 1: MÍDIA NINJA E FUTURO DESFOCADO

ARTIGO 2: MÍDIA NINJA AGORA VIVE IMPASSE

ARTIGO 3: A FALTA DE INOVAÇÃO DO MÍDIA NINJA

ANEXO 1: ARTIGO 1

Mídia Ninja e o futuro desfocado

Fernando Gabeira *

16 Agosto 2013 | 02h 12

As manifestações de junho revelaram ao País a Mídia Ninja, grupo de jovens que usa smartphones para divulgar ao vivo os protestos de rua e eventuais confrontos com a polícia. Tive a oportunidade de entrevistar um deles, Bruno Torturra, e na ocasião tentei quebrar um pouco a rígida dicotomia entre imprensa profissional e jovens amadores com uma visão excludente do processo.

Creio que grande parte dos temas agitados nas ruas do Brasil foi divulgada pela imprensa profissional. O que as redes sociais fizeram foi metabolizar os escândalos e deslizos amplamente registrados nos grandes veículos de comunicação. É inegável que existe mão dupla. A grande imprensa é muita atenta às redes sociais e procura pescar todos os temas que lhe parecem dignos de publicação. É assim que ela trabalha - ou deveria -, com antenas sempre ligadas no que acontece em qualquer lugar, o mundo virtual incluído.

Na cobertura das manifestações a Mídia Ninja conseguiu ficar bem próxima dos jovens que protestavam e dos policiais que, eventualmente, os reprimiam. Isso era melhor que as tomadas de helicóptero, embora a visão de cima dê também boa ideia da magnitude do protesto e de como evolui espacialmente. Mas, como dizia Robert Capa, se a imagem não é tão boa, é porque não chegamos perto o bastante do objetivo. É a visão de um fotógrafo de guerra que se pode estender a outros campos.

Em nova entrevista de TV, os jovens da Mídia Ninja deram a entender que há uma crise na imprensa clássica e eles representam uma verdadeira alternativa a ela, no futuro. Isso se choca com meio século de experiência no ofício e o exame de outras tentativas, mundo afora, de achar um caminho para as limitações da imprensa, sobretudo as que se revelaram com o impacto da revolução digital.

A Mídia Ninja dá a entender que pretende financiar seu trabalho com o apoio dos próprios leitores. É o que tentam fazer algumas agências de fotógrafos, via crowdfunding. Na verdade, a iniciativa é uma extensão de algo que já deu certo no mundo musical, projetando inúmeros grupos independentes. Mas as experiências de financiamento entre os fotógrafos partem de um portfólio mostrando a capacidade específica do profissional e do detalhamento do projeto a ser financiado. É uma tentativa de reinserir no fluxo de informações um material de alta qualidade que as circunstâncias econômicas das revistas já não permitem financiar. Impossível buscar informação em vários cantos do País e do mundo sem recursos para passagens, hotel e aluguel de carro, para ficar só nas despesas mais rotineiras.

A primeira condição de crowdfunding, em jornalismo, é a alta qualidade do material produzido, o que a Mídia Ninja não pode oferecer, pelas circunstâncias da cobertura e pelo precário domínio técnico. Viver disso significa preocupar-se com detalhes: ângulo, luminosidade, enquadramento, composição - enfim, as técnicas que permitem transmitir a informação com nitidez. Se tudo isso é considerado secundário, o que é o principal? Estar presente e tomar o partido dos oprimidos, ainda que a mensagem seja um lixo técnico.

Isso me remete às discussões que tive com Glauber Rocha pelas ruas de Havana e me valeram um mal-entendido. O sonho de Glauber era associar-se aos grupos de guerrilha e ser o cineasta de suas ações armadas contra as ditaduras militares do continente. Disse-lhe francamente que achava a ideia problemática. Glauber teria de morrer como um grande cineasta e se tornaria um documentarista precário dos fatos, sempre escravizado pela segurança da ação e pela obediência ao comando da guerrilha. Ele entendeu que estava propondo seu suicídio e por muitos anos não falou comigo.

