

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS - UFSCAR  
DEPARTAMENTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO – DAC  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM IMAGEM E SOM – PPGIS

Gustavo Padovani

**Junho, 2013:**  
*o acontecimento discursivo transmídia*

São Carlos  
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS – UFSCAR  
DEPARTAMENTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO – DAC  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO E IMAGEM E SOM - PPGIS

Gustavo Padovani

**Junho, 2013:**

*o acontecimento discursivo transmídia*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som (PPGIS), na linha de pesquisa Narrativa Audiovisual, da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), para obtenção do título de Mestre em Imagem e Som.

Orientador: Prof. Dr. João Carlos Massarolo

São Carlos  
2016



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS**

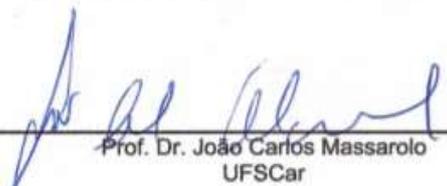
Centro de Educação e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som

---

**Folha de Aprovação**

---

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Dissertação de Mestrado do candidato Gustavo Padovani, realizada em 29/07/2016:

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. João Carlos Massarolo  
UFSCar

  
\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Naiá Sadi Câmara  
UNIFRAN

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Pedro Henrique Varoni de Carvalho  
UNIT

## **Agradecimentos**

Agradecimentos são tarefas árduas para mim. Não consigo ver a vida sem esse atravessamento de pessoas que deixam e levam tanto de nós e, muitas vezes, fica difícil lembrar de todos ou mensurar suas de/vidas importâncias. Expressada essa possibilidade de erro, creio que seja possível começar em uma certa ordem cronológica.

O primeiro agradecimento vai para algo sem vida e desfuncional: as pedras que se alojaram em minha vesícula nos primeiros meses de 2013. O período de reclusão obrigatória pós-cirúrgica se iniciou exatamente com os primeiros dias de manifestações, me concedendo a oportunidade de acompanhar, por três semanas, simultaneamente pela TV, sites e redes sociais, os conteúdos realizados a respeito das manifestações. Além de gerar as primeiras faíscas para o que seria um projeto de mestrado, esse período me fez repensar uma série de mudanças significativas em minha vida – viradas no rumo do barco que hoje fazem completo sentido.

Agradeço aos irmãos perdidos que conheci em meu período barretense. Mário Menezes: foi um privilégio e um prazer dividir tanta vida contigo ao longo de quatro anos incríveis. Fábio Ghedini: obrigado por se fazer tão presente independente da distância. Obrigado por me ajudarem e ensinarem tanto. Vocês são fontes contínuas de inspiração e amizades que quero manter para sempre.

Ainda em Barretos, gostaria de agradecer a todo o Hospital de Câncer de Barretos pela experiência de vida incrível no período anterior ao mestrado. Fica difícil listar todas as pessoas, mas agradeço as oportunidades concedidas por Karina Carreira e Henrique Prata. As grandes amigas que também tive a sorte de (re)conhecer e levar também comigo para além desse tempo: Mariana Zaia e Carol Vetorasso. Por último, mas não em último, também agradeço a Gustavo Messineti pelos papos hora profundos, hora rasos, mas sempre botequeiros, realizados nos últimos anos.

Agradeço também a todos que fizeram parte de diversas maneiras da ideia delirante e deliciosa chamada Gema Genérica que, por 4 anos, me fizeram aprender, errar, instigar e provocar coletivamente. Outra lista complicada e gigante se seguiria aqui, mas certamente uma figura Alexander Robert não poderia faltar. Obrigado pelo ombro que carrega o mundo nas costas e pelo coração gigante que te leva além.

Dos amigos de longa data, mas sempre presentes de alguma forma. Leonardo Lima: ser teu amigo é também um privilégio: seja nas longas conversas e nas risadas estapafúrdias. Te amo, cara. Daniell Marafon e Henrique Marconatto: meus amigos mais velhos e tão queridos. De desencontros e encontros, nossa estranha e torta jornada parece sempre convergir. As palavras quase se fazem desnecessárias.

Aos amigos de uma década. Isaac Pipano: nunca esquecerei aquela longa e estimulante ligação em julho de 2013. A importância da sua amizade é incalculável ao longo da última década, assim como é constante fonte de provocação e admiração intelectual. Sua babaquice também. Felipe Arra: já perdi a conta da quantidade de vezes que senti sortudo de nossas jornadas cruzarem. É tanta coisa boa que parece uma vida toda. Obrigado por existir (como você gosta de falar). Hermes Ribeiro: seria simples demais agradecer a todas as vezes que você me cedeu um espaço na sua casa nos últimos anos e por termos dividido uma. Agradeço sinceramente por você ter entrado no meu coração. K.A.B.I.T. forever, man. Thiago Scabello: seja nos cantos e nos antros de uma amarelenta cidade ou nos churrascos nos jardins, sempre juntos. Obrigado pela parceria, ombro, caminhadas, cervejas e pela incrível capacidade de nunca perder a esportiva.

Leonardo Shimmelpfeng, Luiz Guilherme Stifter, Felipe Teram e Rodrigo Azevedo: como pensar em Bauru sem vocês? Ainda que após a faculdade tenha nos feito nos ver menos, isso não tira nem um centésimo da intensidade e tudo aquilo que vivemos diariamente. Amo vocês. Dos baurulinos bastante incríveis e especiais também deixo um grande abraço por tudo aquilo que vocês representam e representaram em minha vida: Thiago Venanzoni, Giuliano Gerbasi, Pedro Pipano (“Isso não acaba aqui, não”), Gisela Bobato, Cláudio Bertolli, Francisco Trento, Carla Pinto, Fábio Figueiredo, Caio de Freitas, Fernando dos Passos, Aline Ramos, Diogo Zacarias, Pâmela Nunes, Magali e João Batista Chamadoira (In Memoriam).

Guilherme Palma, Juliano Parreira e Eduardo Porto: um gigante agradecimento por vocês terem aberto as portas das suas casas para mim. Foi um prazer e um privilégio poder vivenciar diversos dias com vocês e partilhar toda a experiência “são carlina” durante quase dois anos. Espero que vocês voem cada vez mais longe. Agradeço muito também a coletivos como ao Guilherme, Samuel e a Rafa do extinto Timbre Coletivo em Rio Preto, ao Tomate e Rê (coração gigante e obrigado por tudo!) do Fuligem em Ribeirão Preto e ao amigo e sempre veterano, Gabriel Ruiz, que sempre nos trombamos

em projetos por aí nos últimos 10 anos. Sou grato a todos eles por terem me aberto as portas e me ajudado das mais diversas maneiras. Agradeço também a paciência especial de Cristian Braga e Rafael Vilela pelas entrevistas, papos e acesso aos arquivos da Mídia Ninja para a realização da pesquisa.

Agradeço também a Bolsa CAPES cujo financiamento possibilitou minha pesquisa durante o período de 2014 a 2016. Agradeço também aos professores do curso de Imagem e Som que compuseram a qualificação Naiá Sadi e Arthur Autran. Agradeço também a atenção, paciência e disponibilidade de Felipe Rossit da secretaria do Programa de Imagem e Som (PPGIS) com todas as minhas dúvidas e solicitações.

Agradeço também a outros alunos, candidatos e figuras que cruzaram meu caminho durante esses últimos dois anos na UFSCar: Juily Manghirmalani, Carlos Eduardo Magalhães, Paula Poiet, André Emílio, Pedro Dolosic, Felipi Doranti e Jota Johnathan, figuras que fizeram parte das aulas, alguns poucos encontros e momentos engraçados. Um abraço forte também aos colegas flutuantes entre o GEMInIS, JIG, Especialização que chegaram esse ano: Mari Rosa, Mabel Mabreu e Danilo Medeiros.

Agradeço enormemente a todas as contribuições em conversas, congressos, eventos, celebrações, reuniões, textos e momentos do Grupo de Estudo sobre Mídias Interativas em Imagem e Som (GEMInIS). É praticamente impossível pensar a dissertação sem imaginar cada um de nossos encontros, assim como também as pessoas especiais que frequentaram o grupo. Agradeço a todos vocês, amigos e companheiros de trabalho, cujas angústias, felicidades, dúvidas e conquistas fizeram parte de nosso dia a dia. Foi um prazer e um privilégio contar com pessoas especiais como: Giovana Milanetto, Cíntia Maria, Naiá Sadi, Analú Bernasconi, Carolina Andrade, Glauco Madeira, Lucas Procópio e Gabriela Trombeta.

Dario Mesquita: agradeço em especial por toda as estadias e ajudas nesse período em São Carlos. Mas para além disso, agradeço pela grande companhia e pela parceria nas pesquisas e trabalhos desenvolvidos nos últimos dois anos. Certamente, a experiência da cidade seria completamente diferente sem você.

João Carlos Massarolo: Agradeço a confiança no projeto e na minha entrada em sua orientação. Obrigado pelos “empurrões” que, ao invés de nos fazer cair, nos leva para frente e adiante para ver o que encontramos no caminho da pesquisa. Pelas

conversas constantes que mantêm os assuntos convergentes, criando um diálogo entre o trabalho em grupo e pesquisa individual. Foi um prazer enorme trabalhar contigo e contar com sua instigante e inspiradora companhia para muitas empreitadas e de outras ainda por vir.

Robson, como já disse inúmeras vezes, tenho orgulho e sorte de ter você como pai. Com certeza muito dessa realização se deve a conversas e palavras tuas de incentivo. Giovanni, obrigado por me aguentar e ser o irmão mais incrível que alguém pode ter. Meu irmão, baterista e amigo para todas as horas. Conte sempre comigo, com meu amor e admiração por você!

Júlio, Ana Maria, Ana Catherine, Catherine e Mário: obrigado por serem próximos e darem significados mais profundos a palavra família. Amo todos vocês!

Oliver, nunca me esqueço de você, meu eterno amigo e companheiro!

Ana Carol, obrigado por todo o apoio, amor e companhia concedida. Principalmente por aguentar a distância e outros tantos “nãos” que muitas vezes não nos faz estar juntos. Mas na realidade, nunca estivemos longe. Te amo!

Mãe, esse trabalho é integralmente dedicado a você. Pela pessoa incrível que durante 29 anos da minha vida fez dela, diariamente, algo especial. Todo o amor que você deixou por aqui não foi em vão e todas as energias boas contidas no teu sorriso vão continuar se propagando, assim como você deixou e levou de cada um que te conheceu. Eterna amiga de confissões, dúvidas, de maluquices, de choros e de risos. Professora que me ensinou tanto sem nunca estar na sala de aula. Sou eternamente grato por você ter me colocado nessa jornada chamada vida. Te amo em dimensões incalculáveis. Se houver uma próxima, tenho certeza que lá nos encontraremos.

## RESUMO

As manifestações iniciadas em junho 2013 no Brasil foram marcadas por uma grande produção de conteúdo em diversas plataformas por usuários, mídias alternativas e mídias tradicionais. Partindo dessa premissa, a pesquisa se utiliza metodologicamente da análise do discurso para observar como as interações entre os conteúdos produzidos para plataformas como *Facebook*, *YouTube*, *Twitcasting* e nos grandes portais de mídias promovem um acontecimento discursivo transmidiático. Como estudo de caso, a pesquisa também utilizará uma análise do grupo de mídia alternativa *Mídia Ninja*, ao investigar sua estrutura de produção e como seus conteúdos promoveram interações com a grande mídia promovendo, assim, discussões sobre as relações contemporâneas entre o ativismo e as mídias.

**Palavras-chave:** ativismo, junho, transmídia, discurso, acontecimento

## ABSTRACT

The manifestations occurred in June 2013 in Brazil were marked by a large content production by a great diversity of users, indie medias and the traditional media. Within this premise, this research uses discourse analysis as a methodology to observe how interactions between contents produced by users in platforms as *Facebook*, *YouTube*, and the *Twitcasting* and media portals promote a discursive transmedia happening. As a study case, the research also analyses the alternative media collective *Mídia Ninja*, analyzing its production structure and how its contents promoted interactions with the traditional media, promoting discussions on the new relationship between activism and media.

**Keywords:** activism, june, transmedia, discourse, happening

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

**Figura..1** Faixa exibida em manifestação em Fortaleza no dia 19.06.2013.

**Figura.2** .Praça Tahrir em Cairo, Egito.

**Figura 3 :** Largo da Batata, São Paulo, 17 de junho

**Figura 4:** Reivindicações elencadas pelos manifestantes nas manifestações de Junho de 2013.

**Figura 5.** Análise comparativa mostra a mudança dos vetores nos perfils de Twitter das grandes mídias.

**Figura 6** O apresentador José Luiz Datena faz pesquisa ao vivo, se surpreende com os resultados e solicita uma reformulação da pergunta realizada ao espectador.

**Figura 7:** Semelhanças entre o comercial da Fiat e as manifestações na Av. Rio Branco

**Figura.8** Imagens comparativas do comercial original e do vídeo realizado no You Tube

**Figura 9:** Postagem realizada no momento da prisão do integrante da Mídia Ninja.

**Figura 10:** Print do perfil da Mídia Ninja na plataforma Twitcasting: no lado direito direito da imagem é possível visualizar, os usuários se comunicando entre si e também com quem está operando a transmissão.

**Figura 11:** Gráfico extraído da página do Facebook da Mídia Ninja em 30 de junho mostra crescimento dos seguidores para 249,697 usuários após meados de junho.

**Figura 12 :** Cartilha para transmissão no Twitcasting

**Figura 14:** Modelo de cobertura em diagrama feito pela própria Mídia Ninja e disseminada entre os agentes e colaboradores.

**Figura 15:** Depoimento de manifestante cedido ao Mídia Ninja exibido no Jornal Nacional

**Figura 16:** Bruno Torturra e Pablo Capilé no centro da Roda Viva

## LISTA DE TABELAS

**Tabela 1:** Coleta de matérias em vídeos sobre as manifestações em sites e portais das grandes mídias entre junho e julho de 2013.

**Tabela 2 :** Número de tuítes realizados durante o período de 08 a 19 de junho de 2013<sup>1</sup>.

**Tabela 3 :** Pesquisa realizada no YouTube com os termos mais utilizados no Twitter

**Tabela 4.** Dados coletados com a pesquisa

**Tabela 5 :** Dados das pesquisa com os vídeos que utilizaram a canção “Vem Pra Rua.”

**Tabela 6:** Tabela mostra a compilação das principais mídias alternativas que atuaram em Junho 2013.

**Tabela 7:** Relação de transmissões ao vivo em *streaming* com o nome Mídia Ninja

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://idgnow.com.br/internet/2013/06/19/hashtag-verasqueumfilhoteunaofogaluta-superou-as-demais-durante-protestos/> Acesso em: 28.06.2016

## Sumário

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>p.12</b>
------------------------	-------------

### **CAPÍTULO 01: ATIVISMO TRANSMIDIÁTICO**

1.1 Da disputa por um meio à criação de plataformas.....	p.17
1.2 Práticas transmídias: contando histórias em múltiplas plataformas.....	p.24
1.3 Ativismo e organização transmídia.....	p.32

### **CAPÍTULO 02: JUNHO, 2013**

2.1 Manifestações como acontecimentos discursivos.....	p.43
2.2 Manifestações pelo Mundo.....	p.48
2.3 Manifestações no Brasil.....	p.59
2.4 A grande mídia deslocada.....	p.66
2.5 Massa de vídeos no <i>Youtube</i> .....	p.74
2.5.1. “ <i>Vem Pra Rua</i> ” e o “ <i>Gigante Acordou</i> ”: de slogans publicitários a mantras ativistas.....	p.79
2.6. A visibilidade da mídia alternativa: usos e integrações entre <i>Facebook</i> e <i>Tweetcasting</i> .....	p.86

### **CAPÍTULO 03: SINERGIAS E DISSONÂNCIAS**

3.1 <i>Mídia Ninja</i> : uma plataforma ativista.....	p.99
3.1.2 A estrutura e a organização transmídia.....	p.104
3.2 A visita do Papa: a construção de um painel transmidiático.....	p.110
3.3 <i>Roda viva</i> : o ativismo no <i>maisntream</i> .....	p.114
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>p.123</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>p.128</b>

## Introdução

Por ser um evento de dimensão nacional, responsável por mobilizar milhões de brasileiros, centenas de cidades e que afetou os mais diversos setores da sociedade, as manifestações iniciadas em junho de 2013 impõem uma condição dupla: ao mesmo tempo que há um excesso de informação sob os mais diversos prismas sobre o assunto, há também sempre uma parcela do acontecimento inexplorada, propiciando novos olhares e investigações.

Durante alguns meses de 2013, as manifestações foram responsáveis por uma rápida instauração de debates no campo da política e da comunicação, nos quais a presença dos manifestantes nas ruas e suas atuações nas redes pressionavam as instituições a dar respostas rápidas para diversos problemas vivenciados no Brasil. O filósofo Slavoj Žižek (2012) observa que as manifestações contemporâneas nem sempre precisam de respostas, mas é preciso se indagar como se constituem as perguntas que as motivam. Encontrar as respostas ou perguntas, é uma operação complexa que não deve necessariamente ser encarada com um propósito pragmático, buscando relações de causa-efeito, mas estudar seu processo de formulação permite uma construção de um saber que ajuda a entender melhor diversas questões do contemporâneo.

O ambiente convergente instaurado entre as mídias nos anos anteriores aos acontecimentos de 2013 se tornou parte das práticas de ativismo contemporâneo, possibilitando que seus usuários, que já domesticavam o uso das plataformas, encontrassem novas maneiras de utilizá-las, recombina-las e torná-las próprias para os objetivos almejados. As práticas transmídias também aparecem como um elemento cada vez mais adotado para esses cenários, principalmente com a participação aprofundada dos usuários reconfigurando as relações de consumo e produção dos diversos textos midiáticos. Como toda movimentação em uma rede heterogênea, os objetivos e as ações das manifestações possuem uma dinâmica veloz, adquirindo novos rumos e significações que, certamente, não eram desejados por alguns de seus participantes ou por aqueles que, de alguma forma, eram afetados por elas. Essas disputas em que diversos agentes comunicadores produzem e fazem circular uma série de discursos criaram um cenário que atende a lógicas instáveis e que ajudam a problematizar as relações contemporâneas sobre a mídia e o ativismo.

Mantendo seu recorte no contexto das manifestações de 2013, o principal objetivo dessa pesquisa é observar como plataformas e conteúdos promovidos pela grande mídia, pela mídia alternativa e pelos usuários se constituem em um acontecimento discursivo que é transmidiático. Para poder demonstrar essas questões, foram coletados conteúdos sobre a manifestações no período entre junho e julho de 2013 em plataformas como o *YouTube*, *Twitcasting*, *Facebook* e alguns sites de grande mídia como *R7*, *G1*, *Band News*, *Folha e Estado de São Paulo*, assim como uma análise das práticas e dos conteúdos da *Mídia Ninja*, o que constituem todos o *corpus* da pesquisa.

Embora trabalhe com um universo grande e diversificado, a pesquisa não possui como objetivo uma análise quantitativa completa de todas as plataformas analisadas, mas busca uma “reconstrução reduzida, porém real, do universo que se deseja investigar” (RODRIGUEZ OSUNA, 1989, p.366). Esse universo composto pela intersecção dos conteúdos e práticas da grande mídia e da mídia alternativa, se utilizará da análise do discurso como metodologia, buscando na enunciação dos discursos uma análise de um *corpus* constituído por “um sistema diversificado, estratificado, disjunto, laminado, internamente contraditório, e não um reservatório homogêneo de informações ou uma justaposição de homogeneidades”. (PÊUCHEUX, 1984, p. 165).

O primeiro capítulo, *Ativismo Transmidiático*, tem como objetivo averiguar os pontos de intersecção entre o ativismo e as práticas transmídias. A discussão tem seu pressuposto focado em uma mudança essencial de paradigmas para a relação do ativismo com a mídia: enquanto no passado a visibilidade e o engajamento detinham como principais desafios a dominação técnica de um meio, os recursos e a distribuição, atualmente essas práticas estão dentro de uma ambiente convergente no qual a mídia é domesticada, tendo como desafios as melhores práticas na produção e nos usos de uma plataforma, fatores essenciais para produzir uma disseminação ampla dos conteúdos.

As práticas transmídias, por sua vez, aparecem como um elemento catalisador desse cenário, possibilitando o alargamento das fronteiras da cultura participativa, um elemento essencial ao ativismo. Ao investigar os produtos e as plataformas existentes, será analisado como o letramento midiático contemporâneo já se configura com práticas transmidiáticas pela forma que muitos usuários estão, cada vez mais, imersos em uma ecologia de dispositivos e plataformas conectadas em rede. Nesse capítulo, ao abordar as práticas transmídias, também será denotado o processo de convergência existente

entre as mídias alternativas e as grandes mídias (JENKINS, 2009), um processo fundamental para entender como o ativismo contemporâneo insere-se nesse contexto.

O segundo capítulo, *Junho, 2013*, irá abordar precisamente o momento das manifestações que se iniciaram no Brasil. O ponto de entrada para essa discussão é leitura das manifestações como acontecimentos discursivos, diretamente calcados no campo da Análise de Discurso, através de autores como Pêucheux (1997) e Foucault (2004). Ainda nesse capítulo, serão contextualizadas também as relações entre as manifestações brasileiras e as manifestações ocorridas em outros países até então como na Islândia, Espanha, Estados Unidos, Egito e outros países do oriente médio (popularmente conhecidas também sob a alcunha de *Primavera Árabe*), na busca de uma contextualização, mas muito mais focado nas práticas dos usuários e nas relações entre as mídias para buscar compreender os pontos de semelhança e diferença entre os países.

Essa verificação também abrirá espaço para iniciar as relações entre os usuários, as mídias alternativas e a grande mídia no Brasil em 2013, ao demonstrar como, em um primeiro momento, os grandes grupos de mídia não conseguiram mediatizar os eventos ocorridos na rua de maneira adequada e dinâmica, estimulando exponencialmente que os usuários realizassem suas próprias versões dos acontecimentos – fator responsável por conceder visibilidade para os coletivos de mídia que já estavam em atuação nas manifestações. Nesse momento específico será utilizada uma coleta de dados realizada durante a pesquisa no *YouTube* mostrando, através de alguns termos como “Vem Pra Rua” e “O Gigante Acordou”, como usuários construía seus vídeos, se valendo dos mais diversos tipos de mídia. Nesse momento, o texto também abordará as páginas (*Fan Pages*) do *Facebook* dos coletivos de mídia, assim como as transmissões de uma das principais plataformas *streaming*, o *Tweetcasting*, demonstrando os aspectos e as formas de construção de uma cobertura alternativa dos acontecimentos.

O terceiro capítulo, *Sinergias e Dissonâncias*, irá apresentar com exemplos mais práticos uma análise de momentos específicos em que a grande mídia e a mídia alternativa se encontram em suas práticas e seus conteúdos, se configurando como um acontecimento discursivo transmídia. Para esse momento específico, foi selecionado como análise de caso o coletivo *Mídia Ninja* pela quantidade de material encontrado na coleta de dados e nas inserções da grande mídia, fator responsável pela ampliação da visibilidade do grupo, justificado também pela atuação massiva e diária na produção de conteúdos sobre as manifestações durante junho e julho de 2013.

Neste processo, para a coleta de dados, foram realizadas visitas ao principal núcleo de produção da *Mídia Ninja*, com intuito de efetivar entrevistas, análises da organização da forma de produção e dados secundários coletados pelo grupo que ajudam a fornecer uma visão mais ampla da atuação da mídia dentro das plataformas: as práticas colaborativas, a participação dos usuários, os processos de letramento e como a sua atuação, progressivamente, encontrou os pontos de intersecção com a grande mídia. Serão analisados, também, dois momentos específicos: a inserção de um conteúdo na *Mídia Ninja* durante uma edição do *Jornal Nacional (Rede Globo)* e a entrevista realizada na *Roda Vida (TV Cultura)* com os dois, então, integrantes principais do coletivo: Pablo Capilé e Bruno Tortura.

No Brasil, há uma série de estudos com distintas abordagens sobre o ativismo e a comunicação. A respeito do ativismo em redes, precisamente, há uma grande fatia dessas pesquisas alocadas dentro do campo das premissas da cibercultura, observado o tema através de nomenclaturas como “ciberativismo” e “midialivrismo”. A presente pesquisa reconhece a importância desses estudos, mas busca uma segunda via ao entender o ativismo midiático como mais uma dentre as diversas práticas de mídia que usuários podem realizar ao atuar nas plataformas. Essas práticas, certamente, assim como tantas outras, causam um impacto no mundo social, mas aqui elas serão tratadas sem um deslumbre emancipatório, como se essas ações possuíssem uma suposta libertação de um sistema corporativo, até porque, muitas dessas plataformas utilizadas para a produção de conteúdo são constantemente monitoradas e organizadas por grandes empresas que obtém lucro na venda de banco de dados, inserção de publicidade e outras práticas monetizadas por empresas como *Google, Facebook, Twitter* e etc..

Nesse cenário, o ativismo se torna uma prática inserida um complexo sistema convergente em que há trocas, apropriações, sinergias e conflitos entre usuários, coletivos de mídias e grandes empresas institucionalizadas no mercado. O entendimento desse cenário em que diversas instâncias estão em fluxo e trocas constantes, também possibilita o aparecimento de mercados de nichos (ANDERSON, 2006) com tamanhos, abrangências e objetivos diferentes, propiciando constantes relações sinérgicas e conflituosas, em suas trocas de conteúdo.

A presente pesquisa busca percorrer caminhos que abrem diálogos com outras pesquisas como as de Carlos d’Andrea (2015); ao realizar investigações a respeito das questões das transmissões em streaming e os canais do *YouTube* de veículos jornalísticos durante as manifestações de junho 2013 e as imagens da *Mídia Ninja*, o pesquisador

busca “compreender o quão intrincada pode ser a relação entre os dispositivos midiáticos em questão e até que ponto há uma permeabilidade para que as atividades comunicacionais de um deles influencie o outro” (D’ANDREA, 2015, p.72) Ao analisar as instâncias do jornalismo transmídia e os processos de interações entre usuários e a grande mídia, Geane Alzamora (2014) também cria investigações similares a respeito das manifestações, observando como se constitui “a lógica da convergência, que integra, em processo de tensionamento recíproco, a lógica de transmissão, que rege o dispositivo televisivo em seu viés jornalístico” (ALZAMORRA, 2014, p.14).

No exterior, a pesquisa de Sasha Constanza-Chock (2014) também criou nortes para inserir a discussão da organização transmídia aproximando-a dos movimentos sociais e do ativismo, permitindo uma investigação que inclui métodos de observação participativa, práticas de letramento midiático, entrevista e coleta de dados nas plataformas de mídia para demonstrar um complexo cenário da relação entre a produção de conteúdo ativista, o uso das plataformas e as relações com a grande mídia.

As manifestações ocorridas no Brasil durante de 2013 são decorrentes de um processo fragmentado e multifacetado e não caberia (assim como não é o objetivo ensejado na pesquisa), exibir um caráter determinista que explique sua origem e seus impactos na estrutura social e política vigente do país. Ao abordar os aspectos convergentes dessas práticas, a pesquisa também não busca um olhar ou a confirmação empírica de uma supremacia entre as instâncias observadas (a grande mídia, usuários ou coletivos de mídia), mas mostrar como a coexistência de todos esses comunicadores provocam tensionamentos que se instalam dentro das práticas comunicativas ao produzirem conteúdos sobre as manifestações, interferindo em um complexo sistema de ecologia midiática e produzindo, assim, um acontecimento discursivo transmídia.

## Capítulo 01: Ativismo Transmidiático

### 1.1 Da disputa por um meio à criação de plataformas

A premissa do ativismo está calcada, há muito tempo, na produção de engajamento de indivíduos, organização de ações e produção de visibilidade o suficiente para poder provocar mudanças em alguma estrutura, entidade, grupo ou um campo do afeto. Devido a sua condição básica de circulação de mensagens e ideias, o ativismo sempre construiu uma relação direta com a mídia, na qual as mudanças sofridas ao longo do tempo em um campo, acabaram por influenciar diretamente o outro e vice-versa.

Por ser designado como esse conjunto de ações que influem em aspectos comportamentais, culturais, políticos e econômicos, o ativismo e suas práticas também sempre estarão sujeitos às mudanças, um dos motivos responsáveis pela aproximação histórica do termo à questão da *contracultura* em meados do século XX, pois “uma das características do fenômeno é o fato de se opor, de diferentes maneiras, à cultura vigente e oficializada pelas principais instituições das sociedades” (PEREIRA, 1983, p.8). A *contracultura*, segundo Timothy Leary, possui estruturas “espontâneas e efêmeras” sem uma liderança formal, mas que “em certo sentido, é abarrotada de líderes, com todos participantes inovando constantemente, invadindo novos territórios que outros podem acabar penetrando”. (GOFFMAN; JOY, 2003, p.08).

