

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

Convergence characteristics of the
performance of the Mídia Ninja

Maria Clara Aquino Bittencourt

Doutora e Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) – Porto Alegre (RS), Brasil; Bolsista CAPES de pós-doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) – São Leopoldo (RS), Brasil. E-mail: aquino.mariaclara@gmail.com

Resumo

Discute-se a comunicação sobre os protestos de 2013, no Brasil, através de uma análise sobre as categorias de convergência na atuação do coletivo midiático Mídia Ninja. Foram observadas as seguintes categorias: armazenamento, mobilidade, visibilidade e personalização. A argumentação foi construída a partir da problematização sobre a coexistência do modelo de comunicação da mídia tradicional, baseado na distribuição, com um modelo híbrido e emergente, baseado em circulação de conteúdos.

Palavras-chave: mídias sociais; convergência; Mídia Ninja.

Abstract

This paper discusses communication about the protests of 2013, in Brazil, through an analysis of categories of convergence in the action of the collective media Mídia Ninja. The following categories were observed: storage, mobility, visibility and customization. The argument was constructed from the questioning on the coexistence of the communication model of traditional media, based on the distribution, with a hybrid and emerging model, based on circulation of content.

Keywords: social media; convergence; Mídia Ninja.

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

1. Introdução

Uma série de protestos tomou conta de diversas cidades brasileiras em junho de 2013. Os primeiros atos aconteceram ainda em 2012, contra o aumento da tarifa do transporte público em Natal (RN), mas em fevereiro de 2013 mobilizações também aconteceram em Porto Alegre (RS), Belém (PA), Curitiba (PR), Brasília (DF), Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP) e Salvador (BA). Em junho, os atos chegaram a grandes proporções, quando as manifestações já não aconteciam pelos 20 centavos a mais das passagens. Várias outras causas entraram na pauta das reivindicações e os atos de rua continuaram pelo país nos meses que se seguiram.

As manifestações de junho de 2013 foram marcadas não apenas pela ocupação das ruas de capitais e cidades brasileiras; ganharam força, em grande parte, em sites de redes sociais (como o Twitter e o Facebook) e pelo trabalho colaborativo de “coletivos midiáticos”, grupos de comunicação *online* declarados independentes. Do fluxo de informações que circularam pelas redes sobre os protestos pode-se perceber que meios e veículos de massa perderam o protagonismo na tarefa de disseminar notícias e informações, sem que isso signifique um argumento em defesa da substituição de determinados meios por outros. A atuação de coletivos midiáticos que utilizam as mídias sociais não só para cobrir os protestos mas para criticar e questionar a cobertura da mídia de massa, lutando, assim, pela democratização da comunicação, ilustra um cenário midiático composto pela presença da mídia de massa e da mídia alternativa e, em alguns casos, marcado pela disputa entre as duas. Ao lado de práticas colaborativas, a convergência também é característica de um momento em que transformações significativas na circulação midiática acontecem a partir da atuação desses coletivos, responsáveis por provocar a reflexão sobre a configuração de um modelo de comunicação não mais baseado na unilateralidade, mas na multilateralidade em processos de produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos.

A rotina de protestos que se constituiu no Brasil, desde junho de 2013, levanta uma série de questionamentos sobre tais processos, a partir de novas práticas de organização, mobilização e comunicação decorrentes dos usos e das apropriações das mídias sociais que se iniciaram por volta de 2010 em outros países como Espanha, Estados Unidos e países do Oriente Médio. Através de uma observação do processo de convergência na cobertura dos protestos pelo coletivo midiático Mídia Ninja, este texto propõe a reflexão sobre quatro categorias oriundas de uma categorização analítica da convergência proposta anteriormente:

armazenamento, mobilidade, visibilidade e personalização. O objetivo foi identificar como cada uma dessas categorias se perfaz no trabalho desenvolvido pelo Mídia Ninja através das mídias sociais, buscando apontar mudanças na produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos referentes aos protestos.¹

2. Convergência na atuação do Mídia Ninja

Para abordar o tema da convergência, recorreu-se a uma pesquisa realizada anteriormente sobre as origens e a aplicação do conceito. Partiu-se do pressuposto de que a convergência extrapola aspectos técnicos referentes à reunião de formatos midiáticos em um único suporte, abrangendo também implicações sociais e culturais. Foram discutidas as definições elaboradas por ampla gama de autores (CASTELLS, 2003; JENKINS, 2006; JENSEN, 2010; POOL, 1983, entre outros) e recorreu-se a um movimento teórico-epistemológico para que se pudesse elaborar uma categorização analítica do conceito, da qual são trabalhadas aqui quatro camadas para pensar a convergência a partir de uma observação sobre as práticas do coletivo Mídia Ninja referentes às manifestações de 2013.