O problema que discutíamos em Havana ainda é válido hoje. É impossível expressar o talento pessoal, amplamente, tendo de se submeter aos interesses de um grupo, que decide o que e como publicar. Os jovens da Mídia Ninja acham que a grande imprensa é parcial. E, em vez de defender a imparcialidade, tomam partido e afirmam que a verdade surgirá do intercâmbio de múltiplas parciaisidades. Essa discussão é uma das mais antigas e, diria, entediadas, depois de tantas madrugadas nos bares de Ipanema. Apontar a câmera para um lado, e não para o outro, já significa uma escolha pessoal. Imagens, verbos, adjetivos, tudo isso expressa uma tomada de posição. Em certos fatos jornalísticos, que envolvem também a concepção democrática de cada um, fica visível onde está e o que quer o narrador.

Mas existem certos princípios na informação de qualidade. Um é a importância de ouvir os dois lados. Outro é a humildade do repórter, que mesmo tendo uma posição sobre determinado tema não tenta conformar a realidade à sua tese. É preciso estar aberto para o que realmente está acontecendo e jogar para o alto as ideias que não correspondam aos fatos.

Quando alguém da Mídia Ninja é preso, a grande imprensa relata em detalhes e busca explicações da polícia. Quando carros das emissoras de TV são queimados por manifestantes, é de esperar que a Mídia Ninja também combata esse tipo de violência e todas as outras formas de agressão. Se o nome do jogo é informação, a liberdade de imprensa é um bem comum. Quem vai sobreviver ao tsunami da revolução digital, quem vai naufragar, tudo é uma questão de talento e capacidade de adaptação aos tempos revoltos. Não creio em profissionais especializados em manifestações, muito menos sustentados por grupos em fusão, que se desfazem e recompõem indefinidamente.

Ao ver na TV a história de coletivos com casas próprias e líderes que combinam picaretagem política com certo tom religioso, pressinto os descaminhos que se impõem, com dinheiro oficial, à cultura brasileira. Descaminhos que, no fundo, desprezam a cultura e a substituem pelo militante fanático. Quem não se lembra da Revolução Cultural chinesa? Foi um dos momentos mais indignos da História humana. É preciso ler um pouco sobre isso para evitar algumas novidades que, no fundo, são apenas o retorno da barbárie.

* Fernando Gabeira é jornalista.

<http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,media-ninja-e-o-futuro-desfocado-imp-,1064592>

ANEXO 2: ARTIGO 2

Mídia Ninja agora vive impasse

Bruno Paes Manso - O Estado de S.Paulo

18 Agosto 2013 | 02h 04

A Mídia Ninja, que ganhou visibilidade nas manifestações de junho, passa atualmente por um impasse. Precisa decidir o nível de ligação que pretende manter com o Fora do Eixo (FdE)- que oferece a mão de obra e a tecnologia para a atividade dos jornalistas.

Na avaliação do grupo, a estratégia de captar dinheiro público, que acaba dependendo de ligações e diálogos políticos, pode comprometer a independência que eles gostariam de criar. Ao mesmo tempo, a estrutura e a mão de obra dos integrantes do FdE viabilizam as transmissões.

Na semana passada, os Ninjas pediram a ajuda de outros jornalistas para debater o tema e discutiram alternativas de financiamento. Assustado com o volume de críticas recebidas, Bruno Torturra, principal articulador do coletivo de repórteres, disse que havia desistido de tentar arrecadar dinheiro via crowdfunding (financiamento coletivo). O potencial de alavancagem de recursos era alto, mas ele preferiu abrir mão da iniciativa temendo ataques.

Ressentimentos. A guerra de trolls (ataques virtuais) começou a ocorrer depois da entrevista em que Pablo Capilé, do Fora do Eixo, e Bruno Torturra concederam ao Roda Viva, da TV Cultura. Os dias seguintes foram de glória. Os confetes, contudo, abriram a tampa da caixa de críticas e de ressentimentos contra as práticas do coletivo.