No passado, uma das maiores disputas do ativismo centrava na possibilidade de conseguir visibilidade, recursos e exercer um domínio técnico nas produções de uma própria mídia para poder expressar e circular as ideias de um grupo ou indivíduo: uma disputa por espaço expressada historicamente pela relação diretamente proporcional entre reformas midiáticas institucionais e a conseqüente ebulição das manifestações de mídias ativistas (PICKARD, 2015). O ativismo midiático sempre se posicionou contra as grandes empresas de mídia em busca de uma “libertação”, propondo a criação de novos veículos que se opusessem às pautas e às lógicas da mídia corporativa - vista como um instrumento de controle da opinião pública para interesses comerciais e particulares e, muitas vezes, se opondo a uma noção de participação popular ou de um grupo específico. Os realizadores dessa mídia ativista não estavam, necessariamente, institucionalizados

dentro de campos da comunicação como o jornalismo, a publicidade e outras áreas correlatas em uma empresa e, para muitos, estaria assegurada desta forma uma liberdade para a criação de conteúdos e seus respectivos discursos. Esse tipo de ação começou com a circulação folhetins alternativos séculos antes e culminou, no final do século XX, com a criação dos Centros Independentes de Mídia (*Independent Media Center – IMC*) ou “Indy Media”<sup>2</sup> um centro de produção conteúdos noticiosos alternativos disseminados na, então incipiente, internet. (GIRAUD, 2014).

O advento da *web 2.0* determina a passagem da mídia alternativa, isto é, das formas de uso e de produção de conteúdo alternativo disseminado nos diversos âmbitos contraculturais, para a mídia participativa, ou seja, as formas sociais digitais que articulam suas arquiteturas através do diálogo e do compartilhamento de conteúdos. (DI FELICE, 2013, p. 58)

O MIC surgiu da união entre ativistas e comunicadores da mídia alternativa durante as manifestações na Organização Mundial do Comércio (OMC) em 1999, conhecida como a “Batalha de Seattle”. Ao criar um site<sup>3</sup> para sua atuação, o MIC contava com ações colaborativas na produção de conteúdos informativos sobre os protestos como um contraponto perante a mídia tradicional, demonstrando claramente um deslocamento de grande parte dos esforços do ativismo para uma ação de interferência na mídia. A ideia dessa rede de produção alternativa de mídia se propagou para diversos países na década de 2000, chegando a alcançar cerca de 175 centros localizado em todos os cinco continentes (GIRAUD, 2014).

Essa prerrogativa da liberdade e da luta contra uma grande mídia, embora não seja nova, ainda é amplamente utilizada no discurso por alguns ativistas midiáticos, assim como em alguns estudos sobre ativismo. A utilização do sufixo “livre” é o termo simbólico que reitera uma disputa em torno de um paradigma que já foi superado por uma mudança em todo o sistema de ecologias de mídias contemporâneo. O processo de convergência midiática ocorrido, com mais impacto, nas últimas décadas, impulsionado por uma cultura da participação em rede, possibilitou que muitos usuários encontrassem formas de domesticar as práticas midiáticas, assim como uma ampliação do consumo de

---

<sup>2</sup>Disponível em: <https://www.indymedia.org/or/index.shtml>. Último acesso: 13.06. 2016.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.indymedia.org/> Acesso: 12.06.2016

mídias em diversas plataformas. Diante desse cenário de atravessamentos, as mídias alternativas e as mídias corporativas estão, a todo momento, promovendo fluxos entre si com seus conteúdos e plataformas, borrando as linhas que transformavam suas atividades em elementos distintos e possibilitando também o aparecimento de um número maior de projetos direcionados a mercados de nicho.

Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que estão falando. [...] A convergência não ocorre por meio de aparelhos, mas dentro do cérebro de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. (JENKINS, 2008, p. 29- 30).

A prática do ativismo, que sempre foi um campo experimental para práticas alternativas de mídia e, por vezes, pioneiras, também foi diretamente afetada por essa mudança, fazendo com que esses consumidores/usuários passassem a circular, criar e se apropriar de conteúdos que demandam uma participação política muito mais intensa a respeito dos mais diversos propósitos. (JENKINS, 2014) Práticas de ativistas e fãs dos mais distintos objetos de adoração acabam se entrelaçando e aproximando as dimensões entre o consumo e o ativismo ao buscar visibilidade e engajamento. Nesse processo, a formação e a articulação das redes em torno de um propósito se tornaram uma forma do ativismo existir e agir no contemporâneo. (CASTELLS, 2013) Independentemente de qual tipo de pauta sustentada pelo ativismo, para que ela ganhe engaje entusiastas, é necessário que o conteúdo ativista esteja em diversas plataformas de uma maneira coesa, gerando ações e possibilitando debates.

Um dos aspectos mais relevantes observados por autores diversos como Castells (2013, 2009), Jenkins (2014, 2009), Ugarte (2007) sobre as manifestações contemporâneas é a sua relação indissociável com o conceito de rede e, visivelmente, essa característica também se aplica aos acontecimentos de 2013 no Brasil. Através das redes as manifestações são planejadas, discutidas e, ao utilizar plataformas em rede, diversos usuários vinculados a elas criam e compartilham discursos sobre os acontecimentos com textos de mídia.

Embora o conceito de redes não seja especificamente novo, Manuel Castells (1999, 2009, 2013) considera o papel tecnológico como um dos principais

transformadores sociopolíticos e econômicos no século XXI, observando que a informação assumiria um papel central nesse cenário e que essas mudanças transformariam “de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (CASTELLS, 1999, p.565). Em uma revisão desses mesmos conceitos, visando o avanço e caráter sociotécnicos das redes, o teórico catalão estrutura quatro formas de como o poder transcorre nelas: o *poder de conectar em rede (networking power)*, o *poder da rede (network power)*, o *poder em rede (networked power)* e o *poder para criar redes (networking-making power)*.

O *poder de conectar em rede* é aquele em que agentes ou organizações detêm sobre os outros, selecionando quais atores ou coletivos irão participar de uma determinada rede, ou seja, seria o poder que opera na decisão de inclusão ou exclusão. O *poder da rede*, por sua vez, seria aquele que cresce à medida em que um número progressivo de pessoas passa a utilizá-la e cria um certo modelo coletivo baseado em consensos entre a maioria. O *poder em rede* é, de fato, o poder exercido dentro da rede por um ou vários agentes, sendo assim “a capacidade relacional para impor a vontade de um ator sobre a vontade de um outro ator com base da capacidade estrutural e dominação incorporada às instituições da sociedade” (CASTELLS, 2009, p.44). O *poder para criar redes* é aquele atrelado à questão da mobilização, pois ele seria depositado nele a habilidade para “construir e reprogramar redes” com bases em um interesse ou recursos em comum, “impedindo a concorrência de outras redes definindo uma cooperação estratégica” (CASTELLS, 2009, p.45).

Latour (2012) observaria que a definição de Castells mistura a rede técnica (esgoto, trens, eletricidade) com o segundo sentido utilizado em uma sociologia da organização para associar agentes humanos e, ainda, acrescentaria que a palavra assume tantos sentidos que “deveríamos ter descartado ela há muito tempo”. (LATOUR, 2012, p.190). Delineada por suas instabilidades, as redes apenas apareceriam quando há algum tipo de ação, práticas que as tornariam identificáveis através das associações dos agentes humanos e não-humanos envolvidos: uma das muitas compreensões que comporiam a sua Teoria do Ator-Rede (TAR). A rede, dentro da teoria preconizada pelo autor, seria “uma expressão para avaliar quanto energia, movimento e especificidade nossos próprios

relatos conseguem incluir. Rede é conceito, não coisa. É uma ferramenta que nos ajuda a descrever algo que não está sendo descrito” (LATOURE, 2012, p.192)

Ao realizar uma leitura das teorias propostas inicialmente por Latour, André Lemos direciona sua aplicação para a comunicação, buscando um sentido para traduzir essa mudança de paradigmas. Ao postular que o “social não é visto como substância”, ao contrário de outras escolas da sociologia, o autor posiciona a TAR como uma forma de “rastrear as associações entre elementos heterogêneos” e aponta que o social somente pode emergir destas associações. O conceito de rede possui um papel fundamental para a compreensão da teoria, pois a “rede é o movimento da associação, do social em formação” (LEMOS, 2013, p. 35).

Imersos em suas plataformas em redes, os usuários lidam com uma diversidade gigantesca de conteúdos diversificados, o que gera uma instabilidade de suas ações e interesses nos diversos tipos de textos. Como na rede “parte de sua força está na habilidade de se fazer e desfazer rapidamente” (DUARTE, 2008, p. 156), o ativismo contemporâneo e suas práticas também se instauram como tal, possibilitando apenas que seja possível analisar suas práticas, ou seja, os “rastros” que esses atores deixam em suas ações nas redes com seus mais diversos dispositivos de acesso a elas. Justamente por esse imbricamento, Latour defende que a análise de uma rede deve levar em conta os atores humanos e não-humanos, uma vez que “quanto mais a tecnologia e a ciência se estendem, rendem mais laços sociais que são fisicamente rastreáveis” (LATOURE, 1994, p. 119)

As plataformas de redes sociais são ancoradas na ideia de participação do usuário e, assim como em sites e outros ambientes online, “toda ação – navegação, busca, simples cliques em links, *downloads*, produção ou reprodução de um conteúdo – deixa um rastro, um vestígio mais ou menos explícito, suscetível de ser capturado e recuperado” (BRUNO, 2012, p. 687). Esses rastros, por sua vez, possuem a função de “identificar novas instituições, novos procedimentos e novos conceitos capazes de juntar e de reconectar o social” (LATOURE, 2006, p.11), ou seja, é por meio deles que podemos observar como as redes se desenham em um ambiente.

Analisando o modelo de poder em rede e articulando-o em um contexto da existência de novos modelos de ativismo, Ugarte (2008) irá ressaltar como a capacidade de se organizar em rede depende de três pressupostos fundamentais: o discurso, as ferramentas e a visibilidade. Na sua visão, o discurso é fundamental para possibilitar uma identificação e a comunicação sem a “mediação de um centro” (UGARTE, 2008, p.41) e as ferramentas também são essenciais para serem criadas e utilizadas para “gerar consensos e transmitir ideias em uma rede distribuída” (UGARTE, 2008, p.41). No entanto, em sua visão, a visibilidade assume um papel central entre todas essas características, pois é ela que concede o empoderamento capaz de influenciar ou criar uma rede através de “um número de pessoas que cresce exponencialmente” (UGARTE, 2008, p.41).

A questão das redes e as suas possibilidades de participação se articulam também com as noções da cultura da convergência e da participação: ambos conceitos explorados por Henry Jenkins (2009) e com diversos pontos de intercessões. Em sua concepção, a cultura participativa envolve uma percepção do “processo social de aquisição do conhecimento” é possível através de um ambiente “dinâmico e participativo” (JENKINS, 2009, p.88). Os graus de engajamentos e participação são diversos, pois alguns “vão se envolver mais superficialmente, alguns vão cavar mais fundo e outros ainda vão dominar as habilidades que são mais valorizadas” (JENKINS, 2006) seja dentro de uma comunidade específica ou em uma rede ampla. Na visão de Shirky (2011), a cultura da participação ocorre devido às motivações sociais que são criadas, pois as “novas redes de comunicação encorajam a participação em comunidades e o compartilhamento, ambos intrinsecamente bons, fornecendo também apoio para a autonomia e competência”. (SHIRKY, 2011, p.74).

Essa visão muito positiva, especialmente de Jenkins, Shirky e Castells (principalmente em relação ao ativismo em rede), induz a cultura participativa e a convergência como algo sempre benéfico, algo que para alguns autores como Andrew Keen (2008) e Mark Deuze (2013) há uma série de problemas desconsiderados nesse discurso. No caso do primeiro, Keen (2008, 2012) critica esses ambientes como uma valorização no que ele chama de “cultura ao amador”, dando visibilidade para ações,

conteúdos e projetos que estariam, de certa maneira, rebaixo o senso crítico da sociedade e atrapalhando o trabalho de profissionais que se dedicam prontamente a essas atividades. Para ele, as redes também estimulam um certo “comportamento de rebanho”, no qual se perde a individualidade e que os usuários acabam seguindo uma capilarização numa tentativa de pertencimento. Deuze, por sua vez, seria responsável por uma crítica similar ao denotar uma espécie de *zumbificação* dos indivíduos, entendendo a mídia como uma espécie de vírus que torna a vida impossível e impenetrável para além dela:

Vivemos na mídia para sempre – e, nessa eternidade, cabe a nós como indivíduos encontrar uma maneira de hackear o sistema ao nos comprometermos, em primeira instância, com violência teórica sobre a interpretação contemporânea do capitalismo, da tomada corporativa da internet, da maneira que as interfaces nos fazem censurar e deletar partes de nós mesmos para nos encaixar e dar expressão ao culto transformado em commodity da individualidade. Em outras palavras: nos tornando zumbis (DEUZE, 2013, p.127)

No livro *a Cultura da Conexão*, Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford (2014) problematizariam de maneira mais aprofundada a convergência e seus diversos aspectos da participação, demonstrando como ainda existem diversos desafios encontrados pelos usuários, organizações e empresas mesmo se tornando mais independentes da tradicional lógica da mídia tradicional entendida, no passado, como a “mídia de massa”:

Nem todo mundo tem permissão para participar, nem todo mundo é capaz de participar e nem todo mundo que participa o faz em igualdade de condições. A palavra “participação” tem uma história tanto no discurso político como no cultural, e a sobreposição dos dois suscita uma consideração mais profunda. Em alguns casos, públicos ligados em rede estão aproveitando esse aumento de capacidade de comunicação para criar uma cultura mais diversificada, que desafia instituições arraigadas, amplia as oportunidades econômicas e, até mesmo, no caso da mídia religiosa, talvez salve nossa alma. Os outros estão simplesmente usando isso para continuar o negócio da sua vida cotidiana. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 368-359)

Dadas essas diferenças de participação, é possível dizer que o usuário contemporâneo das redes pode criar as mais diversas formas de interação e produção de conteúdos com os mais diversos objetivos. No entanto trata-se de um jogo: se, por um lado, o usuário se utiliza de plataformas criadas por empresas que oferecem uma plataforma e uma tecnologia específica, ao assinar o termo de participação de plataformas como o *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* e outras, ele deve estar consciente que seus rastros podem ser monitorados e ser utilizados para outros fins – dos mais estritamente

comerciais ou até mesmo a vigilância governamental da internet. Se apropriar das plataformas, o que em outras leituras poderia ser entendida, como uma espécie de “hackeamento”<sup>4</sup>, para conseguir exatamente o que se deseja, parece ser um dos desafios contemporâneos para o ativismo. Embora existam plataformas de código aberto, modificáveis e sem o rastreamento, estas implicam em uma das questões principais para a mobilização: quase sempre elas possuem poucos usuários e/ou são pouco conhecidas aos mais diferentes nichos. Sendo assim, como conseguir a visibilidade e mobilizar um número maior de ativistas engajados nas causas?

Independentemente do caminho tomado por seus usuários, o ativismo midiático nas redes permanece como um conjunto de práticas executadas nas mais diversas plataformas através da criação de conteúdos e a pensar uma prática que promova uma integração entre as mais diversas delas, possibilita que as ações assumam uma visibilidade e impacto ainda maior.

## **1.2 Práticas transmídias: contando histórias em múltiplas plataformas**

A dimensão de contar histórias (*storytelling*) é há décadas adotada das mais diversas formas pelas mídias que trabalham com a produção de conteúdos ficcionais e não-ficcionais. No entanto, nos últimos anos, essa noção foi amplificada com a chegada da web 2.0 e as mais diversas plataformas midiáticas, ocasionando uma série de mudanças nas formas de criar conteúdos narrativos.

Um dos mais disseminados conceitos a surgir a respeito da produção em múltiplas plataformas é o *cross-media*: uma ideia que agregava distribuir um conteúdo de forma concomitante e “com variações mínimas, colocado em diferentes plataformas com diferentes formas” (HAYES, 2006). Dentro deste mesmo conceito, havia diferenciações que tencionavam mudanças nesses conteúdos, pois alguns deles eram capazes de induzir o público a mudar de plataforma de mídia para poderem continuar a experiência

---

<sup>4</sup> Pekka Himanem (2001) irá definir o *hacking* como a utilização das habilidades criativas de cada um para se apropriar, modificar e criar novas funções com softwares e hardwares. Machado (2013), por sua vez, observa que “as primeiras gerações estavam focadas nas políticas relacionadas a softwares e hardwares, os hackativistas transpuseram mais claramente esse caráter ao plano social, valendo-se dessas habilidades de realizar atos concretos de protesto e desobediência civil.” (MACHADO, 2013, p.20)

narrativa. Outros, por sua vez, também contavam como a “colaboração cocriativa com o público através de diversos dispositivos” para que eles pudessem, de forma participativa, criar suas próprias pontes. (HAYES, 2006). Como observa Scolari (2009), termos como “multimodality”, “hybrid media”, “transmedial worlds”, “transmedial interactions”, por exemplo, teriam algumas diferenças entre si, mas todos teriam o mesmo princípio de uma produção e disseminação de conteúdos em diversas mídias.

O conceito de *narrativa transmídia* que será utilizado ao longo deste trabalho também traz como característica a operação em múltiplas plataformas, mas com diferenças fundamentais no processo. Desenvolvido por Henry Jenkins em 2003 e amplamente difundido por meio do livro *Cultura da Convergência*, o conceito é construído ao observar mudanças na forma de como cada plataforma pode contribuir para o desenvolvimento de uma narrativa ou um projeto único.

Narrativa transmidiática representa um processo onde os elementos integrantes de uma ficção são dispersos de forma sistemática por múltiplos canais de distribuição com a finalidade de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada. Idealmente, cada meio faz sua contribuição distinta para o desvelamento da história. (JENKINS, 2007)

Para que a *narrativa transmídia* possa operar, ela parte do pressuposto que hoje existem consumidores de mídia com um papel mais ativo que, de acordo com os estímulos e estratégias criadas dentro da construção dessa narrativa, podem ser estimulados de diversas formas a buscar mais informações ao participar. Nesse sentido, muitos projetos de entretenimento começaram a criar conteúdos nas mais variadas plataformas que estimularam a conversa entre esses consumidores, deixando lacunas em seus produtos para que cada um deles pudesse interagir utilizando sua “própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana.” (JENKINS, 2009, p.30). Essas diversas operações são parte de um conjunto amplo de mudanças que estão diretamente vinculadas às noções da cultura participativa e da convergência, ambos aspectos, com diversos pontos de intercessões.

Essas mesmas características que dizem respeito à cultura da participação estão presentes também em grande parte das manifestações contemporâneas, em diversos

países. Os manifestantes também são usuários imersos em uma ampla rede de informações e conteúdos circulantes em múltiplas plataformas, procurando diversas maneiras de participar com suas ideias e ir além da atuação na rede com os conteúdos que recebem e produzem.

As manifestações de 2013 foram caracterizadas por uma grande amplitude de pautas, a falta de lideranças específicas e uma massiva produção de conteúdo para as plataformas em rede. A convergência midiática está presente, inclusive, como será verificada no capítulo 2, no principal mantra escolhido pelos manifestantes, assim como na utilização de hashtags no *Twitter* e no *Facebook*. Essa espontaneidade, ao se apropriar dos textos de mídia e criar os sentidos mais diversos com ela, é a nova forma de interação e atuação que acaba afetando a esfera da comunicação, da economia e da sociedade. No caso citado, temos um jingle de comercial publicitário apropriado para se transformar na trilha sonora para o ativismo de junho de 2013, mas o caminho inverso também é pode ocorrer.

Durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos de 2007, uma dupla de publicitários e uma modelo resolveram fazer uma paródia: um clipe musical chamado “Crush On Obama”<sup>5</sup>. O vídeo mostrava uma modelo apaixonada por Barack Obama e a letra da música contava como essa paixão foi desenvolvida ao longo da carreira política do, então candidato. Com quase 30 milhões de visualizações, o vídeo despertou o interesse de um canal de TV a Cabo da *Volter Vision* que a contratou para fazer comentários. Como observa Jenkins (2009) sobre esse caso, “em algum ponto do caminho, os vídeos tinham passado do entretenimento para o ativismo, de uma parodia da campanha para algo com fins explicitamente ativistas” (JENKINS, 2009, 361).

Os dois exemplos ilustram tipos de movimentações que indicam a existência de dois fluxos: “um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima” (JENKINS, 2009, p.44), ou seja, a convergência corporativa e a convergência alternativa. A primeira trata do movimento em que as empresas de mídia produzem e multiplicam seus conteúdos em diversos canais para

---

<sup>5</sup> In: <https://www.youtube.com/watch?v=wKsoXHYICqU> Acesso: 21.08.2015

estabelecer uma nova forma de relação com o público visando o lucro e a dominação de mercados. A convergência alternativa, por sua vez, demarca os consumidores que controlam o fluxo do conteúdo em um papel muito mais ativo nos conteúdos que são produzidos e circulados.

Nessas balizas entre os dois tipos de convergências, existem impactos diversos, que podem ser benéficos para ambos, assim como podem exibir momentos de fricção, mas é justamente entre esses arranjos que se dá a estruturação das mídias na cultura contemporânea. Shirky (2011) também irá observar como a convergência afeta a forma como percebemos e nos relacionamos com as mídias.

Nosso ambiente de mídia (ou seja, nosso tecido conjuntivo) mudou. Num histórico piscar de olhos, passamos de um mundo com dois modelos diferentes de mídias – transmissões públicas por profissionais e conversas privadas entre pares de pessoas – para um mundo no qual se mesclam a comunicação social pública e a privada, em que a produção profissional e a amadora se confundem e em que a participação pública voluntária passou de inexistente para fundamental. (SHIRKY, 2011, p.186).

As observações sobre a cultura da convergência e a participação não partem de pressupostos abstratos, mas uma série de produtos midiáticos contemporâneos que buscam oferecer uma experiência de entretenimento coordenada e complexa que podem se caracterizam como a narrativa transmídia. Jenkins aponta o papel inovador que a franquia *Matrix* (criada pelos irmãos Andy e Lana Wachowski) obteve nesse contexto, cujo projeto transmídia foi desenvolvido após o êxito de bilheteria e crítica do primeiro filme. Após o longa inicial, foi lançado online e nas bancas a *HQ Matrix Comics* (2000), depois o anime *The Animatrix* (2003), o segundo filme *The Matrix Reloaded* (2003), um game chamado *Enter The Matrix* (2003), o terceiro filme *The Matrix Revolutions* (2003) e mais um game chamado *The Matrix Online*. Cada uma dessas extensões foi planejada para dar continuidade ao que foi demonstrado anteriormente na sequência de lançamento dos produtos, mesmo que em diferentes mídias. Como um exemplo, a animação *O Voo Final de Osiris* termina com uma carta depositada no correio e no videogame *Enter The Matrix*, o usuário começa o jogo tendo que buscar essa carta dentro do ambiente da *Matrix*.

A série *Lost* (ABC, 2004-2010) também contou uma *narrativa transmídia*, ao criar livros que eram lidos pelos personagens durante o desenvolvimento da narrativa (*Bad Twin*), ativou a audiência da série a realizar jogos de realidade alternadas com o público (ARGs) que forneciam pistas e informações adicionais para compreensão da série, um site oficial da companhia aérea que levava os personagens da (*Oceanic Airlines*) e documentários falsos (*Mock-Documentary*) espalhados com informações contidas nas séries. O filme *Bruxa de Blair* (1999) também é observado por Jenkins como uma *extensão transmídia*, uma vez que o filme foi lançado concomitantemente com um site que corroborava para a ideia que o longa era, de fato, uma filmagem encontrada (*founded footage*) de alguns jovens que desapareceram na floresta alguns anos antes. Todos esses produtos ilustram novas formas de contar história no contemporâneo, possibilitando a expansão e a complexidade das narrativas.

O que se apresenta como novidade no contexto cultural da convergência é que o storytelling transmídia se transformou na arte de contar histórias que é específico das plataformas midiáticas, pressupondo a interatividade e o compartilhamento de histórias. Assim, a arte milenar de contar histórias é submetida a uma série de choques e tensões que reconfiguram e atualizam o modelo narrativo tradicional, fazendo dessa nova forma narrativa uma ferramenta de inovação e de mudanças, capaz de estimular o crescimento e a expansão das sociedades em rede, além de exercer uma influência decisiva para o surgimento e a consolidação da cultura participativa (MASSAROLO, 2013, p. 338-339).

Na tradução da palavra *storytelling*, a etimologia da palavra está ligada a ação de “contar história”, uma prática milenar utilizada para perpetuar a cultura nas mais diversas sociedades, assim como ativar valores, crenças, mitos, mistérios e reflexões sobre o mundo em que vivemos e outros tantos criados e imaginados pelos homens. (MASSAROLO, 2013). Com a criação das mídias, especialmente entre o século XIX e XX, a humanidade presenciou uma penetração intensa dessas histórias nos mais diversos textos circulados entre elas. Essas narrativas, como observa Bulhões (2009), independente de estarem “próxima ou distante do nosso universo cotidiano”, possibilitam sempre processos de interações com o nosso imaginário. (BULHÕES, 2009, p. 105).

Ao realizar ações em diversas plataformas simultaneamente com aspectos inovadores e experimentais, a *narrativa transmídia* também colabora para a expansão de uma série paradigmas ao “trazer a indeterminação e a inconcretude para o campo de

estudos dos gêneros narrativos” e dissolver as “antigas fronteiras existentes entre arte, comunicação e entretenimento” (MASSAROLO, 2013, p. 346). Diante de tantas possibilidades abertas com o campo de estudos da *narrativa transmídia*, Scolari (2014) é um dos autores exploram essa questão ao demonstrar sua utilização nos mais diversos campos, assim como denota que essas práticas são advindas de um processo distante.

As narrativas transmídias vão além da ficção. Pode ser dito que o jornalismo sempre teve um caráter transmídia, antes mesmo da emergência da World Wide Web: mesmo naquela época as notícias expandiam do rádio para a televisão e de lá para jornais e periódicos. Usuários, apesar da falta de redes sociais, podiam providenciar suas contribuições ligando para as estações de rádio e escrevendo cartas para os editores dos jornais. Esse processo obviamente entrou em uma nova dimensão com a proliferação de novas mídias e plataformas de comunicação 2.0 (SCOLARI, 2014, p.76)

Seja para amplificar as formas de transmitir as informações ou estimular a participação do público, a prática do jornalismo também pode se utilizar de *narrativas transmídias*, pois como situa Scolari (2014), “no tempo presente não há nenhuma mídia informativa, seja escrita ou audiovisual, que não convite seu público para enviar informação, fotografias, vídeos ou textos que permitam que narração das notícias sejam expandidas” (SCOLARI, 2014, p.74).

Os elementos citados por Scolari constituiriam o *jornalismo transmídia*, ou seja, a criação de conteúdos capazes de combinar diversas plataformas de mídia para a construção de um conteúdo capaz de informar seus consumidores da melhor maneira possível. (FORD, 2007). Dentro das práticas de *jornalismo transmídia*, por exemplo, é possível identificar o uso de diversas plataformas para estimular experiências que aliam aspectos de imersão ao jornalismo, ou seja, realizar “produção de notícias de modo a permitir às pessoas experimentarem como protagonistas em situações ou eventos descritos em uma reportagem” (ALZAMORRA; TARCIA, 2012, p. 31).

Os *newsgames* são exemplos de como é possível aliar imersão a conteúdos informativos nos quais os usuários podem interagir. Na edição 257 da *Revista Super Interessante*, a matéria *Detetives de Laboratório*<sup>6</sup> criou um game o intuito de informar os seus leitores sobre o trabalho da polícia forense. A matéria convidada o indivíduo para

---

<sup>6</sup> In: [http://super.abril.com.br/multimidia/info\\_405177.shtml](http://super.abril.com.br/multimidia/info_405177.shtml) Acesso em : 03/09/2015

acessar o portal da revista e participar de um jogo em que o usuário atuava no papel do investigador. O objetivo do *newsgame* era desvendar o assassinato de um juiz, um crime criado pela equipe da revista, mas baseado em procedimentos reais da prática forense. O game permite que o usuário visite e interaja com a cena do crime, colete dados e objetos, realize a autópsia do corpo, assim como também ter acesso às análises laboratoriais das evidências e depoimentos das testemunhas. Ao final, com todas as informações coletadas, ele pode criar sua teoria sobre a forma de desvendar o caso e conferir se suas conclusões foram corretas.