Com o desenvolvimento das tecnologias digitais, percebe-se a potencialização do fenômeno de convergência e, conseqüentemente, reações que geram entendimentos muitas vezes equivocados sobre o fenômeno, sendo o principal deles o de que o conceito seria esgotado com base em seu elemento tecnológico, ou suficientemente compreensível apenas a partir do nível técnico. Além disso, outro apontamento frequentemente realizado a respeito do tema da convergência é o de que determinados meios de comunicação serão substituídos por outros. A tecnologia digital e as redes, segundo Grant e Wilkinson (2009), são o núcleo da convergência, ainda que, para eles, fatores organizacionais e sociais sejam de extrema importância na formação do conceito. Killebrew (2009) afirma que para entender a evolução da convergência é importante não apenas pensar no âmbito tecnológico, mas entender como as dinâmicas do processo passam de um modelo baseado no esquema um-todos para outro fundamentado na participação e no diálogo, e que o controle desse diálogo hoje ora está na mão do emissor, ora na mão do receptor, que se intercambiam de posição.

¹ Em outro artigo, ainda não publicado, foram discutidas as outras três partes da categorização proposta: interatividade, multimídia e hipertextualidade. De qualquer forma, a divisão da discussão sobre as categorias em dois textos não prejudica a compreensão de um e de outro, já que podem ser observadas separadamente.

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

Logo, o fator tecnológico incide diretamente na configuração de novas práticas, mas não é elemento determinante para as transformações pelas quais vêm passando os processos de produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos a partir da proliferação das mídias sociais. É fato e autores como Castells (2003), Levy (1993) e Lemos (1997) já sustentavam, antes mesmo de os *sites* de redes sociais confirmarem o peso de tal argumentação, que a apropriação feita pelos indivíduos de dispositivos e ferramentas de comunicação digital é fundamental para a ocorrência de alterações e reconfigurações no cenário midiático. Especificamente sobre a convergência, a junção entre o elemento tecnológico e fatores sociais e culturais é tida aqui como fundamental para a constituição do fenômeno. Entende-se que mais do que reunir funcionalidades e capacidades técnicas em um único dispositivo, a convergência agrega a atuação de indivíduos que, munidos das mais diversas tecnologias, ressignificam modos de produção e consumo, conseqüentemente reestruturando o fluxo de circulação de conteúdos midiáticos.

Agrega-se também a este referencial a ideia de “mídia de espalhamento”, apresentada por Jenkins, Ford e Green (2013) para pensar as mudanças estabelecidas através de usos e apropriações de tecnologias digitais que vêm alterando processos de produção, circulação e consumo pautados pela convergência. Para os autores, a circulação em contexto de massas é aquela em que o movimento dos conteúdos é controlado por interesses comerciais, lógica que caracteriza o mundo da mídia *broadcast*, quando um pequeno número de produtores domina a produção para as audiências. Segundo eles, o espalhamento se configura a partir de um emergente modelo híbrido de circulação que mistura forças de cima e de baixo que determinam como o material é compartilhado através de diferentes culturas por formas mais participativas. Trata-se de uma mudança de um modelo baseado na distribuição para um modelo baseado na circulação, onde os consumidores têm papel mais participativo, criando, compartilhando e remixando conteúdos.

Assim, a convergência se coloca praticamente como um pressuposto dessa noção de espalhamento, já que o que se percebe diante da proliferação de espaços e ferramentas é a constante circulação de conteúdos por canais diversos, concretizando os aspectos técnicos da convergência, em função da multiplicidade de formatos, bem como suas características sociais e culturais em função de práticas e hábitos pautados pela interação e pelo compartilhamento. O caso do Mídia Ninja é um exemplo que reflete as características de espalhamento e que se utiliza da convergência para produzir e fazer circular conteúdos de formatos diversos e segundo um modelo que difere, em certo sentido, da noção de distribuição unilateral empreendida pelos meios de massa.

O Mídia Ninja nasceu no Fora do Eixo, uma rede de coletivos culturais que existe desde 2002. Mídia Ninja significa “Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação,” e o grupo vem cobrindo as manifestações de forma colaborativa a partir de mídias sociais e dispositivos digitais. A atuação de coletivos como o Mídia Ninja vem sendo guiada pelo questionamento e pela cobrança sobre a atuação da mídia de massa, no esforço de reconfigurar processos comunicacionais a partir de práticas colaborativas e mais democráticas. Malini e Antoun (2013, p. 23) abordam o ativismo midiático, do midialivrismo, e afirmam que “o midialivrista é o hacker das narrativas, um tipo de sujeito que produz, continuamente, narrativas sobre acontecimentos sociais que destoam das visões editadas pelos jornais, canais de TV, emissoras de rádio e grandes conglomerados de comunicação.” Atuando através de um perfil no Twitter (@midianinja) e uma *fanpage* no Facebook (<http://www.facebook.com/midiaNINJA>), além da ligação com o canal de audiovisual PósTV (<http://canalpostv.blogspot.com>), o Mídia Ninja ganhou visibilidade e chegou a ser tema de uma edição do Programa Roda Viva, na TV Cultura. Bruno Torturra e Pablo Capilé, idealizadores do coletivo, foram insistentemente questionados sobre o modelo de negócio da rede Fora do Eixo, sobre supostas ligações com partidos políticos, que estariam auxiliando financeiramente o coletivo e assim colocando em dúvida o seu caráter de independência, e sobre o uso de dinheiro público através da participação em editais do governo e também de empresas privadas. Enquanto a mídia de massa sabatinava a mídia livre, nas mídias sociais as opiniões sobre o desempenho de um e de outro lado se multiplicavam.² A participação do Mídia Ninja no Roda Viva foi exemplo da necessidade de se refletir e discutir os rumos dos processos de produção, circulação e consumo de conteúdos; estes processos, diante de um contexto caracterizado pela presença crescente de novos atores e práticas marcados pelo uso das mídias sociais, fortalecem e ampliam as possibilidades comunicacionais dos movimentos sociais.³

² Em 12 de agosto, a *fanpage* do Fora do Eixo publicou nota com esclarecimentos em resposta a várias acusações que circularam pelo Facebook, Disponível em: <<http://goo.gl/zQnvM6>>. Acesso em: 13 de agosto de 2013.