O fotógrafo Rafael Vilela, dos Ninjas, além de acompanhar os protestos, viajou para cobrir as manifestações no Egito. Ele abandonou o curso de Jornalismo em Florianópolis para morar na Casa Fora do Eixo, em São Paulo. Assim como os demais integrantes, não recebe salário e veste roupas de um armário coletivo. As fotos não têm seus créditos. "Foi uma excelente opção de vida e não me arrependo. Nossas fotos estão disponíveis e isso permitiu que fossem reproduzidas em vários lugares. É uma experiência que só pude ter por estar aqui."

<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,media-ninja-agora-vive-impasse-imp-,1065190>

ANEXO 3: ARTIGO 3

A falta de inovação do Mídia Ninja

Paulo Silvestre

19 agosto 2013 | 07:49



Bruno Torturra e Pablo Capilé, no Roda Viva do último dia 5

Desde as megamanifestações que sacudiram o Brasil em junho, muito se fala sobre o Mídia Ninja, um grupo de jornalismo que tem sido incensado como revolucionário em seus formatos editoriais e de financiamento. Cheguei até a ter a esperança de que a cambaleante “mídia tradicional” poderia aprender algo com eles. Mas acabei concluindo que, na verdade, as propostas dos Ninjas não têm nada de inovadoras.

Os líderes do movimento, Bruno Torturra e Pablo Capilé, tentaram explicá-las no Roda Viva do último dia 5. Durante grande parte do programa, os entrevistadores se concentraram em como o movimento se financia, e não faltaram sugestões de que os Ninjas seriam, na verdade, aparelhados pelo PT. Não entrarei aqui na questão política: quero debater o que eles estão trazendo para o jornalismo.

Assistindo à entrevista, concluí que a o movimento está infelizmente muito longe de um caminho viável. Suas propostas me lembraram de visões românticas e às vezes inocentes típicas das start-ups de tecnologia que naufragam com uma boa ideia nas mãos.

A principal falha na proposta dos Ninjas é depositar pesadamente no público a responsabilidade pelo financiamento da produção jornalística. Curiosamente isso não é diferente do que propõem os donos dos grandes veículos, principalmente da mídia impressa, que vem sofrendo de maneira mais dramática com o naufrágio do seu modelo de negócios.

Claro que o ideal é que qualquer jornalismo seja financiado pelo seu próprio público, quanto mais, melhor. Assim garante-se um dos valores mais caros da atividade, que é a sua independência. Mas, como disse acima, calcar seu modelo de negócios nisso demonstra que os Ninjas terão que mudar de ideia rapidamente se não quiserem desaparecer. E o próprio Bruno admitiu no programa que só pensará em vender anúncios a empresas, quando “o dinheiro público, DO público (ops, a falta inicial dessa contração foi um ato falho?) fracassar”. Oras, é um modelo que então já prevê o seu fracasso?

Essa tentativa de convencer o público de canais online a pagar pelo conteúdo já vem sendo tentado de diferentes maneiras há uma década por gente muito boa (dos pontos de vista tecnológico e jornalístico), sem sucesso. As pessoas estão dispostas a pagar sim pelo que consomem, mas está cada vez mais difícil convencer alguém a pagar pelo conteúdo em si: elas pagam quando ele faz parte de algo maior, de um serviço que transcende o jornalismo na maneira como ele se insere em suas vidas.

A incapacidade de entender isso é o que está matando, por exemplo, os jornalões, que veem seus assinantes e anunciantes diminuindo continuamente. Mas eles ainda têm algo nas mãos, pois partiram de um grande volume construído historicamente. No caso dos Ninjas, que estão partindo do zero, correm o risco de fazer um “microjornalismo” para 300 ou 400 pessoas, como os shows dos artistas incubados pelo Fora do Eixo, movimento irmão do Mídia Ninja focado em atividade artísticas. Nesse caso, perdem outro valor importante para o jornalismo, que é a representatividade social. Não se faz jornalismo apenas para seus colegas, para quem pensa igual a você ou para quem já conhece a história: jornalismo deve ser feito de maneira ampla, para a sociedade.