Outro exemplo de produtos jornalísticos que se utiliza de práticas transmídias é o documentário *Las Voces de La Memoria*<sup>7</sup> produzido pela rede de televisão espanhola RTVE e a *Associassion Familiares Alzheimer Valência*. O documentário trata sobre o poder terapêutico da música para os pacientes de Alzheimer e está alojado um site criado para, não somente exibir o documentário, mas mostrar uma série de outras histórias fragmentadas em que estão vinculadas ao filme. O site também se utiliza de diversos jogos para que o usuário realize alguns dos exercícios propostos aos protagonistas do documentário treinando, assim, através das músicas, as noções de tempo, direção, a memória das letras e o ritmo. Também são disponibilizados, através do site, alguns aplicativos que demonstram práticas benéficas para os cuidadores dos pacientes com Alzheimer, assim como mecanismo para realizar doação para entidades sem fins lucrativos para portadores da doença.

Ao se utilizar da participação do usuário e trabalhar em múltiplas plataformas, é possível verificar que as *narrativas transmidiáticas* também podem ser aplicadas a diversos aspectos da educação. Os conteúdos produzidos nessas plataformas podem ser aplicados ao chamado “letramento midiático” que, muito além de proporcionar condições para o usuário aprender sobre a plataforma que ele utiliza, essa prática gera um “conjunto de habilidades básicas e avançadas relacionando aptidões individuais com práticas sociais, cruzando a fronteira entre o conhecimento formal e informal” (LIVINGSTONE, 2011, p.13). Jenkins (2013) também observa uma série de contribuições relacionadas ao

---

<sup>7</sup> In: <http://vocesdelamemoria.rtve.es/> Acesso em : 02.09.2015

trabalho com ficções nas mídias interativas e como elas podem estimular práticas que fã os realizam, naturalmente, com os textos de mídia.

Existe valor em aprender a engajar com trabalhos de ficção criativamente tanto quanto criticamente; pois o processo de criar obras transformativas muitas vezes motiva uma leitura mais próxima do texto original e isso fortalece os jovens a pensar por si próprios como autores e, portanto, a encontrar suas próprias vozes expressivas, especialmente no contexto da atual cultura participatória. (JENKINS, 2013, p. 23)

O princípio dessas ações pedagógicas com as mídias também estimula os indivíduos a efetivar leituras mais críticas sobre os conteúdos que chegam até eles, ao procurar pontos da história que poderiam ser melhorados, informações que podem se estender para outras narrativas, contradições na história, elementos que foram excluídos da narrativa por motivos ideológicos, entre outros. Quanto mais o texto for aberto e se permitir ao diálogo com os seus consumidores e suas comunidades, requisitando a participação e uma construção conjunta, maiores são as possibilidades deles não se fecharem em si, propiciando inúmeras leituras e significados. Esses conjuntos de ações estimulam o aprendizado ao lidar com as tensões entre os produtores e consumidores, principalmente quando estimuladas em múltiplas plataformas, pois essas informam “ao leitor crítico das mídias massivas o modo de funcionamento das empresas de comunicação e como a informação é distribuída pelos canais convencionais” (MASSAROLO; MESQUITA, 2013, p.41).

Um exemplo está na proposta de ensino da *Learn To Quest*: uma escola em que os alunos realizam atividades de forma semelhante a um jogo, recebendo tarefas e missões a serem cumpridas, utilizando mídias interativas e o próprio espaço físico da escola para achar as pistas e as soluções. Muitas dessas ações também estimulam a sociabilidade através de necessidade que os alunos sentirão ao resolver os problemas de forma conjunta. A cada tarefa bem-sucedida, o aluno recebe uma pontuação que ajuda a avaliar o seu progresso individual. Quando os alunos não conseguem realizar a tarefa, eles não perdem pontos, mas precisam buscar novos desafios para subir suas experiências na disciplina, o que demonstra um foco maior na experiência emocional e positiva da aprendizagem do que apenas o seu desempenho (o que é valorizado no ensino escolar tradicional). Ao aplicar a *gameficação* do ensino com diversas narrativas e com as

pontuações controladas por banco de dados administrado pelo colégio, essa experiência ajuda “o sujeito na construção de sua identidade e posicionamento social diante de desafios cotidianos” (MASSAROLO, MESQUITA, 2013, p.40).

A proposta do jogo *World Without Oil*<sup>8</sup> também é um bom exemplo de como utilizar uma plataforma a estimular soluções coletivas e aprendizado. A premissa do jogo era imaginar um mundo apocalíptico em que todos os recursos petrolíferos foram esgotados e isso se desdobraria em uma série de problemas explicitados pela narrativa do game. Seus participantes deveriam se unir para propor e descobrir alternativas de recursos e criar conteúdos em formato de textos, vídeos e imagens que poderiam ser postados pelos usuários nesse portal. Essa experiência possibilitaria, durante quase um ano, a movimentação de uma série de debates sobre questões tecnológicas, éticas, políticas e ambientais que resultou na geração de um conhecimento colaborativo que pode ser utilizado em pesquisas futuras.

Todos esses exemplos demonstrados ilustram as possibilidades da *narrativa transmídia* para os campos da ficção, do jornalismo e da educação. O ativismo contemporâneo também possui grande parte de sua atividade centrada na utilização das mais diversas plataformas midiáticas para criar efeitos de visibilidade e engajamento, estimulando as pessoas a participar de atos, disseminar conteúdos de mídia ou colaborar com a produção de novos materiais. Esses fatores estão diretamente relacionados com as noções da *narrativa transmídia* e podem ser pensados e aplicados como um modelo de ativismo.

### **1.3 Ativismo e organização transmídia**

O ativismo, em sua natureza, depende de um engajamento de um número cada vez maior de participantes para que uma ação ou uma ideia ganhe força e se concretize, sendo essencial, para o grupo que se propõe a agir de forma coordenada, conseguir “levar sua mensagem ao mundo” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p.271). Essa mensagem precisa ser convincente o suficiente para ser ouvida, entendida e criar algum tipo de efeito em seus receptores que podem, possivelmente, se tornarem simpatizantes e agir a favor

---

<sup>8</sup> In” <http://worldwithouthoil.org/> Acesso em: 21.08.2015

das mais diversas formas: seja na propagação desses conteúdos para cativar outros, na predisposição ativa para ajudar na produção de novos conteúdos ou em ações que exijam presenças físicas – como ocupações, marchas e manifestações.

Como demonstrado, as diversas práticas transmídias sempre foram denotadas pela participação do usuário com uma narrativa dispersa por várias plataformas, criando uma experiência imersiva e coordenada em que cada meio contribui para uma revelação única da narrativa. Essa mudança na forma de contar histórias foi potencializada com o crescimento das plataformas em redes, oferecendo ao usuário, formas cada vez mais distintas de interagir, circular e produzir conteúdo, além de fundir as fronteiras de diversos campos como o jornalismo, a narrativa ficcional, o ativismo e a educação (MASSAROLO, 2013). Para o ativismo, cujo preceito sempre foi a participação de usuários e seu respectivo engajamento em uma causa, as práticas transmídias são um campo cheio de possibilidades.

O ativismo transmídia fornece a ativistas e criadores de conteúdos um quadro estratégico e proativo para usar a mídia para criar um impacto social. Os múltiplos pontos de entradas permitem que doadores, ativistas, parceiros e audiências tenham uma experiência coordenada e compreensiva de uma questão complexa, e a co-criação permite o aumento de engajamento com a questão proposta e incrementa a ação do movimento. (SRIVASTAVA, 2009)

A prática do *ativismo transmídia* também exige um esforço coordenado para criar “conteúdos acionáveis” estruturados em um modelo de atuação de mídia, pois, somente assim, é possível obter uma “colaboração na identificação da questão e nas contações de histórias entre os ativistas e os produtores de conteúdos” (SRIVASTAVA, 2013). A participação de diversos autores criando conteúdos simultaneamente sobre a mesma história em várias plataformas é, na visão de Srivastava, uma condição fundamental para o *ativismo transmídia*.

Ao avaliar as proximidades entre o *ativismo* e a *narrativa transmídia*, Donna Hancox (2014) também observa que, assim como histórias ficcionais complexas utilizam as múltiplas plataformas, as questões sociais complexas também necessitam de novas formas narrativas que possibilitem explicar essas causas de uma forma eficiente entre as plataformas de mídia. Assim como observa Srivastava, a autora também pontua a relação

direta que essas ações devem possuir ao convidar a audiência a entrar, experimentar e interagir com essas histórias.

Na leitura de Juna Wisse (2013), a visão de Lina Srivastava sobre o *ativismo transmídia* está relacionada também com o conceito de voz. Ao se deparar com uma forma de ativismo que envolve a utilização de diversas plataformas para contar uma história, a autora aponta que as pessoas envolvidas nessa ação estão buscando formas de serem ouvidas e, ao buscar formas participativas de colaboração no processo, intentam demonstrar que podem conceder voz a outros que quiserem se manifestar. Para abordar essa questão, a autora utiliza a definição de Nick Couldry (2010) para o conceito de “voz”, empregando sua divisão da “voz como valor” e “a voz como processo”. No primeiro caso, a voz emitida tem a função de organizar e operar sobre o mundo quando expressada, ou seja: ela já possui um lugar e um reconhecimento próprio perante uma sociedade. Já no caso da “voz como processo”, o termo está relacionado às tentativas de dar e se estabelecer um crédito para ser ouvido.

No entanto, em ambos os casos, essa “voz” sempre está se referindo a capacidade humana de criar e ser reconhecido pelo ato de realizar narrativas sobre si e sobre a vida. Jenkins também comenta sobre o ganho no aspecto político que as múltiplas plataformas midiáticas trazem no que diz respeito à questão da voz, ao mencionar que “embora algumas vozes tenham mais proeminência que as outras, nenhuma voz fala sozinha com autoridade inquestionável” (JENKINS, 2009, p.288). O conceito servirá para Wisse (2013) demonstrar o quanto o poder de uma história pode situar a criação e o reconhecimento de uma “voz” e, através dela, manter as ações ativistas potencializadas.

As plataformas múltiplas são usadas para cruzar fronteiras e também definir as alterações no movimento em questão. Para as pessoas compromissadas com a ação, as histórias se tornam catalizadores necessários. São as histórias que mantem o desejo de que algo aconteça e isso vai um passo além de apenas ouvi-las. (WISSE, 2013, p.21)

Como observa Jenkins (2014), a ação dos ativistas não tem os meios para “alcançar um grande público através dos canais de transmissão aberta” e “muitas vezes trabalham com recursos bastante limitados” (JENKINS, 2014, p.271), o que conduz seus

adeptos a utilizem as redes sociais para ajudar a difundir os conteúdos que carregam as suas mensagens.

Essa penetração de conteúdo criado por ativistas em uma mídia corporativa e, em alguns casos, com maior alcance, pode gerar tantos aspectos positivos e negativos para quem o produziu. Embora essa prática possa levar uma mensagem e ações do grupo que o concebeu adiante para uma audiência maior, estes conteúdos também podem adquirir novos sentidos, tornando as mensagens “descontextualizadas das especificidades de suas origens históricas e políticas” (JENKINS, 2014, p.271), sendo, assim, prejudiciais àqueles que às produziram. Ao mesmo tempo, esse conteúdo disperso em várias plataformas possibilita que uma parte da audiência busque mais informações em outras plataformas e entenda os contextos originais dos criadores do conteúdo, inclusive, possibilitando a ajuda da disseminação da informação verdadeira encontrada.

O *ativismo transmídia* também está sujeito a lidar com questões que, muitas vezes, fogem ao controle dos seus produtores. Ao produzir um conteúdo que pode contar com a participação de diversos autores, lidar com a grande circulação em diversas plataformas e tratar de temas que atendem ao presente e estão em constante mudança, os imprevistos podem potencializar ou acabar com as ações programadas. Na concepção de Constanza-Chock (2010), ao praticar a descentralização da produção de conteúdos, também entendida aqui como “voz”, os ativistas podem colher grandes recompensas, “enquanto as que tentam manter o controle de cima para baixo das práticas de comunicação do movimento se arriscam a perder a credibilidade” (CONSTANZA-CHOCK, 2010, p.276).

No livro *Out of The Shadows, Into the Streets!*, o pesquisador Sasha Constanza-Chock acompanhou por anos os processos, os desafios, as soluções e as ações encontradas na construção de um trabalho ativista em multiplataformas nas manifestações dos direitos civis dos imigrantes latinos no entre os anos de 2006 e 2013. Em sua pesquisa, o autor verificou como muitos movimentos sociais trabalham com processos de letramento midiático dos participantes para práticas mais efetivas nos mais diversos suportes (foto, texto, áudio e vídeo) e plataformas (*Facebook, Twitter, Youtube, Bandcamp*), organização de uma equipe de produção de conteúdo e sua disseminação nas

redes, um processo complexo que o autor define como *transmedia organizing* (organização transmídia).

A organização transmídia inclui a criação de uma narrativa de transformação social em múltiplas plataformas, envolvendo a base do movimento em uma ação de mídia participativa e produzindo atenção diretamente vinculadas a oportunidades concretas de ação. (CONSTANZA-CHOCK, 2014, p.50)

Seguindo os preceitos das práticas transmídia, o documentário sobre a imigração ilegal nos Estados Unidos, *Who Is Dayani Cristal?*<sup>9</sup> (Marc Silver, EUA, 2008), possui uma plataforma própria que abordava diversos aspectos relacionados ao filme. A circulação da obra pelos cinemas e em festivais serviu como um dos pontos de entrada para essa plataforma, tentando estimular os usuários a compartilharem suas histórias de imigração, assim como assistirem a outros testemunhos de imigrantes e conseguirem acesso a um conteúdo interativo que explica a questão da imigração ilegal no país. Além de promover o debate sobre o tema, o site contava com um dispositivo para realizar doações a entidades que ajudam nos direitos dos imigrantes, um espaço para reportar e procurar pessoas que desapareceram cruzando a fronteira.

Em seus relatórios de objetivos buscados com a obra e a plataforma divulgados no próprio site<sup>10</sup>, os dados apontam que 50% dos objetivos foram atingidos, mas não são revelados um número estimado de visualizações da obra (apenas a audiência de 2.283,000 milhões de telespectadores da obra no canal hispano-americano *Fusion*) e há um relato de um impacto de 2,098,013 usuários no *Facebook*, mas sua página oficial conta apenas com 7 mil seguidores. Além desses resultados irregulares, há um problema primordial: o usuário que acessa a plataforma não consegue assistir ao documentário *Who Is Dayani Cristal?* na íntegra. Há opções de compra do DVD (*Netflix DVD*), links para requisição de exibição em livrarias e projetos sem fins lucrativos e, de maneira massiva, links que levam o cliente a diversas plataformas VOD secundárias para assistir a obra

---

<sup>9</sup> Disponível em: <http://whoisdayanicristal.com/> Acesso em: 10 de jul. 2016.

<sup>10</sup> Disponível em: [http://whoisdayanicristal.com/downloads/impact/WhoIsDayaniCristal\\_Impact\\_Assesment\\_EN.pdf](http://whoisdayanicristal.com/downloads/impact/WhoIsDayaniCristal_Impact_Assesment_EN.pdf) Acesso: 10 de jul. 2016.

como *Netflix* (US), *Amazon Instant Video*, *Fandor*, *Google Play* e *Itunes* em alguns países.

As plataformas de vídeo sob encomenda (*video on demand* – VOD) também podem ser um canal para circular conteúdos de debates e ações ativistas através de sua interatividade. Criado em 2015 pelo *Instituto Alana* (uma ONG de 20 anos especializada em causas infantis), o *Videocamp*<sup>11</sup> é uma plataforma gratuita de vídeo sob encomenda cuja forma de distribuição do catálogo permite ao usuário traçar diversas formas de interação com a obra: é possível solicitar uma exibição pública, avaliar o conteúdo e iniciar uma discussão logo abaixo do espaço de visualização do conteúdo audiovisual. Por trabalhar com diversas prerrogativas colaborativas, o usuário pode também, além de assistir filmes, enriquecer o catálogo da plataforma com o seu filme.

A interface também permite que o usuário compartilhe a própria obra em suas redes sociais, pois grande parte dos filmes estão integrados no *Videocamp* por outras plataformas *OTT* como *Vimeo* e *YouTube*. Esse aspecto facilita a circulação do conteúdo e os debates sobre a obra e os temas abordados para além de plataforma do *Videocamp* – demonstrando, assim, uma solução para um dos maiores problemas de projetos como *Who Is Dayani Cristal?*. Além disso, o formato dessa plataforma também possibilita a visualização e contabilização do número de visualizações da obra até dado momento.

Dentro do espectro da organização transmídia, as práticas dedicadas a criação de conteúdo em cada uma das plataformas e como elas podem convergir de maneira coesa para criação de uma narrativa se impõem como um grande desafio para qualquer projeto. Em um cenário no qual o trabalho de construção de uma rede e a existência de ações (institucionais, manifestações nas ruas, circulação de conteúdos nas plataformas) se impõem como condições essenciais, surgem diferentes processos coexistentes dentro do próprio campo da organização transmídia. Se, tradicionalmente, ações ativistas e/ou movimentos sociais sempre contaram com práticas horizontais e criativas ao tentar potencializar uma escassez de recursos na produção de conteúdos das múltiplas plataformas, há também uma série de projetos de ativismo que contam com uma

---

<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.videocamp.com/pt> Acesso em: 29 de jun. 2016.

profissionalização da organização transmídia com grandes recursos, profissionais contratados e empresas envolvidas.

Um dos exemplos dessas práticas é o movimento *FWD.US*<sup>12</sup>: criado em 2013 por meio de uma plataforma utilizada para promover campanhas sobre a reforma da imigração nos Estados Unidos. Essa plataforma reúne vídeos sobre a história de imigrantes, permite o compartilhamento de novas histórias em vários formatos, doações, enviar mensagens para representantes de partido de cada estado americano, possui uma agenda de eventos e manifestações locais para cada estado e um blog de notícias. O projeto foi criado por grandes empresários do Silicon Valley como Mark Zuckerberg (fundador do *Facebook*), Reid Hoffman (fundador do *LinkedIn*), Bill Gates (fundador da *Microsoft*), entre outros, e a associação tem como presidente Todd Schutle, o profissional responsável pela campanha de reeleição do presidente Barack Obama. Além disso, a plataforma foi desenvolvida pela *Nation Builder*, uma empresa responsável por construir e entregar plataformas customizadas para organizações, campanhas eleitorais, ONGs e ações ativistas, podendo ser classificada como uma *transparent intermediary* (intermediário transparente, em tradução livre): os provedores de infraestrutura que raramente são vistos pelos usuários que estão focados em “marcas familiares e no conteúdo desejado” (BRAUN, p.41, 2014).

Uma outra perspectiva da organização transmídia pode ser observada através do movimento das escolas estaduais no estado de São Paulo contra a reforma na educação que previa o fechamento de 94 instituições de ensino. Organizado primariamente por jovens do ensino médio de uma escola de Diadema (SP), as manifestações se iniciaram em novembro de 2015 com diversas produções de conteúdos nas plataformas sobre as reivindicações dos alunos e, em menos de um mês, as ações foram propagadas para mais de outras 200 escolas no estado de São Paulo. Para ampliar e integrar a atuação, foi criada uma plataforma integrada<sup>13</sup> pelo *Google Docs* para que qualquer usuário pudesse

---

<sup>12</sup> Disponível em: <http://www.fwd.us/> Acesso: 13 de jul. 2016.

<sup>13</sup> Disponível em: [https://www.google.com/fusiontables/data?docid=1RU3hf\\_C1B5RdCr3dfrOz8Z4vG2i\\_81rOR\\_f8r2nI#rows:id=1](https://www.google.com/fusiontables/data?docid=1RU3hf_C1B5RdCr3dfrOz8Z4vG2i_81rOR_f8r2nI#rows:id=1) Acesso em: 06 de jul. 2016.

identificar de forma geolocativa, a escola ocupada mais próxima para ajudar com a doação de alimentos, equipamentos, participação presencial e até mesmo doar uma aula<sup>14</sup>. Páginas do *Facebook* como o *Canal Secundarista e Não Fechem Minha Escola* realizaram transmissões em streaming, documentários feitos sobre as ocupações, vídeos de violência policial na escola e até um vídeo tutorial de sobre como filmar os atos e invasões policiais nas escolas<sup>15</sup>.

Como demonstrado, independente do escopo e do tamanho do projeto, as práticas de engajamento fornecidas através das plataformas criadas devem ser eficientes para promover essas interações entre usuários, os conteúdos criados e aqueles a gerenciam. Além das brutais diferenças de orçamentos investido para cada tipo ação, é possível observar que a organização transmídia da plataforma americana é encabeçada e organizada por instituições, empresas e profissionais específicos com anos de carreira, enquanto no caso brasileiro são os alunos do ensino médio sem nenhuma formação: tratam-se de jovens que cresceram dentro de uma sociedade com uma complexa ecologia midiática e que dominam a produção de conteúdos de mídia devido a sua presença intensa no cotidiano.

Constanza-Chock (2014) observa que há uma melhora substancial nas ações de mídia em movimentos sociais quando há uma integração entre diferentes tipos de habilidades dos participantes, principalmente quando há um nivelamento dos saberes através do letramento midiático (*media literacy*), pois estas práticas geram um conjunto de habilidades possibilita que o usuário vá muito além do aprendizado técnico sobre a plataforma e os suportes (foto, vídeo, texto e áudio) utilizados.

No caso das escolas ocupadas, os jovens estudantes desenvolveram, além de compartilharam os saberes entre si, uma organização transmídia eficaz, com práticas que demonstram um conhecimento informal adquirido pelo uso contínuo das mídias e seus dispositivos. A atuação destes adolescentes insatisfeitos com o sistema de ensino do

---

<sup>14</sup>Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfifRH7R93JkUoXnfZZohxGdJMbJNyIyjCBibnnPaoR19bQyw/viewform/> Acesso: 07 de jul. 2016.

<sup>15</sup>Disponível em: <https://www.facebook.com/naofecheminhaescola/videos/1497174070577555/> Acesso em: 07 de jul. 2016.

estado de São Paulo, aponta uma mudança de paradigma que tem levado algumas escolas a repensar métodos pedagógicos em diversos lugares do mundo, ao partir do pressuposto que o ensino deve modificarem-se em função daquilo que Carlos Scolari (2016) denomina como a alfabetização transmídia (*transmedia literacy*).

O alfabetismo transmídia abarca um conjunto pouco definido de competências que envolvem os videogames, as redes sociais, a navegação em ambientes interativos e a criação e difusão de conteúdos nos mais diferentes tipos de meios e plataformas. Muitos adolescentes são jogadores experientes, outros participam de maneira ativa nas redes, ainda há alguns que produzem conteúdos de todo tipo e os compartilham nas mesmas redes. (SCOLARI, 2016)

A noção de visualidade conectada aplicada às plataformas de vídeo sob demanda pode também se valer das práticas da organização transmídia para elevar as visualizações das obras, assim como causar efetividade em ações concretas. De acordo com Jennifer Holt e Kevin Sanson (2014), a visualidade conectada é uma forma de consumo de conteúdos nas plataformas de vídeo sob encomenda: um processo que integra as mais diversas telas, os dispositivos móveis, os usuários e os textos de mídia, reconfigurando assim, modos e estratégias de produção, interação e distribuição. Os autores observam também o quanto essas práticas acabam se estendendo a amplos tipos de mercados, incluindo também “firmas e indivíduos operando fora do *mainstream*, procurando por formas inovadoras de criar relacionamento com o digital, global e audiência mobile” (HOLT; SANSON, 2014, p.15).

Ao invés de apenas oferecer uma guia de debate como o *Videocamp* realiza, é possível criar uma plataforma capaz de oferecer também treinamentos presenciais ou através de conteúdos em vídeo, para poder apresentar aos diretores, educadores, produtores e ativistas que desejam publicar sua obra na plataforma, uma estratégia para criar uma rede em torno da obra através da produção de conteúdos diversos em diversas plataformas. Ao ampliar esse espaço de circulação da obra e seus novos conteúdos vinculados a narrativa principal, também ampliaria a possibilidade de criar uma rede discursiva nas quais usuários debateriam os temas, além de chamadas responsivas de ação como para doações, *crowdfunding*, manifestações, petições, endereçamento de e-mails e outras formas de ação.

Ao fundir as barreiras entre consumo e ativismo, a convergência midiática também propiciou o aparecimento de práticas fã-ativistas nas mais diversas redes e plataformas sob o pretexto de demandar uma participação política a respeito dos mais diversos propósitos e temas como, por exemplo, a união afetiva de duas personagens homossexuais em na novela *Em Família* exibida pela *Rede Globo* ou se manifestar contra o afastamento do jogador uruguaio Luis Suarez durante a Copa do Mundo no Brasil em 2014. Como os estudos de fã dentro dos estudos culturais quase sempre estiveram relacionados aos estudos de mídia, os fãs-ativistas acabaram não recebendo “muita atenção de pesquisadores da ciência política e sociologia, provavelmente pela natureza mais cultural desse tipo de ação em comparação com ativismo tradicional” (VIMIEIRO, 2013, p. 60).

Dentro deste ambiente participativo, surgem também as práticas dos fãs de política que possuem associações muito próximas da cultura fã em sua competição partidária por discursos narrativos. Em um processo que se acirrou desde as eleições presidenciais de 2014, por exemplo, surgiram redes discursivas de “coxinhas” e “petralhas”, figuras simbólicas utilizadas para a identificação de usuários com inclinações políticas respectivamente atreladas a ideologias autoproclamadas como de “direita” e “esquerda” (JUNIOR, 2016).

Para além do aspecto partidário, as redes também propiciaram uma disseminação maior de conteúdos e de práticas atreladas a um discurso de empoderamento de grupos minoritários e a criação de afetos a partir da participação política. A ativação de uma rede de fãs políticos por algum tipo de conteúdo, atualmente, é uma forma de converter um grande índice de engajamento com alguma causa, motivar usuários a realizar ações e elevar a circulação destes em diversas plataformas. Durante a manifestações de junho de 2013, diversos artistas tentaram, rapidamente, fazer músicas que se relacionassem com as manifestações para poder acertar um público – mesmo que com propósitos meramente comerciais como “O Gigante Acordou”<sup>16</sup> do MC Daleste, lançada ainda no mês de junho de 2013.

---

<sup>16</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=r3tavFBcH4E> Acesso: 25.06.2016

Para que possa ser analisada qualquer forma de ativismo, é necessário que haja um contexto ou uma causa. Partindo deste princípio, o próximo capítulo irá abordar o contexto das manifestações iniciados em junho de 2013 no Brasil e o desenvolvimento das relações da mídia ao demonstrar o cenário convergente em que se instalaram as manifestações, no qual o ativismo provocou uma série de interações entre usuários, a mídia alternativa e grande mídia.

## Capítulo 02: Junho, 2013

### 2.1 Manifestações como acontecimentos discursivos

Recheados de manifestações em diversos países, mudanças nos aspectos comportamentais e de consumo influenciados pela contracultura, os anos 1960 se revelaram um período profícuo para influenciar e provocar pesquisadores a efetivarem uma série de revisões teóricas nos campos acadêmicos das ciências humanas. Uma das grandes discussões iniciadas a partir dessa década diz respeito a uma modificação dentro do campo da Linguística, levando em consideração a criação da Análise do Discurso para poder ampliar os horizontes e tornar a língua um sistema mais aberto e sujeito a atravessamentos, o que na visão do teórico Jean-Jacques Courtine, naquele momento, resultou em uma “intervenção teórica crucial para quem desejava ao mesmo tempo compreender a sociedade e operar sua transformação” (COURTINE, 2006, p.38).

Michael Foucault em *A Arqueologia do Saber* (2004) aponta os discursos como processos de uma descontinuidade histórica, pois os acontecimentos seriam justamente a união de elementos dispersos, não ordenados e suas análises “têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (FOUCAULT, 2001, p. 8-9). A Análise do Discurso seria, defendida por ele, como um método que valida a história, o sujeito, a língua e as ideologias em discursos dispersos.

A noção de acontecimento estaria diretamente imbricada também com o enunciado. De acordo com Foucault, esse enunciado é uma série de signos que, como condição primordial, têm sua existência sempre relacionada à alguma outra instância, o que o autor reconhece como “domínio associado” ao admitir que eles existem de modos diversos a língua e aos signos. Por esse motivo, cabe ao analista buscar uma espécie de unidade organizadora em um texto, justamente, porque ela seria completamente instável, imbuída nas trocas entre um destinador e um destinatário. Os textos são formados com margens pouco nítidas: criando assim uma rede que sempre estará relacionada com outros textos, o que demonstra a complexidade de um acontecimento discursivo, uma vez, que sua origem precisa é inatingível.