³ Castells (2012) aborda novas formas assumidas por movimentos sociais nos últimos três anos, a partir de redes de comunicação autônoma. Ao longo da história, destaca o papel dos movimentos como produtores de valores e objetivos em torno dos quais ocorrem transformações em instituições da sociedade que passam por modificações para representar esses valores a partir da criação de novas normas de convívio social. O exercício de um contrapoder por parte desses movimentos se dá através de sua autoconstrução via comunicação autônoma. A trajetória dos movimentos que deflagraram os recentes protestos é marcada por demandas e formas de mobilização já conhecidas de outras décadas, mas seus processos comunicacionais vêm sofrendo transformações capazes de influenciar a própria continuidade do movimento.

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

Os próximos itens discutem as práticas do coletivo como componentes de um processo de convergência na cobertura sobre a atuação de protestos, a partir da análise das categorias de armazenamento, mobilidade, visibilidade e personalização.

3. Armazenamento

É importante pensar a questão do armazenamento quando conteúdos produzidos originalmente para determinados meios de comunicação passam a circular em outros, como é o caso da convergência estabelecida entre os meios de massa e a Internet. O coletivo Mídia Ninja não produz conteúdo para nenhum meio de massa, mas gera conteúdos de formatos diversos, que circulam não só em suas contas de Twitter e Facebook mas se espalham pela rede através do compartilhamento realizado por milhares de seguidores, impactando diretamente na organização e no próprio rumo de atos e manifestações, e também na produção de conteúdo pelos meios e veículos de massa. A utilização de *hashtags*, principalmente no Twitter, e agora também no Facebook, tem permitido estudos (RECUERO e ZAGO, 2010; MALINI, 2010; MALINI e ANTOUN, 2013) que trabalham a circulação da informação no âmbito das redes, buscando identificar impactos e transformações em termos técnicos e sociais no campo da comunicação.

Nesse sentido, o registro e a recuperação desses conteúdos se caracterizam como uma memória em movimento em torno das mobilizações. Essa memória fica registrada em diferentes espaços e é constantemente manuseada pelos produtores do conteúdo e também pelos consumidores, que possuem um papel ativo na dinamização dessa memória por diferentes suportes, já que potencialmente todos podem estar presentes em atos de rua. Aqueles que não participam diretamente dos atos, acabam contribuindo para a dinamização dessa memória através dos compartilhamentos dos conteúdos que realizam nas redes sociais. Hoje, o uso de ferramentas diversas permite diferentes maneiras de se registrar informação, bem como o comportamento dos indivíduos em torno dessas memórias influencia nos usos dessas ferramentas. A circulação das informações textuais e audiovisuais produzidas por diversos “ninjas” se espalha por uma infinidade de perfis e dispositivos, de modo que pode ser recuperada a qualquer momento, a partir de qualquer ponto, facilitando o acesso não só a quem está em casa acompanhando as manifestações, mas também àqueles que circulam pelas ruas nos momentos mais tensos e determinantes das mobilizações.

Rösny (2006) diz que existem vários tipos de memória, mas, ao se focar nas tecnologias digitais, considera a existência de memória implícita e de memória explícita.

A memória explícita é o conjunto de informações armazenadas em bases de dados, podendo ser recuperada através de mecanismos de busca, e ele cita a Internet, que permite o esquecimento e a recuperação de dados a qualquer momento, de acordo com a necessidade ou a vontade. Já a memória implícita se autoconstrói e o autor fornece como exemplo um *link* na *web*, que quando criado se constitui em uma via de acesso, um *link* implícito de memória. Os *links*, para Rösny (2006), permitem a intercomunicabilidade, que é a possibilidade de se passar de uma coisa a outra através de um clique, algo absolutamente próximo, senão semelhante, da hipertextualidade. A união dessa possibilidade com o fato de as pessoas poderem interagir e intercriar no ambiente *online* é o que o autor considera como favorecedor da formação de uma memória coletiva e de uma integração cultural através da rede. Assim, por meio da liberdade de intervenção na elaboração dessa rede hipertextual, das conexões que a formam e de seu contínuo enriquecimento e gerenciamento feito pelos próprios usuários da *web*, que entre si interagem na realização dessas ações, é que, segundo o autor, os indivíduos podem ter acesso a uma memória digital coletiva e dinâmica, em constante aperfeiçoamento na medida em que todos podem contribuir para a sua formação.