Jornalista cidadão

Os Ninjas se apoiam em uma meia verdade, quando dizem que é possível fazer jornalismo com baixos custos. A parte em que isso é verdade acontece justamente em coberturas como as realizadas nas manifestações de junho, que tornaram o grupo famoso. Nesse caso, basta sem a pessoa certa, no lugar e na hora certos. Com celulares, é possível sim fazer esse tipo de bom jornalismo a um custo baixo.

O melhor exemplo disso para mim não é de hoje e nem é dos Ninjas. Ele aconteceu em 26 de dezembro de 2004, após o tsunami que devastou o sudeste asiático, principalmente a Indonésia. Naquele desastre, alguns sobreviventes realizaram uma grande cobertura jornalística usando seus celulares (que eram muito mais primitivos que os atuais), praticamente a única coisa que continuou funcionando após a tragédia. A grande mídia demorou incrivelmente um par de dias para perceber o que havia acontecido naquele lado do mundo, desembarcando atrasada (e em

massa) para sua cobertura, como a cavalaria chegando e tocando sua corneta, depois que pioneiros e índios já tivessem se massacrado.

E justamente aí reside a metade falsa da premissa do movimento. Sim, tanto os Ninjas nas manifestações de junho, quanto os sobreviventes do tsunami realizaram uma cobertura de qualidade a custos baixos. Mas e se ninguém tivesse feito isso naquele 2004 indonésio e restasse à grande mídia executar essa tarefa, ainda que tardiamente? Custa muito dinheiro mobilizar rapidamente uma grande equipe e enviá-la ao outro lado do mundo para fazer jornalismo. E isso acabou acontecendo em um segundo momento, de maneira complementar ao trabalho inicial dos sobreviventes.

Vale ressaltar outra diferença entre o Mídia Ninja e iniciativas típicas de jornalismo cidadão, como no caso do tsunami de 2004. Os Ninjas quer fazer parte da notícia, ao invés de noticiá-la. Isso ficou claro quando seus líderes disseram no Roda Viva que filmaram detalhes das manifestações e fizeram entrevistas específicas para deliberadamente proteger os manifestantes.

Não há nada de errado em se fazer isso, desde que seja como manifestante, e não como jornalista. Nesse segundo caso, deve-se fazer a sua cobertura para apurar os fatos, e eles sempre têm muitos lados. Por mais que odeiem os policiais que estavam descendo a borracha nas pessoas, eles devem ser ouvidos para que deem a sua versão dos acontecimentos. Assim como os manifestantes pacíficos, os black blocs, os políticos, o cidadão que estava lá só de passagem. Todos eles têm sua versão dos mesmos fatos, e devem ser ouvidos. Sem isso, o público, mal informado, se afasta da verdade, e o trabalho vira antijornalismo.

A contribuição dos Ninjas

Então o Mídia Ninja não inova em nada? Penso que não. Mas eles trouxeram sim uma importante contribuição. Não por terem inventado algo novo, mas por terem resgatado um princípio importantíssimo do jornalismo que anda meio esquecido nas grandes redações e que a nova geração de colegas pouco viu: uma reportagem destemida, que, para apurar uma notícia, vai até o fim, pensa de maneira criativa e até impertinente, e que não se deixa intimidar.

Incentivados por uma política de redução de custos que prefere que os jornalistas saiam pouco das Redações, os grandes veículos se transformaram em espaços de denunciismo, insuflados por fontes com interesses nem sempre nobres ou confiáveis. E essa prática condenável divide o espaço com um jornalismo chapa-branca, com pautas políticas ou empresariais sonolentas, com uma mesmice chata e acomodada. Até a opinião dos veículos, fora de assuntos políticos, parece anêmica.

A chamada “grande imprensa” deveria prestar atenção a essa turma que “vai para cima” apenas com um celular na mão. Não para desprezar os seus erros, mas para resgatar com eles o que perderam ao longo dos anos. E –sim– se reinventar.

Nesse caso, um novo, sério e robusto jornalismo poderia surgir das cinzas do cruzamento dos veículos centenários e dessa nova turma. Se isso acontecer, o Mídia Ninja terá dado a sua contribuição à sociedade, afinal.

<http://brasil.estadao.com.br/blogs/macaco-eletrico/a-falta-de-inovacao-do-midia-ninja/>