O sujeito também possui uma relação fundamental com um dos conceitos fundamentais da Análise do Discurso: a formação discursiva. Para Foucault todo texto exibe um lugar de fala que é ocupado institucionalmente por um sujeito ou por um sujeito-simbólico, pois diferentes indivíduos podem ocupar uma mesma posição dentro de um texto. Sendo assim, a formação discursiva expõe as contradições dos agrupamentos formados para um texto, se tornando um “espaço de dissensões múltiplas, um conjunto de oposições diferentes cujos níveis e papéis devem ser descritos” (FOUCAULT, 2004, p.175). Esse conjunto de contradições e diversas forças vão delinear um jogo de poder que sempre irá ser denotado dentro do texto, pois a sociedade também se estabelece de tal forma como um campo de saberes e poderes que acabam por moldar esses aspectos do discurso desse sujeito falante. (FOUCAULT, 1979).

O autor também denota uma diferença importante para a noção da formação do discurso, indicando que há uma diferença entre o sujeito do discurso e o sujeito falante, uma característica essencial para a Análise do Discurso, entendida aqui como o “enunciado” e a “enunciação”. O enunciado é algo que pode se repetir por diversas vezes, como um mesmo texto lido por diferentes pessoas, mas a enunciação, ou seja, o momento temporal em que se realiza essa fala, esta sim, não pode ser repetida. Entre esse jogo, o enunciado carrega consigo elementos próprios de uma formação discursiva, um saber acumulado em suas estruturas e que se organizaria ao reter uma memória.

Quando são encontradas certas regularidades entre os elementos dispersos em uma formação discursiva realizada por uma análise, Foucault (2004) indica que estamos diante de um arquivo. Esse arquivo seria um sistema de enunciados que indica parâmetros para o que pode ser dito, sugerindo um sistema próprio de acontecimentos singulares, possibilitando que “todas as coisas ditas não se acumulem indefinidamente em uma massa amorfa, não se inscrevam, tampouco, em uma linearidade sem ruptura e não desapareça ao simples acaso de acidentes externos” (FOUCAULT, 2004, p.117). A verificação desse arquivo seria um processo de desmembramento de enunciação e enunciado, cujo distanciamento histórico, por seu analista, traria benefícios ao conseguir observar como se dão os jogos do poder e as contradições nas formações discursivas.

Durante os anos 1980, Pêucheux seria responsável por uma revisão da análise do discurso por meio de sua obra *Discurso: Acontecimento ou Estrutura?*. Ao analisar as eleições que elegeram François Mitterrand como presidente e o uso da expressão largamente utilizada no campo de futebol “On a Gangê” (Ganhamos!) para comemorar a sua vitória, o autor propõe que nos discursos há um entrecruzamento do acontecimento, da estrutura e da tensão em suas descrições, levando a compreensão que o acontecimento discursivo é causado por um discurso sobre o acontecimento histórico, estabelecendo uma ruptura com estabilidade anterior e instaurando um “ponto de encontro de uma atualidade e de uma memória” (PEUCHEUX, 1997,p. 17).

A análise discursiva que Pêucheux percorre em sua obra gira em torno do anúncio da vitória das eleições presidenciais em 1981, em que milhares de franceses se reúnem nas ruas para comemorar a vitória do presidente Mitterrand entoada pelo grito de “ganhamos”, ao passo que uma boa parcela da mídia cria discursos sobre esse acontecimento de uma forma diversa, revelando uma certa apatia ao resultado. Além de situar a vitória com uma forte posição ideológica de esquerda (pois a vitória marcaria a união entre partidos comunistas), Pêucheux (1997) atenta para dois possíveis erros nas análises: uma delas calcada na estrutura, onde há uma estabilidade lógica no qual pode-se dizer que não há o questionar o que aconteceu e, por outro lado, a possibilidade de negar o acontecimento em si, ao revelar que, por menor que seja, não haveria qualquer novidade histórica. Como conclusão para suas análises, o autor indica a fragilidade existente na incorporação dos acontecimentos pelos discursos, uma vez que eles estão sempre derivando de um sentido para outro.

(...) diremos que o gesto que consiste em inscrever tal discurso dado em tal série, a incorporá-lo a um "corpus", corre sempre o risco de absorver o acontecimento desse discurso na estrutura da série na medida em que esta tende a funcionar como transcendental histórico, grade de leitura ou memória antecipadora do discurso em questão. A noção de "formação discursiva" emprestada a Foucault pela análise de discurso derivou muitas vezes para a idéia de uma máquina discursiva de assujeitamento dotada de uma estrutura semiótica interna e por isso mesmo voltada à repetição: no limite, esta concepção estrutural da discursividade desembocaria em um apagamento do acontecimento, através de sua absorção em uma sobreinterpretação antecipadora. (PEUCHEUX, 1997, p.56)

Assim como as eleições francesas em 1981, diversas outras manifestações também podem ser percebidas como acontecimentos discursivos, uma vez que existem sujeitos, leituras e sistemas de comunicação operando em toda a sociedade, buscando ordenações perante aos mais diversos vetores de poder. Entre as palavras de mobilizações utilizadas para circular mensagem aos manifestantes às leituras que os atos adquirem, o acontecimento discursivo seria algo que inaugura uma “nova discursividade, produz efeitos metafóricos que afetam a história, a sociedade e os sujeitos em muitas e variadas dimensões: política, cultural, moral” (ORLANDI, 2002, p. 52).

Ao observar as manifestações de maio de 1968 na França, por exemplo, Deleuze e Guatarri problematizam a operação de atrelar as lógicas de causa e consequências aos acontecimentos, pois essa opção sempre se instala como insuficiente ao tentar totalizar um factual. Na interpretação dos filósofos, o acontecimento seria esse momento de um desvio inesperado que abre um caminho fronteiro que materializa uma mudança, no entanto, com ela, “há sempre uma parte de acontecimento, irreduzível aos determinismos sociais, e as séries casuais” (DELEUZE e GUATTARI, 2003, p. 215).

As manifestações são exemplos de acontecimentos constituídos de sujeitos que, singularmente, estão a praticar diversas leituras, tornando um evento como esse um catalizador de uma ampla diversidade de discursos. No entanto, como aponta Quéré, “o sujeito não é a medida do acontecimento” (QUERÉ, 2005, p.70), pois são as experiências adquiridas das leituras realizadas que o capacitam para produzir um discurso. No passado as construções desses discursos ficavam restritas ao contato dos indivíduos com os grandes meios de comunicação existentes, aos relatos de alguns conhecidos ou na presença física das manifestações. No contexto de uma convergência midiática e de ambientes de plataformas em redes, essas possibilidades são potencializadas, pois usuários além de terem acessos a uma diversidade irrestrita de conteúdos e suas respectivas formações discursivas, podem também criar, compartilhar e se apropriar de uma série de conteúdos para criar suas próprias enunciações, podendo se valer dos mais diversos suportes: texto, áudio, foto, vídeo.

[...] a transmissão da informação política, atualmente dominada pelas mídias, se apresenta como um fenômeno total de comunicação, representação extremamente

complexa na qual os discursos estão imbricados em práticas não verbais, em que o verbo não pode mais ser dissociado do corpo e do gesto, em que a expressão pela linguagem se conjuga com a expressão do rosto, em que o texto torna-se indecifrável fora de seu contexto, em que não se pode mais separar linguagem e imagem. (COURTINE, 2006, p. 57).

Nos ambientes imersivos das mídias contemporâneas, os usuários também promovem a semiose, ou seja, uma produção de sentido gerada pelo fluxo comunicacional, uma vez que os acontecimentos são apropriados pelos múltiplos sujeitos e transformados em novos discursos, propiciando dizer que as redes são “mais do que espaços de sociabilidade: mas lugares profícuos para a eclosão de acontecimentos” (HENN, 2013, p. 40). Nas manifestações contemporâneas, os conteúdos gerados através das práticas midiáticas de usuários, coletivos de mídia e grupos da grande mídia disseminados nas redes sociais produzem uma enorme quantidade de discursos que podem circular em tempo real e serem compartilhados, adquirindo novos significados em um caráter exponencial. Essa convergência entre os mais diversos comunicadores em rede, “materializa a semiose e possibilita, metodologicamente, ver um processo de acontecimento em construção” (HENN, 2013, p. 40).

As manifestações ocorridas nos últimos anos, como as ocorridas na Espanha, Egito, Estados Unidos, Tunísia, outros diversos países árabes e no Brasil, ocorreram com a participação massiva de seus usuários/manifestantes produzindo e disseminando conteúdo nas mais diversas plataformas. Em junho de 2013, quando milhares começaram a ocupar ruas pelos mais diversos motivos, esses participantes constituíram um acontecimento e, simultaneamente, as experiências desses sujeitos passaram a formar discursos em suas mais diversas formas e sentidos: em um mesmo dia (17.06.2013), por exemplo, 250 mil manifestantes (RECUERO, BASTOS, ZAGO, 2014) estiveram nas ruas de diversas cidades brasileiras e cerca de 79 milhões de usuários nas redes sociais foram atingidos por conteúdos relacionados às manifestações. (JOIA, 2015). Para além de uma experiência vivenciada pessoalmente nas manifestações, este seria um acontecimento discursivo que, simultaneamente, afeta aqueles que estiveram presentes nos atos e aqueles que não participaram, todos atravessados por uma grande massa de imagens, textos e vídeos produzidos por usuários, a mídias alternativa e as mídias corporativas



**Fig.1** Faixa exibida em manifestação em Fortaleza no dia 19.06.2013.

Mantendo o recorte no acontecimento específico das manifestações iniciadas em junho de 2013, a presente pesquisa irá se utilizar dos conceitos da Análise do Discurso explicitados aqui para poder identificar como se dão as enunciações desses comunicadores nos ambientes das multiplataformas. Historicamente, as práticas ativistas adotadas por indivíduos ou por movimento sociais carregam palavras de ordem, expressões que mobilizam atos e que fazem circular certos discursos como será visto ao longo do desenvolvimento do trabalho como por meio de *hashtags* ou em cartazes, como o “Vem Pra Rua” e o “O Gigante Acordou”.

Como explica Foucault (2004) a respeito dos enunciados, essas expressões podem ser repetidas em diferentes momentos históricos, por diferentes sujeitos em diferentes situações. A ideia de analisar o acontecimento discursivo, então, seria a forma de analisar como se dão as formações discursivas em torno da enunciação, ou seja, uma análise de um momento e da prática de uma fala que, independente dos sujeitos que a expressam, representam um momento de uma fala que nunca mais será repetida. Nesse sentido, o *corpus* do trabalho se constitui na coleta de conteúdos da grande mídia, de usuários em plataformas como o *YouTube*, *Twitcasting*, *Facebook*, reportagens e programas realizados pela grande mídia (*Rede Globo*, *TV Cultura*). Essa análise está cercada por

contextos, ideologias e sujeitos, cuja proposta pretende se valer da Análise do Discurso para expor suas contradições, seus fluxos e as práticas discursivas.

(...) o problema principal é determinar nas práticas de análise de discurso o lugar e o momento da interpretação, em relação aos da descrição: dizer que não se trata de duas fases sucessivas, mas de uma alternância ou de um batimento, não implica que a descrição e a interpretação sejam condenadas a se entremisturar no indiscernível. (PEUCHEUX, 1997, p.54)

O pressuposto que o acontecimento discurso é transmídia incorre, justamente, das potências encontradas nas práticas transmídia no contemporâneo e observando, como teorizado e discutido no primeiro capítulo, como esses saberes são potencializados em ambientes multiplataformas em rede e com um grande índice de participação do usuário. Nesse cenário de transformações e novas configurações de práticas comunicativas, os conteúdos produzidos sobre acontecimentos no Brasil em 2013 possibilitam as análises das práticas discursivas.

## **2.2 Manifestações pelo mundo**

Todo evento caracterizado como um protesto é responsável por exprimir, das mais diversas maneiras, sentimentos de insatisfação em relação a um determinado fato social, lei, condição econômica, revogação de um direito, mudança de comportamento ou do *status quo* vigente. Como demonstram Ken Goffman e Dan Joy (2003), os aspectos contraculturais sempre atravessam a história diversos momentos da humanidade, partindo desde a construção de mitos como o Prometeu até o ativismo contemporâneo nas redes. Para os autores, esse processo é fluído e nunca adquire uma estrutura estável, pois quando adquire estabilidade, significa que seus aspectos contraculturais já foram suplantados por outros, portanto, a contracultura seria a “tradição de romper com a tradição, ou de atravessar as tradições do presente de modo a abrir uma janela para aquela dimensão mais profunda da possibilidade humana” (JOY; GOFFMAN, 2003, p.13).

Ao longo do século XX, os movimentos sociais e as manifestações inseridos nas esferas contestatórias da contracultura se tornariam mais recorrentes. Segundo David Harvey (2013), esse fato está vinculado com o acréscimo populacional dos centros urbanos em todo o mundo, pois a cidade seria esse espaço performativo e de trocas simbólicas dos sujeitos, possibilitando que as lutas saiam da identificação individual por

um direito, para depois se transformar na visualização coletiva do lugar em que se habita nas cidades e qualquer mudança estaria conectada aos desejos de uma reinvenção do local onde se vive. Nesse sentido, a crescente presença das mídias nesses espaços urbanos também se inserem como um fator potencializador das manifestações, pois elementos pioneiros como a imprensa jornalística, inserida há 2 séculos atrás, demonstram uma articulação complexa entre o local, o nacional e o internacional ao se tornarem “a primeira mídia a informar diretamente sobre a organização das cidades modernas, ajudando a formar (...) uma esfera pública” (SILVA, 2007, p.10).

Para além dos jornais e outras mídias utilizadas até meados do século XX, as origens do estreitamento relações entre o ativismo e Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) são situadas por Lievrouw (2011) como uma característica do que a autora denomina como os “Novos Movimentos Sociais” (NMS) emergentes na década de 1960. Os movimentos por direitos civis, estudantis, ecológicos, feministas e pelo fim das guerras modificaram a forma de fazer ativismo, trazendo pautas subjetivas e simbólicas, utilizando meios de comunicação e um trabalho em rede de forma coletiva e horizontalizada. No campo da Análise do Discurso, Courtine também denota o mesmo período, mais precisamente, as manifestações em maio de 1968, como um momento importante de mudanças em que mídia atuou decisivamente nas mudanças:

Maio de 68 foi uma revolução discursiva – uma exasperação da produção de discursos, uma multiplicação de sua circulação, uma inundação verbal que enchia as ruas e as mídias (...) Sendo a primeira revolução midiática ela deveu boa parte de seu impacto às imagens, no entanto, ela se auto-celebrou numa profusão barroca de discursos, que aliava a irrupção de falas espontâneas e os últimos murmúrios das línguas de madeira (COURTINE, 2006, p.52)

A década de 1990 é considerada por autores como Wolfson (2012) como um momento crucial para o ativismo em contato com as TIC, tendo como marco o Movimento Zapatista em 1994, no qual a organização se utilizou da mídia, satélites e computadores em rede para uma complexa ocupação de Chiapas, um território ao sul do México. Na sequência, a Batalha de Seattle em novembro de 1999, uma série de manifestações contra a reunião da Organização Mundial do Comércio que chegaram a reunir 100 mil ativistas, também trouxe um novo avanço, uma vez que foi montado “um coletivo de jornalismo-ativismo que desejava rebater com suas próprias reportagens a

cobertura, previsivelmente detratora, das mídias hegemônicas, a partir de um modelo de jornalismo aberto” (ASSIS, 2006, p. 34). Conhecidos como *Indy Media*, o modelo utilizado permanece em uso até hoje, porém, com a avanço das redes sociais e outras plataformas, suas atividades vem decrescendo. (GIROUD, 2014)

No século XXI, as manifestações nas Filipinas são observadas como uma primeira ação ativista com organização de dispositivos móveis através da intensa troca de mensagens de textos nos celulares. Quando senadores tentaram arquivar o processo de impeachment, 75 minutos após a decisão, 20 mil manifestantes tomaram as ruas de Manila em 4 dias intensos de manifestações, levando a reabertura do processo, e ao *impeachment* do presidente Joseph Estrada. (RHEINGOLD, 2004). Em 2004, em Madrid, também inspirado pelo uso intenso dos celulares nas Filipinas, ocorreram as manifestações conhecidas como 13m, ocorridas dois dias após um atentado que deixou 191 mortos na cidade. Para muitos manifestantes, a proximidade com as eleições fez com que as autoridades e a imprensa omitissem informações e levou diversos cidadãos madrilenhos às ruas<sup>17</sup>.

As manifestações mundiais mais recentes passaram a ocorrer com uma frequência maior e nos mais diversos países: como na Tunísia, o *Occupy Wall Street (EUA)*, *15m (Espanha)*, *Primavera Árabe (países do oriente médio e norte da África)* e as manifestações do Brasil. Embora com razões e estruturas diferentes, todas elas foram caracterizadas pela utilização intensa de redes sociais, plataformas de mídia e dispositivos móveis durante os atos, possibilitando ao manifestante filmar, fotografar e escrever sobre aquilo que presenciava nas ruas em tempo real. (GOHN, 2013). Analisando a história do ativismo em redes e a utilização das plataformas, é possível afirmar que a utilização das redes sociais não serão mais um aspecto inovador a ser denotado, mas uma condição *sine qua non* para a existência do ativismo contemporâneo.

É possível identificar a crise da Islândia em 2008 como um dos pontos inaugurais dessa nova onda de manifestações. O colapso do sistema financeiro levou a população a

---

<sup>17</sup> Disponível em: [http://www.eldiario.es/turing/13M-15M-Pasalo-SMS\\_0\\_237976327.html](http://www.eldiario.es/turing/13M-15M-Pasalo-SMS_0_237976327.html) Acesso: 28.04.2016.

se organizar em manifestações constantes, pois apenas “11% dos cidadão confiavam no Parlamento e, obviamente, 6% confiavam nos bancos” (CASTELLS, 2013, p.43). A presença massiva da população islandesa nas redes sociais (94% da população tem acesso a internet e 2/3 estão conectados ao *Facebook*, por exemplo) e nas ruas suscetivamente em protestos no final de 2008 e início de 2009, levaram à renúncia do governo e uma antecipação das eleições. Essas eleições foram ganhas por um partido novo que desbancou os dois grupos políticos principais que governavam a Islândia desde 1927 e suas novas medidas de atuação envolveram também a criação de um Conselho da Assembleia Constitucional (CAC) com 25 membros.

O conselho criou uma plataforma de debates ancorada no *Facebook*, *You Tube* e *Twitter* para propiciar debates e coletar opiniões que iriam corroborar para a primeira Constituição de um país realizada colaborativamente pela internet - e aprovada em 2012. Na visão de Castells, essa constituição “preservaria os princípios filosóficos, os valores sociais e as formas de representação que se destacam nas demandas e na visão dos movimentos sociais que surgiram em todo o mundo em 2011” (CASTELLS, 2013, p.44). Embora se apresente como um modelo inovador de construção política, é preciso relativizar seu impacto e sua viabilidade em outros países do mundo, principalmente, porque a população do país é muito pequena, se constituindo em pouco mais de 300 mil habitantes.

No Egito, as manifestações tiveram sua origem em acontecimentos mais violentos. A somatória das eleições fraudadas ocorridas entre 2005 e 2010, uma série de greves na indústria têxtil que se arrastavam desde 2008 e a morte de um ativista (Khaled Said) espancado até a morte em um café na cidade de Alexandria em janeiro de 2010 pela polícia, ativaram grupos e movimentos sociais no país, como o Movimento Juventude de 6 de abril. Uma das fundadoras desse movimento, Asmaa Mafhouz, realizou em janeiro de 2011 uma postagem seu vlog<sup>18</sup> conclamando a participação dos egípcios na ocupação da Praça Tahir no dia 25 de janeiro, enfatizando a imolação praticada por quatro homens egípcios nos últimos e os abusos aos direitos políticos e humanos no país. Esta

---

<sup>18</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SgjIgMdsEuk> Acesso: 28.04.2016

conclamação percorreu diversas plataformas e foi um dos catalizadores que levou cerca de 20 mil cidadãos na praça Tahir.



**Fig.2** .Praça Tahrir em Cairo, Egito.

Os protestos continuariam diariamente na mesma semana na praça e a mobilização para os atos se tornariam notórias pelos usos de celular e das redes sociais, especialmente as mensagens no *Twitter* e os vídeos no *YouTube*. Com cerca de 25% das residências com acesso a internet e 80% da população com um telefone celular, o Egito teve o número de usuários do *Facebook* triplicado nos dois últimos meses que precederam as manifestações. Percebendo a atuação dos ativistas em rede, o então presidente, há 30 anos no poder, Hosni Mubarak, ordenou uma espécie de “apagão tecnológico” entre 27 e 28 de janeiro de 2011: um ato que restringiu cerca de 94% do acesso da população a internet. Em reação, diversos manifestantes buscaram formas alternativas de conexão, utilizando plataformas não rastráveis, radioamadores e modems de *dial-up* para continuarem trocando mensagens. Além disso, ativistas de outros países e empresas como o *Google* criaram um sistema que transformava ligações telefônicas em *tweets* e a empresa francesa *NDF* ofereceu conexão grátis à internet mediante a uma ligação interurbana para Paris.

Na própria praça Tahrir, os ativistas montaram uma espécie de “campo de mídia” para a produção de conteúdos e estratégias de ação para as redes que, em poucos dias,

também influenciaram a manifestações em centenas de cidades no país. Por outro lado, a rede de televisão *Al Jazeera* também continuou a realizar uma intensa cobertura ao vivo<sup>19</sup>, se utilizando de conteúdos e atualizações dos ativistas nas redes sociais, além de inúmeras transmissões ao vivo que criavam “uma espécie de manto de proteção para o movimento contra a repressão violenta” (CASTELLS, 2013, p.56). Ao perceber esse papel, o governo de Marubak também tomou a emissora obrigou-a cessar as atividades, mas logo voltou atrás em um movimento que também o faria com o acesso internet: além da pressão externa de países como os Estado Unidos e outros países europeus, o bloqueio trouxe um prejuízo de aproximadamente 4% do PIB egípcio por dia.

Os conflitos aumentaram com o aparecimento de manifestantes a favor do então presidente do país, resultando em disputas violentas que deixam cerca de centenas de feridos e 92 mortos<sup>20</sup>. As manifestações em fevereiro de 2011 na Praça Tharir chegaram a mais de um milhão de participantes e uma série novos conflitos ocorreram, até que no dia 10 de fevereiro, o presidente Mubarak renuncia o cargo e deixa o país. As manifestações acabaram conduzindo a população para uma eleição democrática no ano seguinte, mas deram início a uma série de sucessões de renúncias e retomadas do poder pelo exército, o que deixa o país em uma crise instável que se arrasta até hoje.

As manifestações no Egito e na Tunísia também afetariam diversos países do Oriente Médio como Argélia, Líbano, Jordânia, Mauritânia, Sudão, Síria, Omã, Iêmen, Bahrein, Líbia, Kuwait, Marrocos e Arábia Saudita. Em muitos desses países, ainda ditaduras, as práticas de repressão aos manifestantes foram semelhantes às do Egito: assim que o governo descobria táticas e uso intenso de redes sociais, tentavam sabotar de alguma forma o acesso.

No caso Síria, foi criada uma plataforma colaborativa chamada *Syria Tracker*, uma ferramenta geolocativa que permitia ver narrativas de manifestantes, compartilhar denúncias e outras informações. Para partilhar as manifestações, os ativistas sírios

---

<sup>19</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uBEFqhHSmJc> Acesso: 28.04.2016

<sup>20</sup> Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2011/01/egito-conflito-deixa-ao-menos-92-mortos-e-milhares-de-feridos-3192164.html> Acesso: 30.04.2016

criaram também centros de mídia improvisados e utilizavam o *Bambuser*, uma plataforma de *livestreaming* sueca bastante utilizada pelos manifestantes até o governo sírio bloquear o acesso – fato que levou o site imputar os dizeres “dictators don’t like Bambuser” em sua página principal. O governo sírio também passou a operar na contra informação e na disseminação de notícias falsas, criando um volume grande de conteúdos a favor do governo em sites e contas falsas de *Twitter* como a *@thelovesyria* que funcionava como um spam, disparando mensagens automáticas a cada cinco minutos. (GREGOLIN, 2012)

São raros os países árabes, em que as manifestações surtiram em uma reorganização política consistente. A Tunísia, por exemplo, teve o efeito positivo da criação do *Quarteto para Diálogo Nacional da Tunísia*, uma organização que estabeleceu e mantém as bases para democracia pluralista após as manifestações de 2011. Em sua grande maioria, os países sucumbiram em novas instabilidades e alternâncias contínuas de poder e, em alguns casos, se tornaram regimes ainda mais fechados. Zizek também atenta para o fato de que, nos levantes árabes, nenhum país é formalmente democrático e que, apesar dos avanços o estado econômico caótico não é restituído, pois demandar por democracia não significa restuir esse problema, pois é “como se a pobreza fosse resultado da ganância e da corrupção de quem está no poder e bastasse se livrar deles” (ZIZEK, 2012, p.79) para sua automática solução.

Em 2011, a Espanha também passava por uma crise econômica considerável: cortes orçamentários cada vez maiores, alta taxa de desemprego (chegando a 47% entre os mais jovens no período) e vivendo reflexos de uma bolha imobiliária cada vez maior, impactada também pela crise americana em 2008. Inspirados pelos movimentos na Islândia, foi formado um grupo denominado *Democracia Real Ya!* que passou a mobilizar páginas e grupos do *Facebook* com convocações para ocupar as ruas no dia 15 de maio de 2011 como uma forma de resposta às próximas eleições municipais. Diversas cidades aderiram a ideia no país chegando a 50 mil pessoas em Madri, 20 mil em Barcelona e milhares em outras cinquenta cidades. Conhecidos também como 15-M ou indignados, os ativistas passaram o ocupar as ruas e produzir conteúdos nos dias seguintes em diversas manifestações, que se tornavam também acampamentos.

Essas manifestações não tinham um foco específico, apesar de haver uma abundância de propostas elaboradas e propostas em assembleias e comissões. Essas ocupações se configuravam como expressões de um descontentamento de um projeto de democracia por uma parcela da população entre 25-30 anos - a faixa etária de maior fatia que compunha o movimento dos Indignados. (CASTELLS, 2013, p.105). Assim como, posteriormente, no *Occupy Wall Street*, manifestações como essas da Espanha serviam para criar novas figuras subjetivas que exprimem uma crise. Ao passo que Castells (2013, p.106) observa que “a rede torna-se o sujeito”, no sentido que as reivindicações transitam em um acordo comum e horizontalidade que explica a ausência de líderes nas manifestações contemporâneas, Hardt e Negri (2012) traçam um panorama sobre como as estruturas políticas e econômicas se reconfiguram no contemporâneo e criam “figuras de subjetividade” nas quais os indivíduos se sentem motivados a lutar para garantir sua independência dessas ações.

O triunfo do neoliberalismo e sua crise deslocaram os termos da vida política e econômica, mas eles também operaram uma transformação social e antropológica fabricando novas figuras de subjetividades. A hegemonia da finança e os bancos produziram os endividados. O controle sobre a informação e as redes de comunicação produziram os midiáticos. O regime de segurança e o generalizado estado de exceção construíram a figura que reza para o medo e anseia para proteção — o securitizado. A corrupção da democracia formou uma estranha e despolitizada figura, o representado. Essas figuras subjetivas constituem o terreno social em que (e contra o qual) os movimentos de resistência e rebelião devem agir. (NEGRI e HARDT, 2012, p. 14 tradução nossa)

A crise de representação política, no caso espanhol, se fez valer nas próprias eleições municipais, fazendo com que o PSOE (Partido Socialista Espanhol) perdesse 20% dos votos nos municípios e sofresse uma derrota no parlamento para o seu partido opositor e conservador, o PP (Partido do Povo), além de um acréscimo de 38% a 47% dos votos nulos (CASTELLS, 2013, p.115). Ao final de 2011, diversos grupos relacionados aos *Indignados* passaram a deixar de atuar de maneira constante como um ato de autorreflexão e depois de algumas atuações mais agressivas da polícia para a desocupação dos acampamentos. Ativistas, acadêmicos e outras frentes envolvidas com o *15m* se reuniram para formar um novo partido que, rapidamente, ganhou uma grande adesão da população espanhola, o *Podemos* que, atualmente, em 2016, conta com 5 representantes na cadeira do parlamento europeu e 134 cadeiras no parlamento regional.