A memória implícita da produção do Mídia Ninja confere movimento à memória explícita, formada por conteúdos textuais e audiovisuais espalhados por espaços diversos. As informações estão registradas em bases de dados e são as conexões estabelecidas pelos indivíduos que alteram essas bases, reconfigurando-as num ritmo contínuo conforme a hipertextualidade como um todo é alterada a cada novo *link* estabelecido — a cada *retweet* e a cada compartilhamento, nos casos do Twitter e Facebook, respectivamente. É importante destacar que toda essa flexibilidade gera o risco da perda da memória, dado o fato de que um determinado conteúdo pode ser apagado e ter, assim, suas conexões quebradas caso não tenha sido salvo por um ou outro usuário — o que é difícil de não acontecer hoje em dia. Outro perigo é o fortalecimento da capacidade de vigilância, por regimes autoritários, dessa memória fluida e disponível *online*.

Mitchell (2006) chama a atenção para o papel das práticas de gravação, de acesso às informações e do como fazer uso dessas gravações através das tecnologias digitais para a transformação de uma memória estática em uma memória viva, e aqui se relaciona essa ideia de memória viva com a ideia de fluxo que se estabelece no contexto de convergência. Trata-se de pensar em como a memória é produzida, distribuída ou disponibilizada, acessada e consumida pelos indivíduos. Por isso ele fala na transformação

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

de algo estático em algo vivo, de algo fixo para algo em movimento, assim como os conteúdos midiáticos hoje circulam por diferentes suportes e veículos. Para ele, é importante perceber como a informação tem sido colocada no mundo digital e como os indivíduos estão interagindo com e entre si e fazendo uso dessa informação. A circulação dos conteúdos veiculados pelo Mídia Ninja, assim como a coletividade empreendida na produção dos mesmos, reflete uma mudança não só na maneira como a memória é constituída, mas em como ela poder ser movimentada e alterada. Recentemente,⁴ o Facebook permitiu a edição das publicações, funcionalidade que afeta diretamente a constituição da memória e é capaz de afetar a prática de compartilhamento na rede social, já que não há garantia de que o autor de uma publicação não possa alterar completamente o conteúdo inicialmente divulgado. No caso do Mídia Ninja, assim que a funcionalidade foi implementada, várias publicações na *fanpage* do coletivo apareceram com a notificação de que haviam sido editadas, de modo que a credibilidade dessas informações pode ser colocada em dúvida, o que é significativo diante do contexto de manifestações e debates políticos objetos de grande parte das publicações. Essa possibilidade de alteração da memória de conteúdos sobre as mobilizações contribui para o enfraquecimento da legitimidade, *status* conquistado continuamente e com esforço diante da atuação da mídia de massa, de modo que precisa ser efetuada com cuidado.

Práticas coletivas como as empreendidas pelo Mídia Ninja acarretam transformações de nível técnico na condução de mobilizações organizadas em rede, já que são incorporadas novas ferramentas e funcionalidades no armazenamento de informações e conteúdos sobre protestos e atos de rua. Mas são as reconfigurações sociais que se referem a participação dos indivíduos nos processos de elaboração e dinamização dessa memória, pelas atividades realizadas a partir do uso de ferramentas e sistemas diversos de armazenamento e recuperação de conteúdos, que provocam ressignificações na forma como a circulação se efetiva. Ocorrem também alterações de nível cultural, pelas mudanças de comportamento adotadas pelos indivíduos na forma como passam a lidar com as possibilidades de constituição e recuperação da memória nos diversos espaços pelos quais circulam os conteúdos midiáticos, bem como devido às funcionalidades oferecidas pelos sistemas e ferramentas que permitem o arquivamento e a dinamização de conteúdos. O Mídia Ninja tem apresentado um papel

de destaque na constituição de novas práticas no âmbito da comunicação sobre as mobilizações em rede, impactando na constituição da memória de uma série de atos e protestos encadeados através das conexões oriundas das redes, e a colaboração aplicada aos processos de produção, circulação e consumo de seus conteúdos é o principal fator de transformação.

4. Mobilidade

No início dos anos 2000, um cenário como o atual ainda não estava completamente delineado. Hoje, o acesso à Internet a partir de qualquer lugar, seja gratuitamente, seja no modo pago, acarreta uma mudança cultural em termos de apropriação de uma nova tecnologia, no caso específico dos *smartphones*, para o estabelecimento de práticas comunicacionais que vão além das que podem ser realizadas com um telefone fixo, provocando mudanças no comportamento dos indivíduos em contexto de mobilidade. O uso desses dispositivos no cenário das mobilizações em rede inicia através das mensagens de texto, ampliando-se com o passar dos anos para a publicação de conteúdo em *sites* de redes sociais (MONTERDE e POSTILL, 2013). Todas essas mudanças reconfiguram processos de produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos.

A mobilidade é uma das possibilidades que mais enriquecem o trabalho desenvolvido por coletivos como o Mídia Ninja, pois potencializa o deslocamento e a circulação das informações a partir de qualquer lugar, permitindo que qualquer indivíduo munido de um dispositivo móvel participe do fluxo informacional estabelecido através das redes sociais, aliando textos, fotos, áudios e vídeos. É frequente não só a publicação de material produzido originariamente pelo Mídia Ninja; o coletivo também *retweeta* e compartilha informações publicadas por outros usuários que se encontram nos atos nas ruas em diversas cidades do Brasil — ainda que com pouca frequência —, ajudando a espalhar mais conteúdo sobre o que se passa nas ruas.