O movimento *Occupy Wall Street* encontra um diálogo muito próximo com as manifestações da Espanha, tanto pelas práticas e objetivos de seus ativistas, quanto por seu cenário sócio-político: os Estados Unidos estavam se recuperando de um colapso financeiro no final de 2008, os salários reais apenas haviam crescido apenas 2% em relação a última década e a parcela mais rica da renda americana pulou de 9% em 1976 para 23% em 2007. (CASTELLS, 2013, p.121). Castells (2013) considera que o espírito de mudança deixado em muitos americanos eleitores de Obama em sua campanha política e somada as ações dos movimentos sociais, os sindicatos há muito tempo insatisfeitos com estados das coisas nos Estados Unidos e aos exemplos positivos de manifestações pelo mundo, tornaram possível as forças catalizadoras do #occupywallstreet.

Um texto realizado no site *Adbusters* no dia 13 de julho de 2011 conclamava cidadãos americanos para viver seu momento “Tahir” (em referência as manifestações no Cairo) e realizar um acampamento em Manhattan. Rapidamente outros blogs, ativistas dos *Anonymous*, usuários de *Facebook* e *Twitter* também propagaram conteúdos relativos a essa conclamação, que tornou popular a *hashtag* #occupywallstreet. Esse momento anterior ao protesto marcou também um crescimento da utilização da plataforma *Tumblr* para a disseminação das histórias de americanos insatisfeitos com os rumos do país, como, por exemplo, o projeto<sup>21</sup> *We are The 99%* (uma menção a relação dos 1% de população que concentra a riqueza encontrada no país).

No dia 17 de setembro, diversas cidades americanas foram ocupadas por grupos de jovens estudantes e profissionais de 20 a 40 anos, em maioria mulheres, e apenas 1/5 desses permaneciam nos acampamentos. Assim como na Espanha, as ocupações foram permanecendo durante dias alternados, potencializando um engajamento ainda maior de participantes. O uso das redes sociais para esses eventos também foi intenso e se mostrava mais potente em pontos de tensão: mais de 500 mil menções foram produzidas no *Twitter*, por exemplo, na primeira tentativa de remoção dos manifestantes no Zuccotti Park no dia 13 de outubro. Catalizados pelas manifestações na Espanha e pelo *Occupy*

---

<sup>21</sup> Disponível em: <http://wearthe99percent.tumblr.com/> Acesso:

*Wall Street*, no dia 15 de outubro, ativistas do mundo todo promoveram manifestações em 951 cidades, com o slogan “Unidos pela Mudança Global” ou “15 O” e por um manifesto traduzido para diversas línguas<sup>22</sup>.

Além de grupos e páginas no *Facebook*, o *Twitter* e o *Tumblr*, diversas cidades americanas também se dedicavam a unir-se para construir uma plataforma de ocupação das cidades: sites que demonstravam como era possível ajudar, participar, entender melhor o movimento e links para as redes sociais. As plataformas de transmissão via streaming ao vivo, como o *Livestream*, também se tornaram muito utilizadas, por permitir aos manifestantes criarem sua própria transmissão e também se proteger da violência policial ou de grupos contrários ao movimento, além de serem facilmente incorporadas aos sites de cada cidade e ser facilmente propagadas nas mais diversas redes sociais.<sup>23</sup>

O filósofo Slavoj Žižek (2012) iria problematizar as manifestações contemporâneas ao expor as contradições de canalizar energias para rejeitar e apontar os defeitos de um governo, exigindo sua saída ou condenando a organização existente até então. Para ele, as transformações rápidas das manifestações em demandas pragmáticas são problemáticas, pois a negação absoluta de algo cria certas visibilidades denotadas pelas instâncias de poder das quais se luta contra. Já uma negação prepositiva pode criar um novo campo para além do campo hegemônico existente e sua resistência. Uma postura mais comedida e menos ansiosa nas mudanças é necessária, porque “os protestos criam um vazio – um vazio no campo da ideologia hegemônica, e é preciso de um tempo para preencher esse vazio de maneira apropriada, porque ele é fecundo, é uma abertura para o verdadeiramente novo” (ŽIZEK, 2012, p.86).

Negri e Hardt (2012) também observam, assim como Castells (2013), aspectos mais horizontais e ausências de líder em detrimento de uma “multidão”, mas observam que os aspectos em comum acabam neste ponto, pois é justamente na habilidade destes manifestantes em reconhecer suas particularidades e uma busca por um espaço comum

---

<sup>22</sup> Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/501847-saiamos-as-ruas-do-mundo-no-dia-15-de-outubro> Acesso em: 15.06.2016

<sup>23</sup> Disponível em: <http://www.occupyboston.org/livestream/> Acesso em: 15.06.2016

que não se efetiva, sem uma série de dissensos, que formatam as manifestações contemporâneas.

### **2.3 Manifestações no Brasil**

As manifestações ocorridas em 2013 podem ser analisadas das mais diversas formas, mas a intensidade, a rapidez e o caráter inesperado com que levaram milhões de brasileiros às ruas atravessa boa parte dessas leituras. Ao pensar as causas e as motivações das manifestações ocorridas no Brasil, Migliorin (2013) observa que diferentemente das outras, ocorridas em países diversos, a nação não estava, naquele momento, vivenciando exatamente “uma crise econômica, como na Europa, nem uma crise institucional, como nas ditaduras árabes.” (MIGLORIN, 2013, p.3). No entanto, não é necessariamente uma conjunção de fator que abrange todo o país que pode levar ao aparecimento de uma manifestação. Como aponta Renato Dagnino (2014) ao observar as políticas públicas para o Brasil, havia no país, naquele momento, uma série de fatores capazes de gerar insatisfação como o baixo crescimento da economia, os altos impostos (com 30% de sonegação por parte da população) e a corrupção dos políticos (que anualmente chega a 3% do PIB), dados que possibilitam a visualização de uma “cadeia de causas que interagem e se retroalimentam” (DAGNINO, 2014, p.61)

Analisando o mesmo assunto, Renato Janine Ribeiro (2014) expõe a relação entre 2013 e maio 1968, observando como os dois momentos políticos podem até não lograr êxito, mas se inscrevem na história como desencadeadores de novos processos. Além de demonstrar que a recusa à violência contra os manifestantes é um ganho para uma sociedade democrática, o autor explora a também a noção de acontecimento, chamado aqui de chama de “happening” (denotando as implicações que o termo carrega), para demonstrar porque, politicamente, a chegada de junho não conseguiu ser identificada:

Sua primeira característica é a surpresa e a impossibilidade de previsão. A maioria dos processos políticos é exatamente isto: um processo. Significa que podemos percebê-los à medida que se desenvolvem. Às vezes, não os vemos chegarem, mas então é nossa culpa, não uma característica deles. (RIBEIRO, 2014, p96)

O estopim das manifestações foi impulsionado pelo Movimento Passe Livre (MPL), em São Paulo, e sua reivindicação pela redução dos R\$0,20 centavos,

rapidamente, engajou outros sujeitos. Embora os R\$0,20 centavos tenham ocupado boa parte das demandas das manifestações nos primeiros dias, a crise exprimida e práticas trouxeram novos manifestantes com uma enormidade de reivindicações nas palavras de ordem ditas pelas multidões nas ruas, nos vídeos, nas fotos, nos *banners* e nos textos circulados nas redes e nos cartazes feitos pelos manifestantes. Além disso, nos anos anteriores a 2013, diversos atos organizados em rede ensejavam o entrecruzamento entre pautas específicas como a *Marcha da Maconha*, mudanças institucionais em leis *Marcha da Liberdade* e pautas de direito urbano, como o próprio *Movimento Passe Livre* (em atuação desde 2003<sup>24</sup>).

Rodrigo Guimarães Nunes (2013) delimita também o quanto os acontecimentos no Brasil se diferenciam de outros, reforçando uma visão bem objetiva e instantânea das pautas. Além de observar que um evento dessas dimensões cria uma espécie de “DNA” que segue fazendo novas mutações e afetando pessoas de maneiras inesperadas, criando uma capacidade de mobilização maior para algumas pautas.

O processo de re-diferenciação que estamos vendo – em que o “movimento” único, que sai as ruas enquanto tal, tem se especificado em alvos e ações mais focadas (passe livre, Fora Cabral, Aldeia Maracanã...) –, além de ser natural, talvez resulte diretamente do esforço para impedir as tentativas de apropriação. Em todo caso, ao contrário de um Occupy Wall Street, que durante meses discutiu se era legítimo apresentar demandas, o movimento brasileiro desde o início teve algumas claramente definidas: redução das tarifas, fim das remoções, desmilitarização da polícia... O que se vê no momento é, em geral, a identificação dos alvos e pontos de pressão taticamente relevantes para a obtenção de objetivos ainda não alcançados. (NUNES, 2013)

A primeira manifestação iniciada pelo Movimento Passe Livre com um trajeto definido em algumas ruas no centro de São Paulo no dia 06 de junho de 2013 contou com aproximadamente 2.000 manifestantes e resultou em 10 participantes feridos e 15 detenções. A reivindicação era clara em diversos cartazes e nos conteúdos nas redes sociais: contra o aumento de R\$ 0,20 centavos no preço da passagem de ônibus. Os atos se repetiram na semana seguinte até que no dia 13 de junho, o quarto ato, contou com 20

---

<sup>24</sup>O documentário *A Revolta do Buzú* (Carlos Pronzato, Brasil, 2003) relata a história das manifestações em Salvador que deram origem para o MPL. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dQASaJ3WgTA> Acesso: 10.06.2016

mil participantes segundo o MPL e 5 mil participantes segundo a Polícia Militar, resultando em 192 prisões e inúmeros feridos.



**Figura 3 :** Largo da Batata, São Paulo, 17 de junho

O 5º ato, realizado no dia 17 de junho de 2013 no Largo da Batata em São Paulo, reuniu cerca de 65 mil manifestantes, mas neste mesmo dia, outras capitais também realizaram uma série de manifestações como Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Porto Alegre (RS), Florianópolis (SC), Curitiba (PR) e Goiânia (GO). No Rio de Janeiro, cerca de 100 mil manifestantes tomaram as ruas, atos de vandalismo contra instituições financeiras e ocorreram confrontos violentos com a polícia resultaram em dezenas de manifestantes e policiais feridos<sup>25</sup>. Dois dias antes dessas manifestações, também havia iniciado a Copa das Confederações no Brasil, e os estádios, além dos torcedores, também se tornaram alvo das manifestações, incorporando novos discursos e pautas, como o gasto excessivo do governo para a construção de estádios para Copa do Mundo da FIFA que seria realizada no ano seguinte. Como observa Migliorin nesse momento, o futebol, uma das principais, senão, a principal, característica do país havia sido “furtado daqueles que o apreciam e é colocado como moeda de troca para justificar esse tipo de organização da riqueza, rejeitada nas manifestações” (MIGLORIN, 2013, p. 29). Outro momento simbólico em relação ao

---

<sup>25</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5MAg4mq7Zq8> Acesso: 20.04.2016

descontentamento do país ocorre dentro dos estádios, no momento em que a, então presidenta do país Dilma Rousseff, é vaiada ao anunciar o início da Copa das Confederações<sup>26</sup>

O dia 18 de junho, o sexto dia de protesto em São Paulo, foi marcado pela participação de 50 mil manifestantes, resultando em 47 prisões e uma série de estabelecimentos e lojas quebradas pela ação violentas por manifestantes vestidos e se utilizando das práticas dos *Black Blocs*: uma tática de manifestação que envolve o uso de roupas pretas, máscaras e a ocupação da linha de frente das manifestações para poder defender outros grupos. Além de suas práticas nas ruas, páginas do *Facebook* também começaram a surgir como Black Bloc RJ<sup>27</sup> e Black Bloc São Paulo<sup>28</sup>, com vídeos de ações nas ruas, táticas de defesas e conclamações para novos atos. Nesse mesmo dia, diversas cidades em países do exterior também criaram manifestações em solidariedade em Londres (Inglaterra), Sydney (Australia), Berlim (Alemanha), Atenas (Grécia), Istambul (Turquia) e Nova Iorque (EUA), além de outras dezenas de cidades brasileiras. Nesse momento, as pesquisas de opinião pública já começavam a revelar dados sobre o impacto das frequentes manifestações no país: 77% dos entrevistados era a favor dos protestos e apenas 18% contra, segundo uma pesquisa do Instituto Datafolha<sup>29</sup>.

Os governos do estado de São Paulo e do Rio de Janeiro decidem reduzir as tarifas no valor solicitado pelas manifestações<sup>30</sup> em um anúncio realizado no dia 19 de junho de 2013, mas as manifestações prosseguiram e seus manifestantes revelaram uma enormidade de reivindicações explicitadas a plenos pulmões pelas palavras de ordem ditas pelas das multidões nas ruas, nos cartazes, assim como nos vídeos, nas fotos, nos

---

<sup>26</sup> Disponível em: <http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/15/dilma-e-muito-vaiada-na-abertura-e-blatter-da-bronca-na-torcida.htm> Acesso: 20.06.2016

<sup>27</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/BlackBlocRJ/?fref=ts> Acesso: 20.06.2016.

<sup>28</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/bbSaoPaulo/> Acesso: 21.06.2016.

<sup>29</sup> Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2013/06/1297619-cresce-apoio-a-protestos-contr-a-tarifa-de-onibus-entre-paulistanos.shtml> Acesso: 21.06.2016.

<sup>30</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1297883-alckmin-e-haddad-decidem-voltar-tarifa-de-onibus-e-metro-para-r-3.shtml> Acesso: 10.04.2016.

banners e nos textos circulados que circulavam pelas nas redes sociais. A manifestação ocorrida no dia 20 de junho em São Paulo era para ser uma comemoração do Movimento Passe Livre (MPL) sobre a redução da tarifa, acabou se transformando em uma nova manifestação com brigas e discussões entre os manifestantes e demonstrações de práticas que, no futuro, seriam utilizadas em manifestações contra o impeachment: o canto do hino nacional, caras pintadas com as cores verde e amarela e as repressões contra as expressões partidárias, especialmente, de inclinação de esquerda e favorável ao governo.<sup>31</sup>

No dia 21 de junho, o MPL fez um anúncio se desvinculando das manifestações de rua e a presidente Dilma Rousseff decide iniciar um diálogo com algumas frentes das manifestações para poder negociar e entender algumas reivindicações, uma vez que sua popularidade decresceu de 57% para 30% após as manifestações. Júnior (2015) aponta aspectos presentes nas manifestações de 2013 que indicariam o que ele define como um crescimento de uma onda antipetista no país: como o “reaparecimento do antipartidarismo como fenômeno visível e generalizado”, “distanciamento do PT dos movimentos sociais da atuação da direita” e a “representação da histórica crise de insatisfação política e a efetividade dos serviços públicos” (JUNIOR, 2016, p. 77). Esses elementos criaram uma retórica que levaria novamente uma parcela da população brasileiras às ruas, inicialmente, contra a corrupção e posteriormente, a favor do impeachment, assim como serviria de argumentos também para partidos rivais.

Os ativistas nas ruas gradualmente relevaram as diversas instâncias e problemas estruturais da sociedade brasileira (como a corrupção, a qualidade da educação, da saúde, questões econômicas), assim como passaram a agregar contextos e reivindicações pontuais (Copa das Confederações, rejeição ao governador Sérgio Cabral no Rio de Janeiro). Esse caráter dinâmico também se diferencia muito, por exemplo, de outras referências de grandes manifestações do passado como as que ficaram conhecidas como *Diretas Já (1984)* e *Fora Collor (1992)* (NOBRE, 2013). Em uma pesquisa realizada pelo *Instituto Datafolha*, é possível verificar a diversidade de pautas contidas pelos

---

<sup>31</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EYuYXmrIWis> Acesso: 14.06.2016.

manifestantes em uma mesma manifestação e como, com o passar do tempo, sua quantidade também é elevada.

Por quais motivos você veio participar da manifestação? (Resposta espontânea e múltipla)		
	Manifestantes no Largo da Batata 17/6/2013	Manifestantes na Av. Paulista 20/6/2013
Contra a corrupção	40%	50%
Para protestar contra o aumento da passagem	56%	32%
Contra os políticos	24%	27%
Por um transporte de melhor qualidade	27%	19%
PEC 37	-	16%
Comemorar redução da tarifa	-	13%
Por mais segurança	13%	13%
Protestar contra a violência/repressão da polícia	31%	11%
Pela tarifa zero/passe livre	14%	11%
Pela saúde	2%	9%
Pela educação	-	8%
Contra os gastos com a Copa das Confederações/ Copa do Mundo3	-	3%
Outras respostas	31%	29%

**Figura 4:** Reivindicações elencadas pelos manifestantes nas manifestações de junho de 2013.<sup>32</sup>

Ao observar o desenvolvimento tecnológico, as redes e a cultura participativa, José Luiz Jóia (2015) analisa as manifestações de 2013 no Brasil. Primeiramente, o autor a relaciona com o acesso da população brasileira à internet e seus diferentes níveis de participação, pois ela está mal distribuída entre os estados: enquanto no estado de São Paulo 57% da população usa a internet, no Maranhão esse número representa apenas 11 % (NERI, 2012). Esses dados também podem ser relacionados com o perfil dos manifestantes baseados em uma pesquisa do *Ibope* realizada em 20 de junho de 2013 em diversas capitais: a pesquisa apontou que a renda de 23% dos indivíduos era de mais de

<sup>32</sup> Disponível em <http://www.cenariointeligencia.com.br/files/abep14012013.pdf> Acesso: 14.07.2016

10 salários mínimos e 26% entre 5 a 10 salários mínimos, o que leva a Gohn (2014) a afirmar que os brasileiros mais pobres não constituíam a grande maioria do movimento.

No entanto, Jóia (2015) também observa que existe um grande crescimento no uso da internet e, mais especificamente, na utilização das redes sociais no Brasil: naquele momento o país possuía 65 milhões de usuários no *Facebook*, 41 milhões de usuários no *Twitter* (sendo, em ambas redes, o segundo maior mercado de fora do Estados Unidos) e a população passava cerca de 10 horas mensais conectada. Ao definir os acontecimentos iniciados em junho como “Movimento dos 20 centavos”, o autor aponta que todos esses fatores foram essenciais tanto para a eclosão das manifestações quanto para sua disseminação na rede, expondo, por exemplo, que apenas no dia 17 de junho.

O “Movimento dos 20 Centavos” no Brasil tirou uma grande vantagem das mídias sociais para disseminar suas ideias, principalmente em blogs, Facebook, Twitter e You Tube. Em 17 de junho de 2013, quase 79 milhões de usuários da internet foram atingidos pelo movimento. Dois grupos se destacaram no uso das mídias digitais, a saber Mídia Ninja e Black Block. Ambos hospedados no Facebook, o primeiro no <https://www.facebook.com/midiaNINJA>, e o segundo no <https://www.facebook.com/BlackBlocRJ>. Eles usaram a tecnologia live stream para transmitir intensamente as manifestações em tempo real. O resultado impediu a utilização da violência policial contra os participantes do movimento e tornou possível para a sociedade avaliar se a notícia transmitida pela TV aberta era de fato precisa. (JOIA, 2015, p.7)

Todos esses dados colaboram para a visualização de um quadro contemporâneo no qual uma boa parcela da sociedade brasileira, assim como tantas outras em diversos países, passou a perceber uma certa efetividade nas redes e nas estratégias de mobilização como algo viável dentro de um princípio comum de insatisfação - ainda que sem a participação de diversas camadas da população. O acontecimento discursivo irrompe quando há essa percepção generalizada e que, simultaneamente, atua de maneira convergente nas ruas e nas redes afetando os sujeitos e gerando novos possíveis. No entanto, esses acontecimentos também foram responsáveis por revelar que essa convergência “também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias” (JENKINS, 2009, p.45) e, ao fazê-las, instauram um amplo debate na comunicação.

Ao realizar uma extensa análise sobre os acontecimentos de junho, Paulo Arantes (2014) ressalta como as manifestações e suas práticas de 2013 são uma mudança na

forma e no conteúdo, desestabilizando uma série de caracteres simbólicos de manifestações anteriores como líderes gritando, carros de som e uma liberdade expressada através de sua participação diversificada. Além disso, o autor aponta também como a mídia se tornou uma parte indissociável das manifestações.

Hoje um acontecimento como junho brasileiro é o seu próprio horizonte. O pacote filosófico de que se extraiu esse juízo sobre o presentismo dos acontecimentos de junho não precisa ser desembulhado agora – estamos vendo o filme, aliás narrado enquanto transcorria. Vem daí a centralidade da mídia, e não se trata de conspiração, que, aliás, nela é congênita, não é uma patologia exclusiva do espectro ideológico. (ARANTES, 2014, p.418)

Os campos de análises de junho podem se deter as mais diversas observações e coletas de dados, mas para os fins propostas para a pesquisa nos deteremos a mostrar, como já abordado anteriormente, como se dão as enunciações discursivas em um complexo ambiente demarcado pelas grandes mídias, pelos grupos de ativismo midiático e pelos usuários.

#### **2.4 A grande mídia deslocada**

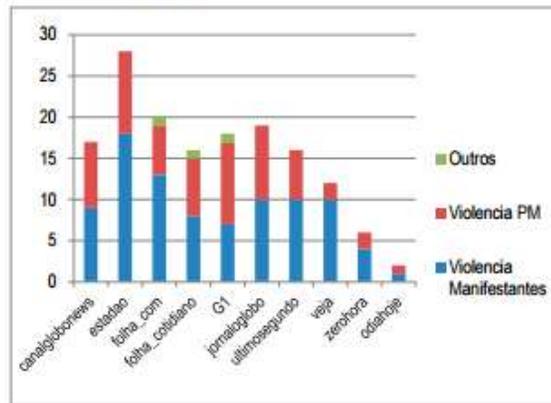
O fluxo intenso dos acontecimentos de 2013 rapidamente ganhou um espaço na grande mídia em seus mais diversos veículos: jornais, revistas, sites e programas de televisão. Para além do caráter inovador a respeito do número de participantes e da sua frequência, algumas pautas se sobressairiam, como a violência dos policiais e dos manifestantes, a respostas do governo às repressões ou as análises de opinião pública sobre os acontecimentos. Para além dos fatos criadas pelos conteúdos, os grandes portais de notícia, em seus diversos meios, não lidam mais com um consumidor passivo, mas um usuário presente em diversas plataformas, monitorando, assistindo em uma segunda tela, analisando a veracidade das informações, comparando com outros veículos e compartilhando o que consomem nas redes sociais.

Esse panorama reconfigura algumas instâncias do jornalismo institucional, principalmente, pela mudança de uma organização no fluxo da informação que compõe uma notícia, pois hoje “as fontes não necessitam de mediação de jornalistas para acessar seu público: eles têm acesso as informações de forma simultânea, senão até antecipada, do que os profissionais da informação” (LUCHESSI, 2014, p.13). Em uma manifestação

que envolve a participação de tantos usuários, a criação de um discurso em cima das manifestações se constitui em uma atividade complexa, principalmente, porque as dimensões e a rapidez dos acontecimentos exigem um deslocamento ou uma predisposição do profissional quase em tempo integral: nunca se sabe o quê ou quando algo irá acontecer e, sua ausência no local das ações, pode conduzir repórteres a coletar dados de fontes secundárias (manifestantes ou policiais) ou advindas de outros materiais nas redes (imagens secundárias ou depoimentos nas mais diversas plataformas).

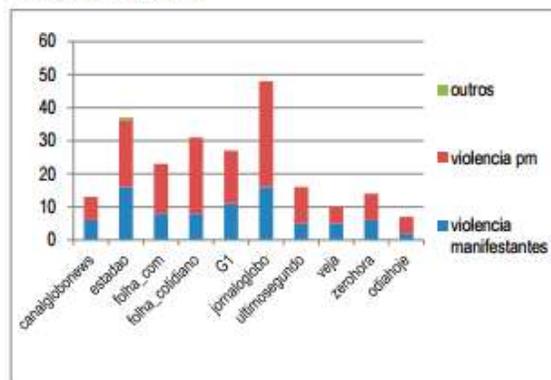
O caráter inédito desses acontecimentos, somado ao ambiente participativo das mídias convergentes, impôs algumas dificuldades à grande mídia no que diz respeito à leitura dos fatos, a relação com os manifestantes e também referente a sua própria produção de conteúdo. A violência dos manifestantes e dos policiais durante os atos é um dos pontos cruciais para iniciar uma análise a respeito do descompasso encontrado pelos grandes veículos de informação. Bezerra e Grilo (2014), por exemplo, observam como grandes veículos impressos e televisivos categorizaram rapidamente as manifestações de 2013 como atos de vandalismo e depredação, para depois reiterar esse discurso em meados de junho, quando “cenas de perseguição de manifestantes por policiais, de espancamentos gratuitos contra ativistas pacíficos e de jornalistas e transeuntes alvejados por balas de borracha circularam nas redes sociais” (BEZERRA, GRILO, 2014, p.201). A pesquisa de Raquel Recuero (2014) com 11 contas do *Twitter* de grandes veículos de comunicação também demonstra uma súbita mudança no discurso, no período de 10 a 13 de junho para o período de 14 a 17 de junho, a respeito da quantidade de materiais que relacionavam a violência, em grande maioria, aos manifestantes.

Período 1 - 10 a 13/06



Veiculo	Violência Manifestantes	Violência PM	Outros
canalglobonews	9	8	0
estadoao	18	10	0
folha_com	13	6	1
folha_cotidiano	8	7	1
G1	7	10	1
jornaloglobo	10	9	0
ultimosegundo	10	6	0
veja	10	2	0
zerohora	4	2	0
odiahoje	1	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>61</b>	<b>3</b>

Período 2 - 14 a 17/06



Veiculo	Violência Manifestantes	Violência PM	Outros
canalglobonews	6	7	0
estadoao	16	20	1
folha_com	8	15	0
folha_cotidiano	8	23	0
G1	11	16	0
jornaloglobo	16	32	0
ultimosegundo	5	11	0
veja	5	5	0
zerohora	6	8	0
odiahoje	2	5	0
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>142</b>	<b>1</b>

**Figura 5.** Análise comparativa mostra a mudança dos vetores nos perfis do *Twitter* das grandes mídias. (RECUERO, BASTOS, ZAGO, 2014, p.207)

As diversas opiniões do cineasta e crítico, Arnaldo Jabor, sobre as manifestações e o pronunciamento da jornalista Patrícia Poeta, ambos no *Jornal da Noite*, também são observadas por Alzamorra e Rodrigues (2014) como momentos em que há um distanciamento e uma falta compreensão da opinião pública das manifestações pela repercussão negativa que obtiveram em redes sociais como o *Twitter*. No primeiro caso, Jabor realizou uma crítica às manifestações, observando que os manifestantes tinham “grande ignorância política, burrice misturada com rancor” não respeitavam a cidade e estavam nas ruas apenas para fazer baderna. Três dias depois, o comentarista fez um novo comentário demonstrando que estava equivocado e que os manifestantes estariam demonstrando “uma importante lição de democracia” e sendo responsáveis pela construção de um momento histórico e lindo”. No entanto, sua fala foi o suficiente para que o seu vídeo circulasse pelas redes, assim como uma reportagem do programa

argentino *Bajadas de Linea*<sup>33</sup> (Canal 9), alguns dias depois, também se transformou em postagens de vídeos no *YouTube* com o título “Rede Globo Vira Piada Internacional”.

No dia 17 de junho, parte dos manifestantes em São Paulo também se posicionaram em frente à sede da emissora para protestar contra o posicionamento da emissora quanto às manifestações, contra “aquilo que consideravam ser uma cobertura criminalizada das manifestações, que dava ênfase ao vandalismo e aos distúrbios ao trânsito” (ALZAMORRA; RODRIGUES, 2014, p.7). No mesmo dia, após um link ao vivo que mostrava as marginais de São Paulo paralisadas pelas manifestações e, segundo o repórter, confirmava que alguns manifestantes gritavam palavras de ordem contra a Rede Globo, a apresentadora Patrícia Poeta<sup>34</sup> realizou a leitura de um editorial na edição do *Jornal Nacional*:

A TV Globo vem fazendo reportagens sobre as manifestações desde o seu início sem nada a esconder: os excessos da polícia, as reivindicações do Movimento Passe Livre, o caráter pacífico dos protestos e, quando houve, depredações e destruição de ônibus. É nossa obrigação, e dela nós não nos afastaremos. O direito de protestar e de se manifestar pacificamente é um direito dos cidadãos.

Esses dois fatores somados provocaram a reação de uma série de usuários no *Twitter*, possibilitando que Patrícia Poeta se tonasse um dos *Trend Topics* daquele dia, ou seja, um dos assuntos mais comentados. No entanto, os confrontos e as discordâncias entre usuários/consumidores e a grande mídia, não apenas se manifestavam através das redes, mas as disputas se materializavam em momentos de tensão nas ruas, colocando em risco, inclusive, a integridade física de seus profissionais.