Para Silva (2009), tanto produtores quanto consumidores de informação podem estar em movimento, em aspectos físico e informacional, em função das tecnologias móveis, estando, assim, em situação ubíqua e pervasiva.



Figura 1: Retweet feito pelo Mídia Ninja de perfil do coletivo no Rio de Janeiro.

⁴ O Facebook passou a permitir a edição das publicações em outubro de 2013. As publicações editadas passaram a contar com uma notificação de que foram alteradas.

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

Dessa forma, a mobilidade influencia não só as esferas de produção, mas, conseqüentemente, as de circulação e consumo, já que através de diferentes suportes os indivíduos podem não apenas consumir os conteúdos midiáticos como também responder, instantaneamente, a esses conteúdos, com novas produções. Em situações de protestos e atos de rua, tais possibilidades podem alterar as rotas de manifestações, informar sobre posicionamentos de manifestantes e polícia e até mesmo redirecionar ou definir a continuidade das ações coletivas.

Montaño e Kilpp (2011) chamam a atenção para a produção de conteúdo audiovisual em contexto de mobilidade, em função da popularização da banda larga e de plataformas de publicação. Essa popularização, segundo as autoras, fez com que o audiovisual fosse potencializado pelas apropriações feitas pelos indivíduos, de forma que os conteúdos produzidos se espalham por outras mídias, saindo do controle exclusivo de grandes empresas de comunicação. Hoje, a apropriação das mídias sociais vai além das possibilidades interativas restritas à realização de comentários em *blogs*, *sites* e portais noticiosos, por exemplo. A produção multimídia faz parte de um circuito de produção, circulação e consumo encabeçado por uma mídia alternativa, que atua desvinculada dos meios de massa, gerando um fluxo comunicacional que trabalha sob um novo modelo de comunicação, não mais baseado na unilateralidade. A mobilidade é, além de uma característica desse novo modelo, um fator propulsor dessas novas rotinas informacionais.

A divulgação de transmissões ao vivo está presente na maioria das publicações na *fanpage* do Mídia Ninja, através de vários *links* de um mesmo evento, atestando a importância

que a instantaneidade, aliada nesse caso à mobilidade, tem no processo comunicacional que o coletivo estabelece.

O óbvio, mas que deve ser mencionado, pois interfere nessa reconfiguração de modelos comunicacionais, é o fato de que a mobilidade alia a instantaneidade aos processos comunicativos e garante essa instantaneidade não apenas na transmissão do conteúdo, mas também no consumo. O indivíduo que consome o conteúdo produzido pelo Mídia Ninja não precisa estar em casa, em frente ao computador, para ter acesso a essa produção. Ele pode acompanhar as transmissões ao vivo através dos dispositivos móveis, podendo ele também estar em movimento. É a instantaneidade levada ao extremo em função de possibilidades técnicas que permitem a mobilidade dos dispositivos e dos indivíduos.

A questão do lugar das interações deriva diretamente dessa relação entre mobilidade e instantaneidade, e é outro ponto destacado por Pellanda (2006). Para ele, “com as novas formas de comunicação móvel que começam a se proliferar o lugar da interação do indivíduo muda”. O autor explica que a Internet descentralizou a informação, antes contida apenas em lugares que pressupunham o deslocamento físico. No entanto, ele diz que os espaços físicos não possuem o poder de agregar a socialização unicamente em função da proximidade geográfica e afirma que a tecnologia de comunicação móvel pode alterar as formas de interação entre as pessoas nos espaços públicos. Atualmente, é possível se comunicar com outras pessoas estando em movimento, ambos os atores de um processo comunicativo podem estabelecer interações em movimento.

Like | Comment | Tag Photo

NINJA
CAÇA À IMPRENSA

O 3º ato "Um Milhão pela Educação" em São Paulo acabou com dezenas de feridos durante o ato. Relatos dos presentes na manifestação afirmam que a polícia buscava reprimir não só os ativistas, mas fotógrafos, streamers e jornalistas da mídia independente.

Acompanhe ao vivo:
<http://twitcasting.tv/cidadaoanomico>

Foto: Mídia NINJA
Like · Comment · Share · October 21

Album: Timeline Photos
Shared with: Public

Tag This Photo

Open Photo Viewer
Download
Embed Post
Report

Figura 2: Publicação na *fanpage* do Mídia Ninja com *link* para transmissão ao vivo.

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

A importância dos *smartphones* nesse contexto de protestos é destacada por Monterde e Postill (2013) como uma nova forma de articulação entre a ocupação de espaços *online* e espaços físicos, principalmente através do Twitter e da possibilidade de *streamings*, como se nota diariamente na atuação do Mídia Ninja. Ao avaliarem o uso dos dispositivos móveis na constituição do movimento Indignados (15M), na Espanha, em 2011, os autores chamam a atenção para a importância que a mobilidade desempenha em diferentes momentos: na preparação, na explosão e na difusão do movimento. Durante a preparação, a utilização dos *smartphones* é menos intensa do que na explosão, quando os dispositivos são frequentemente utilizados para a coordenação da ocupação de espaços físicos e para a denúncia de abusos por parte da polícia. Na difusão, a mobilidade, aliada à circulação de conteúdo nas redes sociais, auxilia no espalhamento das informações sobre um movimento. Hoje, pensar as mobilizações sociais em rede sem considerar aspectos referentes à mobilidade é ignorar o impacto da tecnologia na configuração de atos organizados em rede a partir das apropriações realizadas para a comunicação interna de movimentações e sobre essas atividades em termos midiáticos.

5. Visibilidade

A liberdade de emissão por qualquer indivíduo no ambiente *online* está relacionada não só com as formas de produção

de conteúdo, mas também com as de transmissão e replicabilidade, ou seja, ainda que não produza, um indivíduo conectado adquire o poder de repassar e disseminar informação e conteúdos através da *web*. Esse poder de repasse se relaciona diretamente com a visibilidade das mensagens que circulam pelos meios e redes. Para o Mídia Ninja, essa visibilidade é fundamental, pois é através do compartilhamento de suas publicações, por seus seguidores nas redes sociais, que se fortalecem seus objetivos de cobertura independente e de construção de um processo de comunicação mais democrático. Não faria sentido, no caso do Mídia Ninja, a utilização das mídias sociais sem o intuito de geração de visibilidade. Além disso, replicação da informação nesses ambientes é algo intrínseco às suas práticas.

Thompson (2008, p. 21) afirma que há, hoje, “novas formas de visibilidade cujas características específicas variam de um meio para outro — que se diferencia em aspectos essenciais da visibilidade situada da co-presença”. A partir de suas análises sobre como o desenvolvimento e o avanço da mídia foram responsáveis por transformações na natureza da interação social e sob a premissa de que o uso dessas mídias cria novas formas de ação e de interação de acordo com as propriedades específicas de cada meio, o autor explica que uma nova forma de visibilidade mediada se estabelece. A visibilidade criada pela mídia eletrônica, para Thompson (2008, p. 23), era caracterizada



Figura 3: Publicação do Mídia Ninja com mais de 400 compartilhamentos e mais de 800 curtidas.

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

pelo que ele chamou de “simultaneidade desespacializada”; já que pessoas situadas a longas distâncias umas das outras passaram a ter a possibilidade de se fazerem visíveis e ouvidas praticamente no mesmo instante, ainda que sem compartilhar o mesmo âmbito espacial. O autor também considera que

O rádio criou a audição mediada, possibilitando a codificação e transmissão da propriedade oral da voz humana para uma grande quantidade de pessoas distantes, enquanto que a televisão possibilitou a gravação e disseminação tanto das referências orais quanto visuais (THOMPSON, 2008, p. 23).

Com o surgimento da Internet e das tecnologias digitais, o autor acredita numa amplificação da importância de novas formas de visibilidade, bem como a complexificação dessas visibilidades. Além de aumentarem o fluxo de conteúdo audiovisual pelas redes, Thompson (2008) afirma que elas concederam a liberdade de criação e disseminação de conteúdos a um maior número de indivíduos. Assim, com o surgimento da imprensa escrita, logo se percebeu a impossibilidade de controlar a visibilidade permitida por tal mídia. Hoje, com a Internet, destaca Thompson (2008), tal controle se tornou ainda mais difícil. Dificuldade que atua como uma das principais aliadas da rotina de trabalho de indivíduos que trabalham pelo Mídia Ninja e que sem funcionalidades que ampliem essa visibilidade perderiam completamente o sentido no atual contexto de mobilizações organizadas em rede. A visibilidade da qual fala Thompson (2008) é potencializada na era da digitalização ao ser impactada não apenas pela pluralidade de meios, tecnologias e formatos, mas também, e talvez principalmente, pela atuação dos consumidores de conteúdos que maximizam a disseminação de tais conteúdos ao redistribuírem as mensagens, ao assumirem a função de produtores em termos de criação e também pelo fato de ampliarem sua visibilidade através das ações e relações que estabelecem pela Internet.

Dentro de um *site* de rede social, Recuero (2009) diz que a visibilidade assume o caráter de valor, pois faz com que os nós, no caso os atores de uma rede, sejamos mais visíveis. Assim, a visibilidade é responsável pela ampliação de outros valores dentro de uma rede, já que o indivíduo que possui mais conexões tem mais chances de acessar e/ou receber conteúdos que circulam dentro da rede, além de obter, segundo Recuero (2009,), “suporte social quando solicitar”. O Mídia Ninja não atua através de um perfil no Facebook, mas por uma *fanpage*. Ainda assim, a argumentação de Recuero é válida para o coletivo, pois quanto mais seguidores sua página tiver, há mais chances de seu

conteúdo ser compartilhado, aumentando, assim, a visibilidade de seus conteúdos publicados dentro da rede social. O mesmo ocorre com seu perfil no Twitter.⁵