No mesmo dia 17 de junho, durante a concentração no Largo do Batata em São Paulo, Caco Barcelos, o apresentador do programa *Profissão Repórter*, foi hostilizado por inúmeros manifestantes com câmeras e celulares enquanto gravava uma reportagem sobre as próprias manifestações, que o cercaram, gritando “O Povo não é Bobo! Abaixo a Rede

---

<sup>33</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cv1OXg9u9wU> Acesso em: 18.06.2016

<sup>34</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CgBW8IMPAok> Acesso em: 20.06.2016

Globo”<sup>35</sup>. No dia 18 de junho, em meio às tumultuadas manifestações ocorridas no centro de São Paulo (que resultaram também na depredação da prefeitura de São Paulo), um carro responsável pelo link ao vivo da *TV Record* foi pichado, depredado e incendiado<sup>36</sup> e ato foi transmitido ao vivo por outras emissoras<sup>37</sup>

<b>Canal</b>	<b>Reportagens em Vídeo</b>
<b>Tv Folha</b>	48
<b>Tv Estado</b>	57
<b>R7</b>	29
<b>G1</b>	82
<b>Band News</b>	18

Fonte: O autor.

**Tabela 1:** Coleta de matérias em vídeos sobre as manifestações em sites e portais das grandes mídias entre junho e julho de 2013.

As transmissões ou chamadas ao vivo também revelariam a fragilidade da grande mídia ao lidar com os acontecimentos. Ao analisar a cobertura ao vivo do *Jornal Nacional* exibido pela TV no dia 20 de junho de 2013, Neto (2015) observa um “desamparo informativo” entre os âncoras, uma vez que é percebido que não existem fontes ou porta-vozes que possam trazer algum significado para o ato que está em curso e que “a cobertura de algum modo foi refém da dinâmica através da qual a multidão imprimia ao acontecimento” (NETO, 2015, p.12). O autor também identifica a reação negativa dos espectadores em tempo simultâneo através dos comentários publicados na página oficial do programa no *Facebook*, principalmente, cobrando que existe uma

<sup>35</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=th7qWKZRRi8> Acesso em: 20.06.2016.

<sup>36</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KOUOrkOl7y8> Acesso em: 20.06.2016.

<sup>37</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5Ie5pmEHFyg> Acesso em: 20.06.2016.

discrepância entre o que é mostrado e o relatado pelos repórteres, assim como a falta de alguns critérios para entender o que se passa naquele momento.

A grande mídia, por sua vez, surpreendeu-se com o descrédito em que mergulhou e acabou retificando algumas de suas versões e opiniões, diante da impossibilidade de conter o fluxo das informações que circulavam pela internet. A emergência de novos atores produzindo registros audiovisuais, relatos e análises sobre os protestos colocou em xeque a primazia da mídia comercial sobre a formação da opinião pública. Versões apresentadas por grandes emissoras e jornais sobre as manifestações foram sucessivamente combatidas e desmentidas por usuários de redes sociais como o Facebook, Twitter e Youtube. Inúmeras situações de incongruência entre as narrativas da grande mídia e os registros realizados e divulgados por midiativistas – fossem eles autônomos ou organizados – contribuíram para acentuar o descrédito com relação às informações apresentadas nos principais veículos. (BEZERRA, GRILO, 2014, p. 204)

Outro momento de discordância entre a mídia e seus consumidores pode ser observado na pesquisa de opinião realizada ao vivo pelo programa *Brasil Urgente* (Canal *Bandeirantes*), apresentado por José Luiz Datena<sup>38</sup> e realizado durante as manifestações do dia 18 de junho. Ao consultar a opinião do público (em que a audiência vota em “sim” e “não” através de números de telefones distintos para cada resposta) e perceber que o resultado destoava do seu discurso contra as manifestações, o apresentador pediu para que a produção refizesse as perguntas da enquete ao vivo, alegando que o resultado era fruto da má elaboração da frase e da incompreensão de quem estava assistindo. No entanto, mesmo alterando a pergunta, para a perplexidade do apresentador, o resultado permaneceu o mesmo: a audiência realmente era a favor das manifestações.



<sup>38</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZzNXETOMjf4> Acessado em: 20.06.2016.

**Fig.6** O apresentador José Luiz Datena faz pesquisa ao vivo, se surpreende com os resultados e solicita uma reformulação da pergunta realizada ao espectador.

A dinâmica e a complexidade de milhares desses acontecimentos em curso acabam imputando novos desafios às dinâmicas programáticas operadas pela cobertura jornalística institucional. Muitas dessas problematizações derivam das concepções de que a mídia tradicional traçou sobre os acontecimentos de 2013, tratando-os de modo similar aos rituais midiáticos, sem perceber que aquelas manifestações, pelo seu formato, objetivos e por seus participantes, não poderia contar com um processo de midiatização como em muitas outras coberturas.

De acordo com Braga (2009), a midiatização “trata de processos sociais que já existiam sem a presença de qualquer mídia, mas que aos poucos (...) eles se tornam midiatizados, perpassados pela mídia”, propiciando acontecimentos que se organizam segundo o olhar midiático (BRAGA, 2009). Andreas Hepp também problematiza e analisa as diversas significações que o termo midiatização assume e como ela se separa também do conceito de mediação. O autor destrincha essa proposta ao entender a mediação como “um conceito para teorizar o processo de comunicação como um todo” e midiatização, como “um termo mais específico para teorizar a mudança relacionada à mídia” (HEPP, 2014, pag. 47). Na perspectiva Krotz e Hepp, a midiatização “atua no que acontece com a comunicação quando indivíduos, instituições e organizações usam a mídia, e se a sociedade e a cultura como um todo dependem de uma mídia específica” (KROTZ e HEPP, 2013, p. 123).

Por fim, os conceitos de midiatização e de evento midiático corroboram para o desenvolvimento da noção ritual midiático. Segundo Couldry, analisar os eventos midiáticos é um caminho possível para compreender rituais midiáticos, pois são neles que se tornam visíveis “momentos privilegiados, não porque eles revelam a inegável solidariedade, mas porque eles revelam a construção mítica do centro mediado de forma mais intensa” (COULDRY, 2003, p. 55-56), assim como também são acontecimentos nos

quais se desenvolve um “enquadramento narrativo em que uma coletividade é afirmada, reforçada ou mantida em um evento midiático. (COULDRY, 2003, p. 60)

Os rituais midiáticos podem ser compreendidos em dois níveis distintos. O primeiro é aquele que estabelece uma noção de hierarquia entre o que “está” na mídia e o que “não está”, possibilitando uma abrangência do “mundo social de maneira completa e, embora seja uma ideia construída, ela eventualmente se naturaliza pelo meio do seu uso repetitivo” (CAMPANELLA, 2014, p. 9). O segundo nível dessa classificação valora o caráter “ao vivo” das transmissões, pois o ato de transmitir revela uma conexão com a realidade. Seguindo esta lógica, cria-se o pressuposto de que o “ao vivo” é algo que traz “uma perspectiva mais exata do mundo do que a reprodução de algo já acontecido, mesmo que num passado recente” (ibid, p. 09).

Os caracteres dos rituais midiáticos podem ser encontrados em eventos como as Olimpíadas, Copa do Mundo, funerais ou casamentos de celebridades, pois são momentos que restauram um sentido de ocasião como se a história estivesse sendo construída naquele momento e assistir ao vivo fosse uma forma de participar dele (KATZ, 1993). Sendo assim, as empresas de mídia dentro deste contexto acabam tornando-se “representantes do social”, reafirmando sua posição ao excluir uma força integradora e legitimando-se como a própria construção da sociedade.

Muito diferente de um *ritual midiático* (CAMPANELLA, 2014; COULDRY, 2005) em que existe uma cobertura parcialmente ordenada pela presença da mídia, no qual segue-se um roteiro, um horário, um espaço determinado, além de um ordenamento dos sujeitos que participam, as manifestações de 2013 apresentam uma nova arquitetura comunicacional no devir, atravessada pelas redes e com a participação de milhões: fatores que comprometem certas fabricações dos acontecimentos e colocam à prova da sociedade a legitimação da grande mídia como representantes inquestionáveis do social, provocando uma falha no processo de midiaticização das manifestações.

As dimensões política e comunicacional do contexto contemporâneo de midiaticização desafiam instâncias representativas da sociedade, tais como partidos políticos e imprensa. A polifonia das ruas, expressa em incontáveis cartazes empunhados pelos manifestantes, enfatizava a ausência de líderes, a insatisfação com serviços básicos e a recusa a partidos políticos e à imprensa, recorrentemente

hostilizada durante os eventos das chamadas Jornadas de Junho. (ALZAMORRA; RODRIGUES, 2014, p.10)

Como os acontecimentos explicitam uma percepção negativa do público sobre a forma que se produz a mídia tradicional, é possível verificar que essa reação também é sintoma de um *saber-fazer* rapidamente adquirido por novas formas de consumo e produção nas plataformas, o que pode ser balizado pela quantidade enorme de fotos, textos e vídeos produzidos e compartilhados em rede durante as manifestações. O acontecimento discursivo de junho de 2013 revela aquilo que Castells apontava alguns anos antes da eclosão de diversas manifestações mundiais, quando afirmava que faltava pouco para que “os movimentos sociais e os indivíduos em rebelião crítica” iniciassem “a agir sobre a grande mídia, a controlar as informações, desmenti-las e até mesmo a produzi-las”. (CASTELLS, 2006).

## **2.5 A massa de vídeos no *YouTube***

Criada em 2005, a plataforma OTT (*Over The Top*) *YouTube* se desenvolveu ao longo dos anos como uma plataforma aberta que cedia ao usuário a possibilidade irrestrita de assistir e pesquisar a quantidade de vídeos que ele desejasse, assim como realizasse postagens de vídeos da maneira que ele desejasse. Com o tempo, o tamanho dessas postagens se expandiu e o monitoramento desse conteúdo postado aumentou, principalmente para proteger vídeos com materiais sonoros ou audiovisuais com direitos autorais, mas uma de suas características foi mantida: a facilidade de compartilhamento e incorporação de seu material em outras plataformas, algo que se revelou um “diferencial que se aproveitava da recente introdução de tecnologias de *blogging* acessíveis ao grande público” (GREEN; BURGESS, 2009, p.18). De acordo com os dados elencados pela maior plataforma de compartilhamento e visualizações de vídeos na Internet, o *YouTube*, cerca de 300 horas de vídeos são postadas por minuto, metade de suas visualizações são por dispositivos móveis e ela possui mais de um bilhão de usuários<sup>39</sup>.

---

39 Disponível em <https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html> Acesso: 22.06.2016

Embora possa ser associada como um negócio advindo da cultura colaborativa para atender diversos mercados extremamente segmentados (ANDERSON, 2006), autores como José Patrício Pérez Rufi argumentam que a noção de “cultura colaborativa” foi perdida, pois hoje a plataforma vive “a impossibilidade econômica para os para os administradores do *YouTube* (ou seja, o Google) de manter a utopia de um meio de comunicação livre e aberto a todos usuários, criado por e para eles com um objetivo educativo e filantrópico” (PÉREZ, 2011, p.148). Em outra perspectiva, Amanda Lotz (2007) também observa como a plataforma ocupou também com seus conteúdos um lugar que antes era denominado para a televisão de nicho (*narrowcasting*), propiciando uma série de mudanças na forma de consumo que colocou a televisão em uma era de transição e de adaptações. Como observa Massarolo (2015), plataformas como o *You Tube* ou como o *Netflix*, propiciam “uma nova forma de criação, produção e veiculação de conteúdos (texto, imagem e som) tende a suplantam o antigo sistema do *broadcasting*, no qual poucos conglomerados de mídia produziam para muitos. ” (MASSAROLO, 2015, p.137)

A abertura para diversos segmentos propiciou o aparecimento de canais com aspectos mais profissionais (como canais de *Youtubbers*) ou a criação de canais das próprias emissoras de tv para a circulação de conteúdos exibidos na televisão ou de novos, um processo que Kim (2012) chama de mudança de CGU (*Content Generated User*) para CGP (*Content Generated Professional*), a plataforma ainda oferece um grande e irrestrito espaço para todos tipos de usuários. Carlón (2013), em uma perspectiva antropológica, observa que a plataforma e as práticas de seus usuários se configuram como uma espécie de “invasão bárbara” no sentido que os costumes da sociedade acabam aparecendo como forma de conteúdo (tutoriais de comida e de inúmeras outras práticas), assim como a “disputa do poder que deu aos usuários comuns a possibilidade de fazer circular discursos em espaços públicos de forma semelhante como foi feito historicamente (e hoje ainda fazem) as figuras públicas e os grandes emissores institucionais” (CARLÓN, 2013, p.122).

Devido ao seu acervo gigantesco dos conteúdos e cerca de um bilhão de usuários<sup>40</sup>, perante qualquer acontecimento que chegue ao conhecimento do usuário, é uma prática comum efetivar busca de vídeos que possam ter registrado esse acontecimento, tornando a plataforma um grande arquivo de acontecimentos em rede. Eventos como as manifestações de 2013 rapidamente geraram uma massa de vídeos na plataforma com vídeos feitos por usuários, canais da grande mídia ou coletivos de mídia e, por esse motivo, será analisado como esses vídeos constroem discursos sobre as manifestações.

Para a seleção da pesquisa dos vídeos vinculados às manifestações de 2013, foi selecionada a maior plataforma de vídeos OTT (*Over The Top*) existente, o *YouTube*. Como critério de termos para as buscas, foram pesquisados os 3 termos mais utilizados como *hashtags* e, também, em alguns casos, como cartazes e mantras durante as manifestações de junho de 2013.

<b>Hashtag</b>	<b>Número de Tuítes</b>
<b>#VERÁSQUEUMFILHOTEUNÃOFOGEALUTA</b>	603 mil
<b>#VEMPRARUA</b>	290 mil
<b>#OGIGANTEACORDOU</b>	259 mil
<b>#MUDABRASIL</b>	230 mil
<b>#CHANGEBRAZIL</b>	202 mil

Como critérios para poder refinar a busca e suas consequente análise, também foram acrescentadas as seguintes orientações metodológicas:

- Os dados foram coletados entre o período de 2014 e 2015, logo a inserção do ano em conjunto com o termo buscado (por exemplo, “Vem Pra Rua + 2013”) é uma prática que ajuda a buscar vídeos do período, levando em consideração as conceitos da análise do discurso a respeito da enunciação (FOUCAULT, 2004). O

<sup>40</sup> Acesso em: <https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html> Acesso em: 25.04.2016

termo “Vem Pra Rua” é um enunciado que pode ser repetido em diferentes momentos, por diferentes sujeitos e adquirir um novo sentido discursivo, mas como o recorte da pesquisa busca a enunciação dentro do contexto das manifestações de 2013, o acréscimo da data se faz necessário para os fins para a coleta de dados.

- Como critério de seleção para a análises desses vídeos no *YouTube*, foram buscados também somente os vídeos publicados durante o período de junho e julho de 2013 buscando, assim, uma análise dos conteúdos criados em conjunto com o momento dos acontecimentos, descartando vídeos que pudessem trazer consigo análises distantes das manifestações, podendo se valer dados, novos acontecimentos e outros fatores que tornariam distante dos acontecimentos discursivos.

Ao utilizar os critérios descritos e efetivar a busca, os resultados encontrados demonstram uma disparidade entre os três termos utilizados, algo que não é condizente com as incidências das *hashtags* utilizadas no *Twitter* durante as manifestações de junho.

<b>TERMO DE BUSCA</b>	<b>Números de vídeos</b>
<b>VERÁS QUE UM FILHO TEU NÃO FOGE A LUTA + 2013</b>	1960 vídeos
<b>VEM PRA RUA + 2013</b>	45.800 vídeos
<b>O GIGANTE ACORDOU + 2013</b>	28.200 vídeos

Fonte: O autor.

**Tabela 3 :** Pesquisa realizada no YouTube com os termos mais utilizados no Twitter

Diante da disparidade dos termos utilizados, mais especificamente do termo “Verás que um filho teu não foge à luta” em relação a “Vem Pra Rua” e “O Gigante Acordou”, a pesquisa irá se deter na análise desses dois últimos termos, buscando

observar como se constituem aspectos gerais do vídeo encontrados, como se criam os discursos a partir das imagens realizadas ou reutilizadas de outros e quais aspectos criam algum tipo de unidade entre eles.

Ao realizar a análise dos vídeos é possível identificar a presença de dois tipos de vídeos. A primeira seria a categoria dos vídeos que, de alguma forma, condensam imagens da grande mídia, da mídia alternativa, aliando montagens, *memes*, comerciais e clipes musicais para tentar exprimir o que ocorre no momento em todo o Brasil. A segunda categoria seria composta por fragmentos, geralmente sem corte ou edições, que revelam recortes de momentos filmados pelos próprios usuários em diversas cidades do país. Ambas categorias estão sujeitas a repostagens, ou seja, o mesmo vídeo ser postado duas vezes por usuários diferentes. Outra característica é que os vídeos fragmentários podem ser encontrados, também, dentro dos vídeos compilados, uma prática, aliás, bem comum.

No caso dos vídeos relacionados ao termo “Vem Pra Rua + 2013”, pode-se verificar que 50% desses vídeos são feitos de compilações, 38% de fragmentos das manifestações. Em relação ao termo, “O Gigante Acordou + 2013”, 59% são feitos de compilações e 28% de fragmentos de vídeo.

<b>Busca</b>	<b>Amostragem</b>	<b>Compilações de vídeos</b>	<b>Fragmentos das manifestações</b>	<b>Outros</b>
<b>Vem Pra Rua + 2013</b>	400	202	153	75
<b>O Gigante Acordou + 2013</b>	400	238	115	47

Fonte: o autor

**Tabela 4.** Dados coletados com a pesquisa

A categoria “outros” abrange uma série muito diversa de vídeos que vão de aulas, até alguns documentários exibidos integralmente<sup>41</sup>, vídeos com indivíduos usuários ou youtubbers com canais grandes emitindo suas opiniões<sup>42</sup>, covers da música “Vem Pra Rua”, aulas e palestras<sup>43</sup>, paródias<sup>44</sup> entre outros. Sua avaliação conduziria a um excesso de tipologias e dificultaria uma análise mais precisa de alguns elementos, ampliando demais o escopo pretendido pela pesquisa.

### **2.5.1 Vem Pra Rua e o Gigante Acordou: de slogans publicitários a mantras ativistas**

Ao analisar os vídeos com os termos “Vem Pra Rua” e “O Gigante Acordou”, rapidamente, um aspecto se torna identificável na banda sonora: a música “Vem Pra Rua” interpretada pelo vocalista da banda *O Rappa*, o Falcão. Essa canção foi gravada originalmente para um comercial da empresa *Fiat*<sup>45</sup>, uma das patrocinadoras oficiais da Copa do Mundo de 2014, e que, originalmente, pretendia lançar a canção como um tema preparatório para a Copa da Confederações – que se iniciava em junho.

Publicado no *You Tube* em 10 de maio de 2013, o comercial com a duração de 1’00 demonstra em seus primeiros segundos as ruas de uma cidade vazia e, em seguida, diversas imagens de brasileiros (identificados pela locação e pelas cores das bandeiras, roupas e tintas no corpo) assistindo aos jogos da seleção em bares, dentro de casa, trailers, na praia e nas favelas até os 0’15 segundos - construindo assim, com a montagem, o momento de um jogo de futebol. Nos quadros seguintes, as imagens demonstram torcedores de verde e amarelo descendo as escadas correndo, crianças correndo invadindo as ruas, de bicicletas em armazéns em momentos de euforia -

---

<sup>41</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KktR7Xvo09s> Acesso: 03.05.2016

<sup>42</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=L\\_M-IQqyra0](https://www.youtube.com/watch?v=L_M-IQqyra0) Acesso: 03.05.2016

<sup>43</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JDE28pongK8> Acesso: 03.05.2016

<sup>44</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=m\\_1HaEL4PEw](https://www.youtube.com/watch?v=m_1HaEL4PEw) Acesso: 03.05.2016

<sup>45</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RCR68eAYrvk> Acesso: 09.12.2015

imagens contrastadas na sequência por um sujeito com uma máscara de cachorro branca envolto em uma fumaça vermelha. Dos 0”24 segundos do comercial até o final, há diversas imagens mostrando torcedores em euforia, dançando na chuva e comemorando nas ruas como se houvesse uma vitória da seleção brasileira em meio a veículos diversos da *Fiat*. Esse momento também coincide com o segundo verso música: “Vem vamos com a gente / Vem torcer, bola pra frente/ Sai de casa, vem pra rua/ Pra maior arquibancada do Brasil” e seu consequente refrão “ Ô, Ô / Vem pra rua / Porque a rua é a maior arquibancada do Brasil”. Algumas imagens do comercial, ao tentar idealizar esse momento da Copa do Mundo, acabam trazendo grandes semelhanças com as imagens que seriam vistas nas ruas alguns dias depois nas manifestações:



**Figura 7:** Semelhanças entre o comercial da Fiat e as manifestações na Av. Rio Branco no Rio de Janeiro, no dia 17.06.2013

Em circulação nas redes e na programação televisiva, a música lançada então há pouco menos de um mês em junho, após as manifestações, passou a ser regravada por outros usuários no *YouTube* e se tornou o vídeo de propaganda de carro mais visto na história do Brasil<sup>46</sup> e, além disso, se tornou a música central das manifestações, cujo refrão, “Vem Pra Rua”, se tornou uma das principais *hashtags* utilizadas, a trilha de

---

<sup>46</sup> Há um vídeo, aparentemente, realizado pela própria FIAT, que analisa o impacto da campanha “Vem Pra Rua” e relacionando ela com o contexto das manifestações, enaltecendo o caráter humano das campanhas. Curiosamente, tanto o vídeo original da canção Vem Pra Rua, quanto esse vídeo, não constam mais na página oficial da empresa: <https://www.youtube.com/watch?v=KrbTbgLJhwA> Acesso em: 22.06.2016.

muitos vídeos de usuários realizados sobre as manifestações, também uma das frases vistas em cartazes levados pelos manifestantes.

Para se ter uma dimensão do quanto a música foi utilizada nos vídeos, foi realizada uma pesquisa quantitativa através de uma amostragem ideal com os termos “Vem Pra Rua + 2013” e “O Gigante Acordou + 2013”. Através dos dados extraídos com a amostragem de 400 vídeos, um número adequado de acordo com a proporção da amostragem (SHARMA, 1996) calculada com uma margem de erro de 5% e 95% de confiança e verificação manual da presença da música nos vídeos que continham imagens das manifestações, é possível concluir que 71% dos vídeos localizados com a busca “Vem Pra Rua” utilizaram a canção, enquanto essa porcentagem representa 43% relacionado ao termo “O Gigante Acordou”.

<b>Busca de termos</b>	<b>Número de vídeos</b>	<b>Margem de Erro / Nível de Confiança</b>	<b>Amostragem</b>	<b>Vídeos com a música</b>
<b>Vem Pra Rua + 2013</b>	45.800	5% / 95%	400	284
<b>O Gigante Acordou + 2013</b>	28.200	5% / 95%	400	173

Fonte: O autor

**Tabela 5** : Dados das pesquisa com os vídeos que utilizaram a canção “Vem Pra Rua.”

O vídeo “Vem Pra Rua! Manifesto Passe Livre! 13 de Junho São Paulo”, postado dia 14 de junho, anuncia em seus caracteres iniciais “Vídeos retirados do YouTube” e faz uma compilação de outros vídeos de usuários sobre as manifestações de São Paulo realizadas no dia anterior a postagem: barricadas de policiais, manifestantes empunhando cartazes, ocupando e andando por avenidas do centro de São Paulo. Aos 0’37 segundos do vídeo, há a inserção também de um streaming realizado pela plataforma *LiveLeak* (cujo logo aparece na parte superior da tela) com um policial jogando gás de efeito moral

nos manifestantes. O vídeo também enfatiza os momentos simbólicos com as catracas pegando fogo (0”52), uma das marcas do Movimento Passe Livre (MPL), e a agressão de um manifestante por quatro policiais (1”16).

Em determinado momento, também há um *fade-out* do grave da música “Vem Pra Rua”, no qual o editor do vídeo aproveitou para inserir o vídeo de um manifestante dançando em frente da polícia e, posteriormente, escapando de uma bala de borracha atirada em sua direção (1”41). O vídeo original desse manifestante dançando foi originalmente postado com o título “Ninja Dança e esquiva de bombas na Av. Paulista durante protestos” e, originalmente, teve o acréscimo da canção de “Staying Alive” do grupo americano Bee Gees. O vídeo obteve 158 mil visualizações e foi postado pelo coletivo Mídia Ninja<sup>47</sup>. Aos 2”16 também foi utilizado um vídeo com 2.339.739 visualizações que circulou pelas redes como uma denúncia de uma ação de origem duvidosa efetivada pela Polícia Militar de São Paulo: de dentro de um prédio, um usuário conseguiu flagrar o momento exato em que um policial quebra o vidro de sua própria viatura, possibilitando o endossamento da violência dos manifestantes<sup>48</sup>. O assunto virou também um dos *Trending Topics* no *Twitter* e demandou uma explicação da entidade, que justificou explicando que “viatura já se encontrava danificada e o policial militar, no momento em que foi filmado, retirava os estilhaços que restaram no veículo<sup>49</sup>”. Nos últimos segundos do vídeo, um excerto do desenho animado do *He-Man* é inserido, no qual o protagonista do desenho “deseja a todos boa saúde e boa sorte”.

O vídeo “Vem Pra Rua – O Gigante Acordou”<sup>50</sup> inicia-se com um depoimento do governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, concedido ao *Jornal da Globo*. Na montagem, há a inserção de um ponto de interrogação grande e verde assim que o político realiza uma afirmação “a gente percebe que é um movimento político”. Após uma pausa aos 0”05, Alckmin completa a sentença com a palavra “pequeno” e insere-se

---

<sup>47</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3PwWvK2caiE> Acesso em: 17.04.2016.

<sup>48</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kxPNQDFcR0U> Acesso em: 18.04.2016.

<sup>49</sup> Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/alckmin-reafirma-carater-politico-de-protesto-diz-que-abusos-policiais-serao-investigados-8686240#ixzz4FAQf2tGy> Acesso em: 20.04.2016

<sup>50</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o38xx3yMvek> Acesso em: 20.04.2016

na edição a repetição em loop da fala “pequeno”, para exaltar o adjetivo. O *fade out* no trecho em repetição dá lugar a imagem de uma rocha se abrindo (0”08), extraída do comercial “O Gigante Acordou”: uma campanha realizada pela marca de whisky *Johnnie Walker* em 2011<sup>51</sup> e na banda sonora inicia-se a canção “Vem Pra Rua”.

O comercial da 1”00 da bebida é situado no Rio de Janeiro e inicia-se com imagens da Baía de Guanabara. Um barulho enorme irrompe e são exibidas imagens de rochas se rompendo, pássaros voando e, aos 0”15, pessoas visualizam o Pão de Açúcar se deslocando da terra em um formato humano e aos 0”22 ele realiza seu primeiro ato humanizador: deixa o teleférico nas areias de uma de suas praias. Seguem-se imagens de pessoas paradas no trabalho, no trânsito ou nas ruas intrigadas com a movimentação do “gigante de pedra” que segue andando em direção ao oceano. Aos 0”49, o gigante feito de pedra caminha em direção ao oceano e os caracteres “O Gigante Não Está Mais Adormecido” surge entre o seu caminhar, procedido dos dizeres “Keep Walking, Brazil” – um acréscimo que provoca um endereçamento aos brasileiros no slogan internacionalmente utilizado pelas empresas.



**Figura.8.** Imagens comparativas do comercial original e do vídeo realizado no You Tube

Durante o vídeo “Vem Pra Rua – O Gigante Acordou”<sup>52</sup>, há a utilização de diversas imagens das manifestações de junho captadas *Rede TVT* de São Bernardo do Campo, alternadas com trechos da propaganda da propaganda do *Johnnie Walker*. O momento final em que o gigante se ergue (exibido aqui dos 1”39 aos 2”03) é mantido até a inserção dos caracteres “O Gigante Não Está Mais Adormecido” e aparecerem, ao final,

<sup>51</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DuW1aj2s9uw> Acesso em: 21.04.2016

<sup>52</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o38xx3yMvek> Acesso em: 22.04.2016

a frase “Keep Walking, Brazil” é substituída por uma montagem com os dizeres “Keep Fighting, Brasil”, e o logo do jogador de polo andando, se torna um aglutinado de pessoas com as mãos para cima.

Nos últimos 40 segundos, após um *fade out* da imagem e do som, surge novamente uma imagem do brasão da Comissão Brasileira de Futebol (CBF) com os dizeres: “Ah, já que daqui a pouco tem futebol novamente, não custa lembrar”, prosseguido de imagens do jogador Sócrates com os dizeres “Há um tempo atrás, tinha até jogador que se preocupava com política e a repressão era muito pior”. Na imagem seguinte (2”30), aparece a imagem de homem branco com uma bandana preta na cabeça e uma bandeira do Brasil com os caracteres “E você? Está esperando o quê? Escale-se!”. Na sequência, o vídeo exibe uma imagem de alguém com uma camiseta amarela, que aparenta ser da seleção brasileira, erguida para exibir uma outra camiseta branca embaixo com os escritos “aumento da tarifa não”. Acrescida a essa imagem, há uma provocação nos caracteres: “E já que o assunto é todo mundo entrar em campo, será que Neymar Fred e Cia (que já andaram muito de ônibus) se negariam a dar essa força também?”. Por fim, o vídeo agradece a colaboração de um suposto grupo para “que o vírus da atitude consciente seja altamente transmissivo, compulsivo e latejante” e, no último segundo, exibe a “#vem para rua”.

Nos vídeos analisados, fica clara a utilização de um processo de bricolagem no qual usuários se utilizam dos mais diversos conteúdos imagéticos e sonoros, recombinaos dentro de uma lógica que configura o acontecimento discursivo daquele momento: esses enunciados fragmentados dão forma a novas formas de enunciações transmídiaicas entre as plataformas. A utilização massiva da música “Vem Pra Rua” como uma trilha sonora oficial das manifestações, assim como a utilização das imagens da propaganda de whisky, mostram de maneira pragmática, como as práticas de ativismo e o consumo midiático se configuram em uma “zona cinzenta” formada pela convergência cultural nas plataformas, um espaço que envolve uma intersecção entre a cultura participativa, o remix e inteligência coletiva com o que é conhecido como a indústria cultural e práticas de concentração de lucro e homogeneização. (MASSAROLO, 2015).

Ao observar os vídeos, também é notório um certo tom “eufórico”, como a enunciação de que está se vivenciado no Brasil um processo inédito que se iniciou, no qual qualquer um, pode e deve participar, pois dali em diante serão novos tempos. Ao notar a utilização das cores verdes e amarelas, a própria ideia do “Gigante Que Acordou”, presente no hino nacional e reforçada por vídeos como o da campanha do whisky *Johnnie Walker*, esses elementos ajudam a construir um senso de comunidade reencontrado na crise: em meio ao caos, os vídeos sugerem que os brasileiros encontraram uma forma de se unir e que assim precisam continuar para que as mudanças se efetivem. Vídeos filmados dentro da Estação de Metrô Pinheiros<sup>53</sup> em São Paulo mostram uma mistura de trabalhadores e manifestantes cantando mantras como “O Povo Acordou”, “Eu sou brasileiro com muito orgulho / com muito amor” e um hino nacional cantado por uma polifonia de vozes que, em dado momento, entra em sintonia. Cada localidade acaba incorporando sua forma de manifestação, como no Rio de Janeiro: há um vídeo compilado de 4 minutos com diversos mantras de manifestação, chamados de “Hits”<sup>54</sup>. As pautas vão desde gritos contra a mídia “sem jornalismo!”, endereçamentos a políticas e ativistas “Não, não, não me representa!” ou até mesmo contra partidarismos “1,2,3,4, 5000, a única bandeira que eu levanto é do Brasil!”.

Os vídeos com fragmentos acabaram se tornando uma forma de defesa e denúncia dos manifestantes contra a violência praticada pelos policiais. Ainda que os vídeos no *YouTube* não fossem transmitidos ao vivo, a postagem realizada horas depois dos ocorridos ainda conseguiam servir para fornecer outras versões dos fatos e também de certa forma, realizar um “aumento de habilidade das pessoas acessar e coletar dados sobre seus vigilantes e neutralizar a vigilância” (MANN; NOLAN; WELLMAN,2003). A filmagem do policial quebrando o próprio vidro do carro (utilizada no primeiro vídeo analisado), a ligação de um policial em Salvador (BA) pedindo reforços para que os policiais que viessem pudessem “quebrar o pau”<sup>55</sup> e a identificação de policiais

---

<sup>53</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yE506W00RfI> Acesso:21.05.2016.

<sup>54</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9orOOES7dMQ> Acesso: 21.05.2016.

<sup>55</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xzwd2OnDBX0> Acesso em: 05.05.2016

infiltrados<sup>56</sup> (conhecidos como P2) em Recife (PE), se tornam arquivos e conteúdos a favor dos usuários, para que eles possam monitorar as práticas daqueles que estão a serviço para garantir o controle das manifestações.

Um vídeo de uma mãe incitando a filha de pouco mais de dois anos de idade a dizer “Vem Pra Rua”<sup>57</sup> também demonstra como as manifestações e as práticas midiáticas nesses acontecimentos criaram um caráter pervasivo desses conteúdos, no sentido que ele infiltra o cotidiano e passa a ordenar certas relações de acordo um usuários que se sentem à vontade para “reajustar as mensagens conforme suas necessidades informativas” (JENKINS, 2014, p. 304). O vídeo “Vem Pra Rua – O Gigante Acordou” também mostra como as manifestações transitam em torno de uma grande gama de assuntos, quando no final, através de suas imagens, o vídeo realiza um questionamento a respeito das opiniões políticas dos jogadores de futebol, contextualizando a Copa das Confederações a Copa do Mundo que, naquele instante, eram eventos eminentes.

Nesse processo em que as mais diversas matrizes discursivas se fundem, muitos usuários, devido ao próprio acontecimento e aos potenciais de mobilização existentes ali no momento, resolveram formar grupos que pudessem sistematizar e potencializar a criação de conteúdos e fornecer, de maneira mais clara e organizada, informações sobre os acontecimentos ou correções e novas perspectivas dos acontecimentos ocorridos nas redes.

## **2.6 A visibilidade da mídia alternativa: usos e interações entre plataformas**

Como observado através da coleta de vídeos do *YouTube*, a grande quantidade de material encontrado expressa a cristalização de uma cultura participativa catalisada por práticas ativistas, cuja produção enseja, além de registrar o momento, fazer com que esses conteúdos criem, de alguma forma, um impacto no contexto de crise instaurado naquele mês de junho. Em um momento em que o governo e a grande mídia estavam sendo questionados das mais diversas formas, é instaurado um ambiente propício para a criação

---

<sup>56</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=or63xUttMHI> Acesso em: 05.05.2016

<sup>57</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MnnaV3fkn-4> Acesso: 06.05.2016

de novas mídias alternativas, assim como algumas que já existem passam a ganhar uma grande visibilidade.

Como será verificado, esses grupos de mídia alternativa muitas vezes se identificam ou são entendidos como “coletivos”. Na definição de Martins, os coletivos são “indivíduos que trabalham em conjunto, em caráter permanente ou temporário e sem estabelecer hierarquias internas, em torno de um projeto em comum, que costuma ser artístico ou político” (MARTINS, 2014, p.93). Historicamente, essa noção de “coletivo” surge como um elemento contracultural em meados do século XX no campo das artes, uma vez que esse era o termo utilizado para denominar um trabalho em conjunto de um grupo de artistas e ou ativistas. Elementos como a instabilidade, a autossuficiência, a crise e a experimentação também seriam características próprias de um coletivo (RESENDE e SCOVINO, 2010), uma vez que sua formação não é institucional e, na maioria de suas ações, não existe um propósito específico de fins lucrativos ou regidos por contratos de trabalhos.

No contemporâneo, a ideia do coletivo se torna uma tentativa de atribuir uma identidade a sujeitos que atuam e produzem em função uma rede de afinidades, de forma muito similar às ações de consumo e produção dos fãs. No cenário de transições e inconcretudes promovido pela convergência midiática, esses coletivos de mídia alternativa e suas atuações nas redes, se constituem através de uma série de práticas de ativismo em suas produções de conteúdo, que poderiam ser utilizadas também para os mais diversos fins.

Raspe um ativista e você está apto a encontrar um fã. Não é nenhum mistério o porquê: o fandom proporciona um espaço para explorar os mundos fabricados que operam de acordo com diferentes normas, leis e estruturas do que aqueles que vivenciamos em nossas vidas "reais". Fandom requer também relações com os outros: outros fãs com quem partilhar interesses, desenvolver redes e instituições, e criar uma cultura comum. Esta capacidade de imaginar alternativas e construir uma comunidade, não por coincidência, é um pré-requisito básico para o ativismo político (DUNCOMBE, 2012, p.1).

Ao seguir os rastros e as associações (LATOURE, 2012) criados por esses coletivos de mídia alternativa nas redes, é possível verificar uma série de fatores a respeito de suas atuações. A primeira delas: a plataforma *Facebook* foi largamente utilizada por esses

grupos durante as manifestações de 2013 por uma série de motivos. Além de possuir cerca de 76 milhões de usuários no país em 2013<sup>58</sup>, mais da metade desses o acessava através de dispositivos móveis: o que permitia também a publicação de filmagens, fotografias e textos em tempo real nas manifestações, além do compartilhamento de outras publicações. A função de criar eventos disponibilizada para usuários e páginas, também facilitava a divulgação dos atos, pois além de organizar visualmente informações como o horário, local, os objetivos e trajetos, ela permite a visualização de quem e quantos usuários manifestaram interesse em participar e convidar novos – o que desencadeia um processo de propagação do evento. Diversos deles foram criados no Brasil<sup>59</sup> e no exterior<sup>60</sup> durante o período de junho e ajudaram a circular debates sobre as pautas das manifestações, novos eventos e a circulação de conteúdos (MURIANA ; MARCIEL; GARCIA, 2013)

Aproveitando-se do grande fluxo de usuários e da rapidez para poder criar uma página própria, diversos coletivos surgiram ou ganharam visibilidade no período, ao realizar uma cobertura em tempo real dos acontecimentos nas ruas, utilizando o *Facebook*, integrado estas páginas a outras plataformas como *Twitter*, *LiveStreaming* e *Twitcasting*. A rede social *Facebook* também possibilita a postagem de vídeos em sua plataforma e, apenas em 2014, as visualizações de vídeos chegaram a cerca de 13 bilhões<sup>61</sup>.

Através de uma coleta de dados, foram identificadas as páginas do *Facebook* com o maior número de seguidores e com uma atuação intensa na cobertura dos

---

<sup>58</sup> Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/paywall/login.shtml?http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/08/1326267-brasil-chega-a-76-milhoes-de-usuarios-no-facebook-mais-da-metade-acessa-do-celular.shtml> Acesso: 24.05.2016

<sup>59</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/events/504106012976017> Acesso: 22.04.2016.

<sup>60</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/events/183382041822867/> Acesso: 02.05.2016.

<sup>61</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/10/nos-eua-videos-do-facebook-no-pc-ja-sao-mais-vistos-que-os-do-youtube.html> Acesso: 22.07.2015

acontecimentos em 2013. Muitas delas se identificavam como um “coletivo” ou indicando seu caráter “colaborativo” de produção independente de “conteúdo”, “jornalismo” ou “ativismo”. É possível observar que muitas desses coletivos iniciaram as atividades em meio às próprias manifestações em junho produzindo conteúdo de texto, fotografia, vídeo e *streaming*. Páginas como o “Black Bloc RJ” e “Protesto Não Para”, embora não se identifiquem como mídias alternativas ou ativistas, também postavam fotos das manifestações em tempo real ou ajudavam a divulgar links de outros coletivos de mídia.

<b>Página do Facebook</b>	<b>Seguidores</b>	<b>Início de Atividades</b>	<b>Descrições</b>
<b>Mídia Ninja</b>	905.115	Abril de 2013	“Somos a Mídia NINJA - Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação.”
<b>Coletivo Projetação</b>	26.212	Junho de 2013	“Somos um coletivo que investe na ocupação de espaços públicos como forma de expressão política”
<b>BH nas Ruas</b>	87.384	Junho de 2013	“Cobertura colaborativa das manifestações populares em Belo Horizonte. A revolução será filmada por você. #bhnasruas”
<b>Rio na Rua</b>	21.189	Junho de 2013	“Cobertura colaborativa e independente das manifestações no Rio de Janeiro”.
<b>Coletivo Nigéria</b>	12.889	Março de 2011	“Nigéria é coletivo de videomakers e produtora audiovisual”

<b>Black Bloc RJ</b>	95.590	Junho de 2013	“Black bloc é o nome dado a uma estratégia de manifestação e protesto anarquista, na qual grupos de afinidade mascarados e vestidos de negro se reúnem com objetivo de protestar”
<b>Mariachi</b>	122.980	Junho 2013	“O Mariachi é um coletivo anarquista de midiativismo, fundamentado no princípio da liberdade individual e na busca pela emancipação”
<b>Coletivo Carranca</b>	10.270	Junho 2013	“Coletivo de produtores de conteúdo independente. Mande seu conteúdo e sugestão de pauta”
<b>Protesto Não Para</b>	7.320	Junho 2013	O grupo “Protesto Não Para”, tem por objetivo primordial, manifestar a vontade do povo, apontando erros de gestão da Administração Pública, e todo e qualquer tipo de corrupção cometida nas esferas do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, apontando ainda, propostas para a solução de tais problemas.
<b>Mídia Independente Coletiva (MIC)</b>	81.745	Junho 2013	Reunião de cidadãos, jornalistas e documentaristas para divulgação da realidade coletiva. Em busca do fato, da justiça social e do bem comum.

Fonte: O Autor.

**Tabela 6:** Tabela mostra a compilação das principais mídias alternativas que atuaram em junho 2013.

Ao analisar o trabalho do coletivo *Rio na Rua* e sua atuação nas redes, Martins (2014) demonstra como a organização e colaboração intensa entre muitos desses grupos é um fator primordial para a atuação de cada um, pois muitas vezes os coletivos precisam de apoio mútuo, material, presença física e ajudam a divulgar conteúdo entre si, propagando algumas mensagens importantes. Para isso, diversos membros de outros coletivos, como o *Mídia Independente Coletiva (MIC)* e o *Coletivo Carranca*, mantinham um chat fechado em plataformas de chat para poderem se manter informados e atualizados de uma maneira horizontal, assim como também recebiam denúncias colaborativas, fotos, vídeos e outros materiais. Para se proteger de eventuais riscos nas manifestações como qualquer eventual prisão ou violência sofrida por seus integrantes no Rio de Janeiro, o coletivo também mantinha um chat aberto no *Whatsapp* e, depois, substituído pelo *Telegram* (uma plataforma bastante utilizada por ativistas devido a segurança que oferece), com o Instituto de Defesa dos Direitos Humanos (IDDH).

Outro aspecto a ser observado em relação a esses coletivos de ativismo midiático é a sua presença em múltiplas plataformas como uma normativa. A busca por uma certa integração entre essas plataformas e quantidade do conteúdo produzido e ordenado se tornam dependentes da quantidade de indivíduos envolvidos na rede e na definição do papel de atuação de cada um deles. Coletivos como o *Rio na Rua* e a *Mídia Ninja*, por exemplo, possuíam, além de páginas no *Facebook*, um canal no *YouTube*, perfil no *Twitter* e canais no *Twitcasting* para realizar as transmissões ao vivo das manifestações.



**Figura 9:** Postagem realizada no momento da prisão do integrante da Mídia Ninja.

Na figura 9 vemos uma postagem realizada pelo coletivo *Mídia Ninja* no momento em que um de seus integrantes foi preso pela PMERJ (Polícia Militar do Rio de Janeiro). Intimidado pela polícia, o integrante do coletivo não parou de realizar a filmagem no canal do *Twitcasting*<sup>62</sup> em streaming<sup>63</sup> e, assim que entrou no veículo para ser encaminhado à delegacia, outro integrante realizou uma foto publicada na página do *Facebook*<sup>64</sup> da *Mídia Ninja*. Além disso, a ação foi acompanhada por centenas de outros manifestantes que também produziram vídeos para o *YouTube*<sup>65</sup> no momento da prisão do manifestante. A presença de *prints screens* com frames dos vídeos ou outras fotos em alta resolução das mesmas ações em postagens no *Facebook* revelam a sistematização de uma ação mobilizada em rede para poder efetivar a transmissão do *streaming* ao vivo, assim como, também estimular sua propagabilidade (JENKINS et al, 2014) através das plataformas existentes.

Plataformas como *Twitcasting* e o *Livestream* foram utilizadas com frequência por esses coletivos e também possibilitaram uma perspectiva diferenciada dos acontecimentos em relação à grande mídia. Ao contrário das imagens exibidas em telejornais, em que se faz necessária a existência de um apresentador, um repórter, um âncora ou uma voz *em off* para mediar as imagens, no *streaming* realizado pelo celular há uma ausência de um corpo presente em frente das imagens para coordená-las, pois este opera o dispositivo para que ele possa ser testemunha dos acontecimentos na captura de

---

<sup>62</sup> Esse vídeo editado da transmissão em streaming, demonstra o momento exato da prisão do integrante da Mídia Ninja. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=aDO6tr6kgAk> Acesso em: 27.06.2016

<sup>63</sup> Vídeo integral do momento da prisão: <http://twitcasting.tv/phillipex7/movie/15939190> Acesso em: 27.06.2016

<sup>64</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/midiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/206821286142691/?type=1&permPage=1> Acesso em: 27.05.2016

<sup>65</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SIINOilQ68o> Acesso em: 27.06.2016

“uma imagem que ateste um dado da realidade e que seja crível em sua indicialidade, independente de ser produzida conforme os cânones jornalísticos” (ALZAMORA, 2012, p. 95-96). O momento da prisão de um dos membros da *Mídia Ninja* enquanto esse realizava o *streaming*, expõe exatamente a medida desse comprometimento de quem está gerando a imagem: a transmissão ocorre até dentro da delegacia e é interrompida quando ele é impedido de filmar por estar preso.

Dotadas de uma resolução baixa, áudios que variam de volume a todo momento e uma continuidade que depende da qualidade da conexão oferecida pelos sinais de *wi-fi* abertos ou pelos 3G de suas respectivas operadoras, transmissões de *streaming* são instáveis, efêmeras e não se configuram por sua qualidade, mas sim pela potência em sua enunciação. Essas imagens exprimem o que Jost (2007) nomeia como “imagens violentas” ao debater sobre a linguagem telejornalística. As transmissões em *streamings* seriam responsáveis por um choque de percepção que revela a experiência de quem opera essas imagens, permitindo ao espectador “viver o acontecimento, porque ela constrói, por sua enunciação, uma humanidade atrás da câmera” (JOST, 2007, p.101).

A percepção de que existe alguém por trás da câmera encontra também paralelos diretos com os princípios básicos do que seria o *Cinema Verdade*. Esse tipo de cinema ganhou um grande aporte por meio de cineastas como Jean Rouch e o seu filme *Crônicas de um Verão* (1961), realizado em parceria com Edgar Morin. Seus princípios estéticos surgiram justamente como um contraponto ao *Cinema Direto*, que através de representantes como o russo Dziga Vertov e o americano Robert Flaherty, tentam capturar a imagem da forma menos intervencionista possíveis. Muito ao contrário, o *Cinema Verdade* é exposto às “pressões do real” (COMOLLI, 1969), contando com imagens que cedem as intervenções do realizador e desenham seu distanciamento de uma realidade irretocável.

Através da entrevista/depoimento, procedimento estilístico até então pouco explorado no documentário, escancara-se uma nova dimensão do transcórrer na tomada e no plano posterior: a fala. A grande e revolucionária contribuição de “*Chronique d'un été*” para a história do cinema é a descoberta da fala, da fala provocada pela entrevista, como elemento dramático dialógico, abrindo espaço para uma nova intervenção do “sujeito-da-câmera” na tomada. (RAMOS, 2008, p. 320)

O *Cinema Verdade* também exerceu influência em um formato televisivo de reportagens que começou a ser aplicado na década 1970 em países como EUA e Canadá por meio da presença de um repórter que, simultaneamente, efetivava o papel de câmera. De acordo com Thomaz (2007), este formato também chegou no Brasil com a *TV Gazeta* em 1987, e estes profissionais responsáveis pela filmagem e pela entrevista foram apelidados de “repórter abelha”. As reportagens eram dotadas planos fechados e close nos entrevistados, além de passagens sem microfones e a presença de um som ambiente e ruídos como “função primordial como registro descritivo, pois complementam a informação da imagem e agem como efeito de realidade” (THOMAZ, 2007, p.97). Devido à falta de recursos e de funcionários para poder editar esse material, o material exibido pela emissora era recheado de longos planos-sequência.

O recurso do plano-sequência no cinema é muitas vezes utilizado para simular dentro da narrativa, um efeito de realismo ao operar um deslocamento da câmera pelo espaço e pelo tempo. Ao tratar do tema, o cineasta italiano Passolini cita o plano da filmagem do assassinato de Kennedy, feito incidentalmente pelo câmera Abraham Zarpruder, como o “mais característico plano-sequência possível. O espectador-operador, de fato, não realizou quaisquer escolhas de ângulos visuais: filmou simplesmente do lugar onde se encontrava, focando no plano o que o seu olhar – mais do que a objetiva – via” (PASOLINI, 1967, p.193).

Ao abordar a questão do filme Zarpruder, Manuela Penafria, observa a problemática dessas afirmações sobre o recurso, pois “a tentativa de registrar a verdade de um acontecimento com um plano-sequência é a tentativa utópica de mostrar a totalidade do acontecimento menosprezando que se registra a partir de um ângulo de cada vez, e que por isso é um registro incompleto”. (PENAFRIA, 2003, p.11 ) No entanto, no caso das imagens feitas pelas indivíduos via *streaming* que emergem a partir dos acontecimentos, elas aparentam se assumir como incompletas e, nesse processo, atendem às demandas emergenciais de uma rede que espera sua existência e a disponibilidade de seu acesso nas mais diversas plataformas. Ao analisar o caráter fílmico das imagens feitas em *streaming*, Ivana Bentes faz a seguinte observação.

As emissões são singulares como o próprio imprevisível dos acontecimentos nas ruas e ao mesmo tempo fazem emergir figuras de linguagem, gestos e atos cinematográficos recorrentes: uma instável câmera subjetiva, câmera cega, o oscilante dispositivo de câmera/celular anômala, narração em direto imprevisível, autoperformance, plano-sequências extensos, edição na própria câmera. Arriscaríamos dizer que nessas imagens a estética pode ser pensada como um “resto”, o que sobra, o que sobrevive de uma intensa intercomunicabilidade expressiva. (BENTES, 2014, p. 333)

Inseridas na plataforma *Twitcasting*, as transmissões do *Mídia Ninja* permitem que os usuários façam seu login com o *Facebook* ou o *Twitter*, assistam o vídeo e interajam com quem está filmando no *smartphone*, revelando assim um “processo de engajamento da audiência conectada na construção de um discurso compartilhado entre a emissão audiovisual e as redes sociais alavancadas por ela” (d’ ANDREA, 2014, p.13) Na transmissão<sup>66</sup> realizada em julho de 2013 com mais de 3 horas de duração, os usuários interagem das mais diversas formas: criticam o câmera/manifestante porque ele pegou um taxi “BURGUIESIA INDU (sic) DE TAXI POVAO DE BUSÃO”, dão dicas sobre como manter a bateria funcionando “carrega a bateria no pda do taxista (sic)” e também dão indicações para onde outros integrantes da *Mídia Ninja* estão se dirigindo “ninjablek foi para ocupa cabral com o bb”.



<sup>66</sup> Disponível em: <http://us.twitcasting.tv/midianinja/movie/16489124> Acesso: 29.04.2016

**Figura 10:** Print do perfil da Mídia Ninja na plataforma Twitcasting: no lado direito direito da imagem é possível visualizar, os usuários se comunicando entre si e também com quem está operando a transmissão.

Para efetivar as pesquisas com os canais *streaming* foram pesquisados os termos “Manifestações 2013”, “Protestos 2013” e “Vem pra Rua” nas principais plataformas existentes, a saber *Ustream, Bambuser, Livestream e o Twitcasting*. Considerando apenas os vídeos publicados entre junho e julho de 2013, neste caso, apenas a última plataforma apresentou uma quantidade de dados relevantes e, também, revelou a existência de uma grande predominância de perfis relacionados com a *Mídia Ninja*.

<b>Canais</b>	<b>Número de Transmissões</b>
<b>Rj na Rua</b>	26
<b>Olho na Rua</b>	68
<b>Midiablogrocih</b>	9
<b>2v180283723</b>	3
<b>Adesinformacao</b>	3
<b>VempraRuaColati</b>	1
<b>VempraruBrasil</b>	2
<b>Vempraruaitu</b>	12
<b>Vempraruaoovivo</b>	4
<b>Mídia Ninja</b>	140
<b>Mídia Ninja N NIAMA</b>	4
<b>Midia Ninja nit</b>	7
<b>Mídia Ninja RN</b>	8
<b>Mídia Ninjacachu</b>	9
<b>Mídiaininja_join</b>	4

Mídia Ninja IOS	49
Mídia_Ninja_SSA (46)	36
mídiaNINJA_PA	48
Midianinja_go	40
Midianinja4_rj	17
Midianinja_bsb2	8
Midianinja_bsb3	9
Midianinja_bsb	13
Midianinja_sul	39
Mídia Ninja Horto	4
Mídia Ninja PE	7
Mídia Ninja_mg	58
Midianinjasp	14
Midianinja3_rj	27
MídiaNINJA_SP	18
Midianinjars	48
Midianinja_rj	94

**Tabela 7:** Relação de transmissões ao vivo em *streaming* com o nome Mídia Ninja

O resultado expressivo dos canais de transmissão de *streaming* da *Mídia Ninja* assim como o grande número de seguidores no *Facebook*, o número de inserções na grande mídia (374<sup>67</sup>) entre o período de junho e junho e a produção acadêmica sobre o

---

<sup>67</sup> Número verificado através da clipagem efetivada pela *Mídia Ninja* cedida ao pesquisador.

tema (mais de 140 artigos relacionados<sup>68</sup>) revelam uma parcela do impacto e da atuação que o grupo teve no período. Sua produção intensa de conteúdos em várias plataformas também propiciou que o coletivo criasse diversas formas de contato com a grande mídia: fatores que serão analisados no capítulo seguinte para estabelecer um painel mais detalhado dessas interações a fim de corroborar para a construção de um acontecimento discursivo transmídia.

---

<sup>68</sup> Pesquisa realizada com o termo “Mídia Ninja” no Google Acadêmico em 20.05.2016.

## Capítulo 03 Sinergias e dissonâncias

### 3.1 Mídia Ninja: estrutura e atuação

Para que seja possível compreender a *Mídia Ninja* é necessário, primeiramente, analisar a estrutura da rede principal que a concebeu e que serve até hoje de sustentação para a sua atuação: o *Fora do Eixo*. Como explicitado no capítulo anterior, a *Mídia Ninja* atingiu um papel relevante dentro da esfera comunicacional no contexto das manifestações de junho e julho de 2013, mas essa atuação organizada, dinâmica e coordenada é fruto de uma atividade em rede com mais de uma década de práticas e experiências.

O *Fora do Eixo* nasceu em uma iniciativa conjunta de entusiastas das artes, comunicadores e artistas que procuravam uma alternativa para exercer suas funções e promover a cultura em um cenário que, inicialmente, encontrava-se distante do eixo Rio-São Paulo. A primeira experiência surgiu do coletivo Espaço Cubo em Cuiabá (MT), um lugar que, na definição de Rodrigo Savazoni, pode ser descrito como “uma mistura de república estudantil (..), produtora cultural e agência de publicidade jovem” (SAVAZONI, 2014, p.21). Dentro desse período embrionário, o Espaço Cubo desenvolveu uma moeda própria (*Cubo Card*), articulou e trocou práticas com produtores de Rio Branco (AC), Uberlândia (MG) e Londrina (PR) para a realização de um festival de música colaborativo de música chamado *Grito Rock*.

Esses contatos com diversas cidades e produtores, tornaram possível a disseminação das práticas do *Fora do Eixo*, criando casas coletivas, nas quais seus agentes eram também moradores, responsáveis por efetivar diversas atividades que garantam a subsistência da casa: prestação de serviços diversos como autônomos, eventos culturais, venda de produtos culturais (merchandising de bandas, CD, DVD, livros e outros) desenvolvimento de projetos para editais de cultura e outras atividades baseadas na troca. O espaço é multifuncional para poder hospedar artistas, ativistas, comunicadores e serve também para agregar eventos, possibilitando promover a cultura local assim como viabilizar a circulação de artistas do Brasil e de outros países. A rede se declara

desde o princípio “uma organização voltada a construção de políticas públicas, em especial no campo cultural” (SAVAZONI, 2014, p.31)

Um dos aspectos mais valorizados pelo próprio *Fora do Eixo* é o estímulo às práticas colaborativas e ao compartilhamento de saberes na rede. Como muitos integrantes buscam adentrar na rede como uma alternativa de vida que não esteja relacionada ao mercado de trabalho e o universo acadêmico, as práticas de aprendizado e de organização de trabalho são sistematizadas por planilhas, arquivos, textos e outros materiais de acesso aberto para que todos os membros possam ter acesso e alimentar esse banco (chamado por seus integrantes de TEC, numa abreviação de Tecnologia Social).