Esse potencial de replicabilidade que as publicações do Mídia Ninja atingem nas redes sociais ilustra a existência de uma “autoria dialógica” em relação aos conteúdos. Com essa expressão, entende-se que, hoje, a produção de um conteúdo midiático está imbuída de diversas influências. A multiplicidade de esferas midiáticas pelas quais circulam diferentes conteúdos revela que a relação entre produtores e consumidores é estreitada e as trocas entre emissores e receptores se torna mais fluida em função do aumento da visibilidade dos conteúdos. O aumento dessa visibilidade se dá pela proliferação de esferas pelas quais o conteúdo circula e é apropriado. Essas possibilidades existiam antes mesmo da Internet e, de alguma forma, já eram praticadas; no entanto, esse fluxo foi maximizado pela digitalização e, obviamente, pela possibilidade de conexão. Além disso, hoje há um fator diferencial que se constitui na participação e na atividade dos consumidores desses conteúdos. Os indivíduos, além de consumirem as mensagens, constroem relações entre si, com os conteúdos e com os produtores dentro de um fluxo midiático que se estabelece por diversos meios, tecnologias e suportes e que, muitas vezes, mescla as funções de produção e recepção dos conteúdos que nele circulam.

Mobilizações em rede pressupõem geração e fortalecimento de visibilidade, para que se consolidem e conquistem, além de adeptos, a aceitação da opinião pública e, assim, atinjam seus objetivos. Ainda que em alguns casos a visibilidade de conteúdos possa ser objeto de monitoramento, com o intuito de enfraquecer e desconstruir determinados atos e manifestações — vide as tentativas de criminalização dos movimentos sociais —, é fato que a visibilidade da atuação de coletivos como o Mídia Ninja contribui para a legitimidade de lutas e a adesão de cidadãos às mobilizações organizadas em rede.

6. Personalização

A personalização do conteúdo no meio digital teria começado com os *blogs*, explica Lemos (2002), em função da hipertextualidade, da atualização constante, a partir de qualquer lugar e a qualquer momento, com o uso da multimídia. Segundo Lobato (2007), a Internet trouxe como

⁵ No dia 22 de outubro de 2013, a *fanpage* do Mídia Ninja no Facebook contabilizava mais de 224 mil seguidores e o perfil no Twitter contabilizava mais de 24 mil seguidores.

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

vantagem o recebimento e o acesso às informações personalizadas a partir dos interesses e preferências de cada indivíduo, pelas possibilidades de filtragem de conteúdos e de escolha de fontes. Há, dessa forma, um papel ativo no desempenho do receptor, que circula por uma vastidão de informações escolhendo e definindo quais quer receber. Assim funcionam as principais ferramentas utilizadas pelo Mídia Ninja para a circulação de seus conteúdos. Tanto no Twitter quanto no Facebook o indivíduo que possui uma conta nessas redes sociais escolhe quem seguir, de quem acompanhar as publicações e, assim, conseqüentemente, de quem compartilhar conteúdo.

Nesse sentido, ao se levar em conta que a navegação pelo conteúdo publicado em *sites* e ferramentas de comunicação digital é uma prática condicionada ao livre-arbítrio do indivíduo que define os caminhos pelos quais circula no ciberespaço, a personalização é uma característica inerente ao meio *online*. O ato de acessar determinados conteúdos é um ato personalizado, na medida em que o indivíduo pode clicar nos *links* que ele mesmo escolhe, assim como também pode, em determinadas situações, criar esses *links*. É fato, porém, que a visualização de determinados conteúdos pode ser impossibilitada em função dos mecanismos de filtragem e direcionamento de conteúdos por parte de *sites* de redes sociais. O Facebook utiliza um algoritmo, do qual pouco se conhece sobre seu funcionamento, que obedece a uma racionalidade matemática que filtra publicações, mostrando ao usuário apenas conteúdos que convirjam com seus posicionamentos previamente explícitos em publicações em sua *timeline* e compartilhamentos anteriores. Assim, mesmo que o indivíduo tenha a opção de personalizar o conteúdo que aparecerá em seu mural de publicações no Facebook, corre o risco de receber conteúdos que impeçam a divergência.

Não é exclusividade do Mídia Ninja, mas ponto em comum de coletivos e mídias independentes, o argumento de que o acesso aos dispositivos e plataformas digitais liberta os indivíduos de amarras impostas por meios de comunicação de massa. A diversidade de conteúdo disponível na *web* faria com que qualquer indivíduo com acesso pudesse escolher as informações e conteúdos a receber, mas outros fatores condicionam tais escolhas, como o próprio conhecimento sobre o funcionamento das ferramentas, além de fatores como princípios e valores pessoais que podem influenciar nas escolhas feitas pela rede.

As formas de consumo, criação e distribuição de conteúdos midiáticos, de acordo com Pavlik e McIntosh (2011), hoje passam por um processo de reconfiguração diante

de alterações no comportamento da audiência, que se torna mais ativa, num contexto que eles vão chamar de *convergência cultural*. Esse contexto é constituído pela permanência dos meios de comunicação de massa, de forma que conteúdos e mensagens midiáticas continuarão a ser produzidos para as audiências de massa, ainda que possam ser adaptados para cada indivíduo, seguindo, assim, um esquema de personalização; mas será possível que comunicações consideradas interpessoais, como, por exemplo, um *e-mail*, explicam os autores, possam ser disseminados por diversas redes da mesma forma que uma mensagem pelos meios de comunicação de massa, para várias pessoas, fazendo com que, desse jeito, a linha entre a comunicação interpessoal e a comunicação de massa se torne tênue. Nesse sentido é que os autores destacam que tem ocorrido um processo de interconexão entre a comunicação de massa e a comunicação interpessoal mediada, de modo que um processo vem adotando características do outro e vice-versa.

A personalização não anula um modelo de comunicação em detrimento do outro, apenas pelo fato de que com o desenvolvimento da *web* e da mídia independente os indivíduos têm sua gama de opções de consumo de conteúdos midiáticos ampliada. Na verdade, a possibilidade de personalizar um conteúdo estimula a busca por fontes diversas e amplia as possibilidades de enfrentamento de opiniões, enriquecendo debates e, no caso das mobilizações em rede, contribuindo para organização de movimentos e grupos engajados em diversas lutas.

7. Considerações finais

A efervescência de movimentos e ações coletivas, impulsionados pelas atividades comunicacionais que se concentram nas redes digitais nos últimos anos, levanta uma série de questionamentos sobre a configuração de um modelo de comunicação baseado na colaboração, na participação e no compartilhamento, e no qual não se encaixam processos comunicacionais fundamentados na mera distribuição de conteúdos. Intrínseca à investigação sobre a comunicação a respeito de mobilizações sociais em rede é a reflexão sobre a convergência midiática, e os apontamentos realizados neste texto sobre as categorias do fenômeno, observadas nas práticas comunicacionais estabelecidas pelo Mídia Ninja, demonstram a amplitude e a complexidade de um quadro de apropriações midiáticas em constante constituição e transformação. Muito mais do que conclusões, chega-se a outros questionamentos e aportes teóricos pelos quais se pretende dar continuidade ao estudo da comunicação no campo dos movimentos sociais.

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

Referências

- CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- _____. *Networks of outrage and hope: social movements in the internet age*. Polity Press, 65 Bridge Street, Cambridge CB2 1UR, UK, 2012.
- GRANT, August E.; WILKINSON, Jeffrey S. *Understanding Media Convergence: the state of the field*. New York: Oxford University Press, 2009.
- JENSEN, Klaus Bruhn. *Media Convergence: the three degrees of network, mass, and interpersonal communication*. New York: Routledge, 2010.
- JENKINS, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU: Press, 2006.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York University, 2013.
- KILLEBREW, Kenneth C. Global Aspects of Convergence. In: GRANT, August E.; WILKINSON, Jeffrey S. *Understanding Media Convergence: the state of the field*. New York: Oxford University Press, 2009.
- LÉVY, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- LEMONS, André. *Cibercultura*. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.
- _____. *Anjos Interativos e Retribalização do Mundo: sobre interfaces digitais*. Tendência XXI, Lisboa. v.2. p. 19-29, 1997 Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em: 19/09/2013
- LOBATO, Luanna Lopes. *Avaliação dos Mecanismos de Privacidade e Personalização na Web*. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de São Carlos. Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia. 2007. Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação.
- MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. *#Internet e a rua, A - Ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Editora Sulina: Porto Alegre, 2013.
- MALINI, Fabio. Narrativas compartilhadas por hashtags: o fenômeno no Brasil e as suas implicações na produção da verdade. *Lugar Comum (UFRJ)*, v. 3, p. 85-105, 2010.
- MITCHELL, William J. Lugares, arquiteturas e memórias. In: CASALEGNO, Federico. *Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.
- MONTAÑO, Sonia; KILPP, Suzana. Trânsitos e Conectividades na Web: uma ecologia audiovisual. *Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1760-1.pdf>>. Acesso em: 22/09/2013.
- MONTERDE, Arnau; POSTILL, John. Mobile ensembles: The uses of mobile phones for social protest by Spain's indignados. In: GOGGIN, Gerard; HJORTH, Larissa. (Eds.) *Routledge Companion to Mobile Media*. Disponível em: <<http://civilsc.net/node/47>>. Acesso em: 22/09/2013.
- PAVLIK, John V.; MCINTOSH, Shawn. *Converging Media*. New York: Oxford University Press, 2011.
- PELLANDA, Eduardo. Nomadismo em espaços sociais: uma discussão sobre as novas formas de interações potencializadas pela mobilidade da informação. *Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Universidade de Brasília. Brasília, 2006.
- POOL, Ithiel de Sola. *Technologies of Freedom*. Harvard College. Library of Congress Cataloging in Publication Data. 1983.
- RECUERO, Raquel. DIGA-ME COM QUEM FALAS E DIR-TE- EI QUEM ÉS: A Conversação Mediada pelo Computador e as Redes Sociais na Internet. *Revista FAMECOS*, v. 1, p. 1-15, 2009.
- RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. RT, por favor: considerações sobre a difusão de informações no Twitter. *Revista Fronteira*, v. 12, p. 1-16, 2010.
- RÖSNAY, Joel de. Memória em rede e intercriatividade. In: CASALEGNO, Federico. *Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

Características de convergência na atuação do Mídia Ninja

SILVA, Fernando Firmino da. Tecnologias móveis como plataformas de produção no jornalismo. *In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio. Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil.* Salvador: EDUFBA, 2009.

THOMPSON, John. B. A nova visibilidade. *In: Matrizes. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*, ano 1, n. 2 (jan.-jun. 2008-ECA/USP), p. 15-38.