Ao definir um perfil para os integrantes do Fora do Eixo, Fonseca (2015) observa que ele “são universitários, ex-estudantes que abandonaram o curso ou recém-formados nas áreas de Comunicação, Humanidades ou Ciências Sociais que, desiludidos com o mercado de trabalho” (FONSECA, 2015, p. 100). Além disso, são promovidos encontros regionais e nacionais entre os coletivos parceiros e envolvidos, eventos nos quais essas práticas também são discutidas e novas formas de funcionamento são propostas. Toda essa frente de conhecimentos e sistematizações é chamada de Universidade Fora do Eixo (UniFDE) e também conta com professores, ativistas e parceiros que concedem sua colaboração intelectual à rede.

André Fonseca (2015) observa que a organização passou a chamar atenção por dialogar com os três setores, atingindo instâncias governamentais, empresas e fundações, e, por isso, se tornou um exemplo de um modelo estratégico colaborativo. Ao mesmo tempo, Fonseca observa que as relações de trabalhos colaborativas e não regidas por leis institucionais, geram estruturas sensíveis em que o poder entre os indivíduos que adentram rede se manifesta através de uma violência simbólica. Parte desses discursos e críticas advindos de outros movimentos do sociais na esquerda, enxerga na prática e no discurso um “projeto liberal da desregulamentação trabalhista, contrária às conquistas históricas das lutas dos sindicatos de trabalhadores e condizente com a lógica patronal de precarização do trabalho – uma prática de exploração comum em empresas tradicionais no campo.” (FONSECA, 2015, p.103).

No texto “O Comum e a Exploração 2.0” a rede Universidade Nômade faz uma avaliação crítica sobre o trabalho e modo de organização do Fora do Eixo ao analisar a atuação do coletivo no 3º Fórum de Mídias Livre. Ao abordar, primordialmente, a questão do trabalho, o artigo ataca que a convergência proposta pelo coletivo parece conduzir o grupo a uma busca inesgotável por dominações em diferentes esferas ao adotar o discurso do “all-in”, ou seja, uma ação que permite formar, sem filtros, novas redes e parcerias de fontes privadas e públicas questionáveis.

Não à toa, num Fórum de Mídias Livres e no Fórum Social em geral, o extremo pragmatismo de seus membros em contornar debates para concentrar-se nas pautas do próprio grupo e suas possíveis convergências (parcerias e negócios). Atualizando o par estratégia/tática, o FdE não cansa de esclarecer que mantém a hegemonia sobre suas composições com grupos estatais ou privados: o MinC, a Petrobrás, o Itaú Cultural, a Coca-Cola etc, pois estaria “hackeando” essas instituições menos do que sendo “hackeado” por elas. Novamente, neste âmbito, o FdE lembra tanto uma vanguarda leninista (na luta expansionista por hegemonia), quanto uma multinacional (na luta expansionista pelo controle dos mercados). (UNIVERSIDADE NÔMADE, 2012)

O site Passa Palavra também assinou uma crítica coletiva analisando a atuação do grupo como de uma elite arcaica no poder, um residual que aparece na ascensão do PT ao governo e na liquidação de uma oposição ao governo, seja de direita ou de esquerda. Na concepção do grupo, isso deu espaço a uma espécie de esquerda acrítica que incorpora valores sustentáveis e de movimentos sociais, para poder reciclar seu papel de uma nova elite governista.

Eles se apropriam da comunicação para se projetarem, capturar o “status” de organizadores e depois capitalizar esse público em seu circuito comercial. Esse método difere, por exemplo, de uma campanha do PT ou PSDB, pois não utiliza força de trabalho assalariada para construir sua base social. As ações do Fora do Eixo são a propaganda da organização para o alargamento do mercado e a manutenção de atividades gratuitas para angariarem simpatizantes. (PASSA PALAVRA, 2013, p.39-40)

Em um congresso realizado no Acre em 2009, a rede entrou em consenso sobre um modo de organização político e o outro estrutural que sistematizam todas as atividades<sup>69</sup>. Nesse ponto, não nos cabe explorar todo ele, mas sim observar as quatro frentes denominadas como simulacros: Universidade, Banco, Partido e Mídia.:

---

<sup>69</sup> Disponível em: <http://foradoeixo.org.br/historico/modos-de-organizacao-2/> Acesso em: 14.02.2016

Os Simulacros Fora do Eixo (Partido, Universidade, Banco e Mídia) tem como objetivo disputar o modelo de sociedade em que vivemos, apresentando como propostas concretas de reorganização das estruturas econômicas, políticas e sociais. O simulacro não representa um modelo de total semelhança, para que não seja impossível a novidade e a diversidade dentro dele, mas sim “destruir os modelos e as cópias para instaurar o caos (organizado) que o mesmo cria.”<sup>70</sup>

Como é possível observar, a mídia está inserida nessa área em que visa “disputar o modelo de sociedade” e é dela que viria o projeto embrionário da *Mídia Ninja*, o acrônimo de *Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação*. De acordo com Bruno Torturra<sup>71</sup>, um dos criadores e hoje desvinculado dela, o nome veio da necessidade de expor a questão narrativa e procurar não ser caracterizado como um núcleo, assim como a criação de algo que possibilitasse criar uma “relação mais aberta e mais clara do ativismo com o jornalismo”<sup>72</sup>.

Como grande parte dos coletivos dispostos pelo país era composta ou tinha contatos com agentes responsáveis pela geração de mídia na cobertura de eventos, shows, transmissões ao vivo de debates e outras atividades (além de ser utilizada para gerar uma capacidade de mobilização em pautas que o *Fora do Eixo* mostrava interesse), o processo de divulgação das ações da *Mídia Ninja* às casas coletivas e outros parceiros do FDE não era considerado pela rede um desafio. Sendo assim, em parceria com outros comunicadores, a rede começou a realizar transmissões de debates por meio do site denominado como *PósTv*, efetivou a transmissão móvel da *Marcha da Liberdade* em 2011 - entre outras ações. No começo de 2013, a *Mídia Ninja* deu início às suas atividades, cobrindo o julgamento do assassinato de um casal de ambientalistas em Marabá (PA).

---

<sup>70</sup> Disponível em: <http://foradoeixo.org.br/glossario-fora-do-eixes/> Acesso em: 14.02.2016

<sup>71</sup> “Uma amiga nossa, Debora Pill (produtora cultural), sugeriu ninja, pois achava que o nome deveria ter apelo internacional. Na época, demos a sigla a denominação “Núcleo Independente de Jornalismo e Ação”. Mas depois consideramos que não fazia o menor sentido falar em núcleo, pois somos justamente o oposto, um grupo pulverizado. Então, mudamos para Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação, pois a questão da narrativa é super importante para nós. PINHEIRO, Marcelo, Baixa resolução e alta fidelidade URL: <http://www.revistabrasileiros.com.br/2013/08/21/baixa-resolucao-e-alta-fidelidade/> Acessado em: 16.08.2013

<sup>72</sup> Depoimento de Bruno Torturra (LORENZOTTI, 2014, p. 11)

De acordo com a entrevista com Rafael Vilela (2015), membro e fotógrafo da Mídia Ninja, “cada vez mais nas reuniões entre os coletivos, ficava claro que tínhamos que entrar na disputa da narrativa com o jornalismo. (...) No entanto, chegou a avalanche de junho e passamos a operar esse lógica em modo *on demand*”<sup>73</sup>. Nas primeiras manifestações ocorridas em junho em São Paulo, os agentes responsáveis pela mídia da *Casa Fora do Eixo São Paulo* passaram a realizar cobertura postando fotos acrescidas de relatos longo na página da *Mídia Ninja* em tempo real, utilizando máquinas fotográficas e um *notebook* cujo acesso à internet se dava por meio de *Wi-Fi* abertos (uma ação estimulada por diversos coletivos nas redes) ou por um aparelho 3G. Com a quantidade das manifestações se multiplicando, assim como o aumento dos atos de repressão pela polícia contra a ação dos manifestantes, a necessidade dos registros das manifestações se tornaria uma condição *sine qua non* para se estar na rua e as transmissões ao vivo e em movimento, pelo *Twitcasting*, aparentam responder bem as necessidades de vigiar e ser vigiado. (BRUNO, 2013)



**Figura 11:** Gráfico extraído da página do Facebook da Mídia Ninja em 30 de junho mostra crescimento dos seguidores para 249,697 usuários após meados de junho.

Como alega Jenkins sobre os critérios da propagabilidade, os conteúdos se tornam mais facilmente circuláveis quando possuem um “fluxo regular de material” e que “atraia a mais do que um público alvo” (JENKINS et all, 2014, 246-247). A *Mídia Ninja* realizava postagens diárias dentro desses critérios de forma coordenada e advinda de

<sup>73</sup> Entrevista concedida ao pesquisador em 17.07.2015.

diversos lugares do Brasil. As manifestações atingiam mais de centenas de cidades e as pautas interessavam a milhares de habitantes, assim como a produção de textos, fotos e, posteriormente, vídeos eram constantes em sua página do *Facebook*. Em uma coleta de dados da página do *Facebook* da *Mídia Ninja*, realizada entre os dias 06 de junho e 31 de julho de 2013, foram localizadas 1108 postagens próprias (sem contar compartilhamentos de outras páginas) com fotos ou links para vídeos sobre as manifestações. No dia mais ativo da página, 11 de julho, a *Mídia Ninja* efetivou 74 postagens sobre as manifestações no Brasil. De acordo com uma *clipagem* de links, vídeos e *prints* de matérias impressas realizada por um agente da *Mídia Ninja*, somente no mês de junho e julho, foram realizadas 374 matérias em veículos de mídia tradicionais e alternativos diversos no Brasil e mundo.

A experiência da *Mídia Ninja* alçou o Fora do Eixo a um patamar visibilidade que a entidade jamais recebera. Para as casas FdE, a orientação foi construir núcleo NINJA, com vistas a garantir a cobertura dos protestos a nível nacional. Com isso, conseguiram destacar repórteres com dedicação exclusiva em São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Fortaleza, Porto Alegre e Salvador. O fenômeno da ocupação de assembleias legislativas e câmaras dos vereadores foi intensamente postelevisado, bem como as assembleias populares e as marchas, do Rio Grande do Sul ao Amapá, passando por cidade de médio e pequeno porte onde o FDE se faz presente. (SAVAZONI, 2014, p. 129)

Iniciadas no dia 27 de junho por uma conta no *Twitcasting*, as transmissões ao vivo também corroboraram para ampliação da atuação da *Mídia Ninja*. Como demonstrado na coleta de dados da tabela 4, de um canal oficial para veiculação de transmissões ao vivo, surgiram outros 22 perfis de canais responsáveis por fazer durante o período de junho e julho de 2013, 561 transmissões via *streaming*. Como alega Christian Braga<sup>74</sup> (2015), membro da *Mídia Ninja*, a grande maioria desses canais não tinham nem contato com a rede, mas se utilizavam do nome o que, em sua percepção, significava que a marca havia se popularizado, disseminando um formato específico de “um novo tipo de cobertura e ativismo dentro das manifestações”.

### 3.2 Organização transmídia

---

<sup>74</sup> Entrevista concedida ao pesquisador. 17.07.2015

Como verificado no item anterior, a *Mídia Ninja* articulou-se e aproveitou a oportunidade de mídia criada com as manifestações para realizar uma extensa produção de conteúdo. Seu trabalho nas redes sociais foi observado por usuários e pela grande mídia, como uma forma inovadora de ser fazer jornalismo (LORENZETTI, 2014). Muito além da noção do “jornalismo cidadão”, em que os indivíduos tornam-se produtores de notícias e/ou colaboradores para dentro grandes instituições de mídia (SILL, 2011), é possível denotar, como no caso da *Mídia Ninja*, a vontade exercida por união de indivíduos para se estruturarem em rede de produção com interesses próprios e criar uma mídia independente, cuja existência já é, em si, uma forma de repensar as práticas das mídias convencionais, pois quando “todo cidadão torna-se um potencial produtor de conteúdo, a associação em coletivos de interesses comuns intensifica-se.” (BENTES, 2009, p.1).

Ao se fazer presente nas manifestações e apresentar seus pontos de vistas com fotos, vídeos e transmissões em *streaming*, a *Mídia Ninja* revoga novas práticas de mídia e cria diversos pontos de entradas para esse mundo ativista que, por sua vez, também é o ponto de saída das atividades e interesses relacionados ao *Fora do Eixo*. Ao observar os conceitos de *organização transmídia* expostos por Sasha Constanza-Chock (2010) traçados para analisar as manifestações latinas em Los Angeles, é possível encontrar uma série de semelhanças com a forma de organização da *Mídia Ninja*: o convite a participação para as redes, o letramento midiático através de oficinas e cursos promovidos entre a rede e fora dela, a produção de conteúdo coordenado e em múltiplas plataformas. Segundo o autor, essas ações “marcam uma transição do papel dos comunicadores do movimento, de criação de conteúdo para agregação, curadoria, remixagem e circulação de textos ricos de mídia por meio de movimentos ligados em rede” (CONSTANZA-CHOCK, 2010, p. 252-253), além de autorizar “novas formas de repensar as teorias a respeito dessas relações”. (CONSTANZA-CHOCK, 2010, p. 276).

Com base em alguns materiais coletados através de entrevistas, pesquisas secundárias e visitas às sedes nas quais membros da *Midia Ninja* vivem e trabalham, foi possível verificar que a cultura da participação é um fator chave para a existência do coletivo. Mesmo com diversos agentes vinculados ao *Fora do Eixo* pelo país em casas

coletivas, no período de eclosão das manifestações, algumas cidades ainda permaneciam sem um ponto de contato determinado para realizar a cobertura ou enviar fotos. Para poder expandir sua rede e mapear indivíduos interessados em realizar coberturas participativas, a *Mídia Ninja* criou um formulário com questões que ajudam a delinear o perfil, a localidade e as habilidades que esse agente possui para poder contribuir com a produção de fotos, textos ou vídeos<sup>75</sup>. Christian Braga (2015), membro da *Mídia Ninja* e morador da *Casa Fora do Eixo*, observa que essa ação foi fundamental para chegar às regiões norte do Brasil e descobrir pessoas interessadas, pois naquela área existia “uma grande dificuldade em escoar a informação e não haviam muitas formações independentes de comunicação”. Nesse banco de dados, apenas nos meses de junho e julho de 2013, ocorreram cerca de 550 cadastros diferentes.

O preenchimento deste formulário alimentava uma planilha que era acionada toda vez que novas informações, denúncias ou questionamentos chegavam até a *Mídia Ninja* de alguma forma. Como ressalta Shirky (2011), a cultura da participação permite que façamos “coisas para estranhos que fazem coisas para nós a um custo baixo o bastante para tornar este tipo de comportamento atraente, e esses efeitos podem persistir muito além da nossa contribuição inicial”. (SHIRKY, 2011, p.22). Ao iniciar uma colaboração com a *Mídia Ninja*, nada impediria que esse colaborador anônimo pudesse se aproximar ainda mais da rede, visitar casas ou realizar coberturas em outras cidades do país.

As práticas e letramentos midiáticos compartilhados também sempre foram comuns ao fora *Fora do Eixo*, à *Mídia Ninja* e, também, em muitos dos coletivos de mídia alternativa surgidos ou em ação em junho. Após um mês de experiências bem-sucedidas nas transmissões através da plataforma *Twitcasting*, no dia 31 de julho de 2013, o coletivo lançou uma cartilha sobre como fazer a transmissão de maneira mais eficiente como, por exemplo, a tática de usar o telefone celular acoplado a um notebook, fazendo com que a bateria dele tenha mais tempo ao transmitir – técnicas essas que ajudaram o grupo a realizar transmissões de até 3 horas de duração.

---

<sup>75</sup> Disponível em: [https://docs.google.com/forms/d/12JCjKe-3AoKnGkzHErdkBgY-UolJE9NApCd3Mp8JMTY/viewform?edit\\_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/12JCjKe-3AoKnGkzHErdkBgY-UolJE9NApCd3Mp8JMTY/viewform?edit_requested=true) Acesso: 20.03.2016



Figura 12 : Cartilha para transmissão no Twitcasting<sup>76</sup>

Perante a dimensão dos acontecimentos de 2013, a *Mídia Ninja* também passou a se organizar para atender demandas urgentes e dinâmicas que os eventos exigiam. Durante esses dois meses de uma grande intensidade das manifestações, boa parte dos coletivos do *Fora do Eixo* modificaram partes de suas estruturas físicas para criar espécies de “redações” que facilitassem o fluxo entre os membros do coletivo e também dar conta dos novos colaboradores que chegassem fisicamente até o endereço deles – especialmente no Rio de Janeiro e São Paulo. Para transpor essa agilidade e também sua atuação na rede, foi criado um documento compartilhado para que os agentes pudessem

76

Disponível

em:

<https://www.facebook.com/midiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.16418824702662/10464832445003/?type=1&theater> Acesso em: 15.03.2016

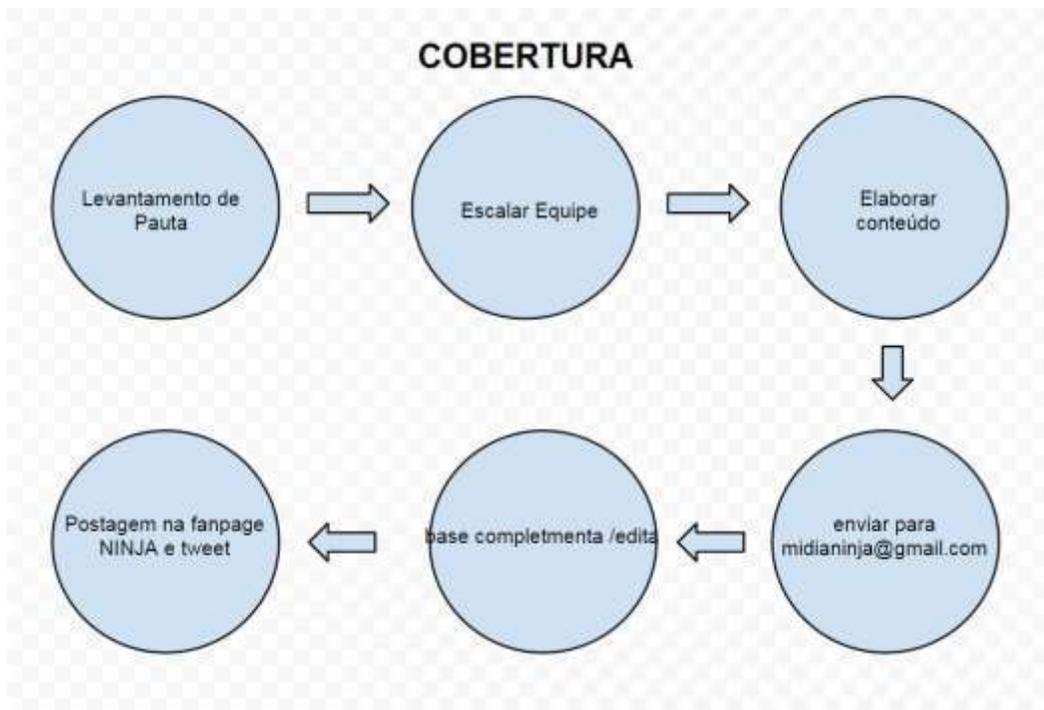


**Figura 13:** Print do arquivo “Cobertura Ninja 2013” com sistematização das manifestações e o agenciamento dos colaboradores para a cobertura.

A palavra “metodologia” é muito frequente no discurso dos membros da *Mídia Ninja* e para a realização das coberturas havia um fluxo próprio para a produção de conteúdo e grupos no *Telegram* em que todos se mantinham atualizados. A figura 12 demonstra um diagrama do fluxo de conteúdo em um arquivo também compartilhado para que qualquer tipo de colaborador não tivesse dúvida sobre como o fluxo da produção anda. Para Rafael Vilela (2015), são essas metodologias que foram responsáveis pela rápida disseminação dos conteúdos da *Mídia Ninja* na rede.

Uma das coisas que o Fora do Eixo tem é o timing para se movimentar em bloco em torno de uma necessidade urgente. (...) desenvolvemos grande parte das metodologias colaborativas de rede ao logo dos nove anos de existência. Naquele momento (junho), a gente pega toda a força de trabalho que estava ali colada, a estrutura física e as tecnologias e volta elas integralmente para o Ninja. Isso é, talvez, um dos grandes responsáveis pelo nosso crescimento naquele momento. (VILELA, 2015)

As filmagens e as fotografias sempre foram um aspecto muito forte na criação de conteúdos para as plataformas utilizadas pelo *Fora do Eixo*, seja na transmissão de debates na *Pós-Tv*, oficinas ou coberturas para festivais de música, o que rapidamente capacitou, durante um processo de anos a fio, a capacidade de membros. Como explica Vilela, “deslocamos todo o potencial que havia na música para o ativismo, para fazer o atendimento de pauta do Ninja: produção de conteúdo, rua, monitoramento de manifestações e outras funções” (VILELA, 2014).



**Figura 14:** Modelo de cobertura em diagrama feito pela própria Mídia Ninja e disseminada entre os agentes e colaboradores.

Em um misto de um processo experimental que visa “perder o controle” nas redes e nas ruas, de acordo com as falas de Braga e Vilela (2015), e ter algumas metodologias bem claras, a condição da mobilização na rede montada pela *Mídia Ninja* aparenta usar justamente o seu caráter efêmero e instável como potência para poder, a todo tempo, realizar reavaliações sobre suas atuações e buscar as possíveis formas adequadas de produção demandadas dentro do possível, em jornadas que não estão reguladas pelo tempo e nem monetizadas, mas são reguladas pelo nível de engajamento de seus participantes.

### 3.2 A visita do papa: a construção de um painel transmidiático

As manifestações, como demonstrado anteriormente no capítulo 02, depois de junho, vão agregando novas pautas e maneiras de se inserir no cotidiano de cada região específica. No Rio de Janeiro, por exemplo, as manifestações adentram julho com uma

série de nova pautas: desde atos contra a *TV Globo*<sup>78</sup> até uma ocupação que durou dias em frente à casa do Governador Sérgio Cabral<sup>79</sup>. No dia 23 de julho de 2013, o Papa Francisco no Rio de Janeiro visitou o Rio de Janeiro em função do início ao evento religioso Jornada Mundial da Juventude (JMJ). Com cerca de 400 mil pessoas advindas de diversos países reunidas na praia de Copacabana, o evento havia programado a realização de uma missa com arcebispo da cidade, Dom Orani. Antes da missa, o Papa também circulou por alguns pontos da cidade.

Naquele momento, o Rio de Janeiro, e algumas outras cidades do país, ainda vivenciavam uma série de manifestações iniciadas no mês anterior, ainda que a quantidade de participantes tivesse sido reduzida de maneira significativa. Para a ocasião da visita do Papa, foi agendada uma manifestação na próxima ao Palácio Guanabara, sede do governo do estado. Marcada para às 17 horas, a manifestação ocupou a escadaria de uma Igreja próxima e tinha o intuito suas pautas calcadas nos direitos dos cidadãos LGBTT ao promover um beijo coletivo entre os manifestantes que, em sua maioria, eram lésbicas, gays, bissexuais e transexuais. Um pouco mais tarde os manifestantes seguiram em direção ao Palácio Guanabara, local onde o Papa estaria recebendo algumas autoridades naquele momento. Durante o caminho para o local, o número de participantes havia triplicado e, em pouco tempo, se iniciaram confrontos entre manifestantes e a Polícia Militar.

A *Mídia Ninja* estava realizando algumas transmissões<sup>80</sup> pelo *Twitcasting* e elas atravessaram até o período noturno. O confronto se arrastou por uma série de ruas e resultou em perseguições realizadas pelos policiais na tentativa de prender alguns manifestantes, ações que, segundo a reportagem no *Jornal Nacional*, foram catalisadas

---

<sup>78</sup> Disponível em:

<https://www.facebook.com/midiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/200382026786617/?type=1&theater> Acesso em: 25.05.2016.

<sup>79</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2013/07/cabral-diz-que-nao-e-ditador-e-pede-fim-de-protestos-na-frente-da-sua-casa.html> Acesso em: 02.07.2016.

<sup>80</sup> In: <http://us.twitcasting.tv/midianinja/movie/15936055> Acesso em: 22.08.2015

após os PM's localizarem uma mochila com várias garrafas de *coquetel molotov*. Durante a montagem da reportagem, as imagens enfatizam o momento em que a mochila cheia de garrafas é localizada, o câmera se aproxima e o policial diz: “É isso que vocês tem que filmar!”. O câmera, por sua vez, pergunta: “Isso é o quê?” e ele responde “Coquetel Molotov... Isso aqui mata um policial”.

Um menor e sete pessoas foram detidas por acusações diversas envolvendo desacato, incitação à violência, formação de quadrilha, exposição ao perigo, resistência e dano qualificado. No entanto, como demonstra a matéria do *Jornal Nacional*, os depoimentos dos policiais não condizem as informações divulgada no *Twitter* oficial da PMERJ. Depois dessas prisões, 300 manifestantes se concentraram na frente da delegacia do Catete, solicitando a liberação dos detidos. Essa concentração também causou mais tumulto e mais conflitos, pois os policiais tentavam liberar as ruas do bairro para a passagem de carros. Entre os detidos nessa ação, estava um dos integrantes da *Mídia Ninja*, o Felipe Peçanha, vulgo “Carioca”. O coletivo rapidamente noticiou a prisão do seu integrante na própria página<sup>81</sup> do *Facebook* enquanto ele continuava realizando o *streaming*<sup>82</sup>. Todos os presos foram liberados ao longo da noite, exceto um: o estudante Bruno Ferreira Teles, acusado de portar uma mochila com *coquetéis molotov* e usar um deles contra a Polícia Militar. Outro integrante da *Mídia Ninja*, o jornalista Bruno Torturra, aproveitou o momento para realizar um vídeo com o manifestante remanescente na prisão<sup>83</sup>. Neste vídeo, Bruno Teles alega sua inocência e relata que esteve na frente de muitos confrontos e que, estava certo, que alguém havia filmado ele e, por isso, realiza uma solicitação: pede que alguém ache a filmagem do momento de sua prisão, o que provaria inexistência dessa mochila e sua inocência. Essa ação, como revela Martins (2014, p.120), envolveu “diversos coletivos, orientados pelo IDDH (Instituto de Defesa dos Direitos Humanos), iniciaram uma campanha massiva nas redes sociais para coletar imagens que

---

81 In: <https://www.facebook.com/midiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/206821286142691/?type=1&permPage=1> Acesso: 23.08.2015

82 O momento exato da prisão foi editado do streaming e publicado em um canal do Youtube vinculado a Mídia Ninja. In: <https://www.youtube.com/watch?v=aDO6tr6kgAk> Acesso: 22.02.2016

83 In: <https://www.youtube.com/watch?v=wmfjp4WSKxs> Acesso: 23.03.2016

provassem a inocência de Bruno.” Esse vídeo foi postado no *Youtube*, na página do *Facebook* da *Mídia Ninja* e, em questão de horas, a imagem de Bruno correndo sem mochila e sendo preso foi localizada, possibilitando que o advogado do manifestante conseguisse um *Habeas Corpus* na manhã seguinte.

Essa ato que surtiu efeito, pode ser entendida como uma estratégia de organização transmídia aos moldes propostos por Contanza-Sasha (2014), uma vez que foram articuladas centenas de pessoas colaborativamente em torno de uma causa, criando múltiplos pontos de entradas para atingir uma objetivo emergencial e foi possível observar uma troca de conteúdos entre as mais diversas plataformas de mídia como será demonstrado a seguir.



**Figura 15:** Depoimento de manifestante cedido ao Mídia Ninja exibido no Jornal Nacional

O depoimento de Bruno Ferreira Teles concedido para a *Mídia Ninja* também foi inserido em duas edições do *Jornal Nacional* exibido na *TV Globo*. Na primeira reportagem<sup>84</sup>, além de mostrar os confrontos e as manifestações, há imagens da liberação do membro da *Mídia Ninja* preso e a filmagem do depoimento de Bruno editada, sem demonstrar a sua solicitação de inocência. Na segunda reportagem, o *Jornal Nacional* explora a contradição dos documentos emitidos sobre as ordens de prisão, o relato e a solicitação de Bruno Ferreira e,

---

<sup>84</sup> Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/2711401/> Acesso: 20.05.2016

também, o vídeo que foi localizado e postado na rede, provando sua inocência<sup>85</sup>. Além disso, o telejornal usou uma imagem de um dos seus próprios cinegrafistas que havia sido descartada da primeira reportagem, sob a seguinte narração: “imagens feitas por um cinegrafista da TV Globo mostram que, antes do início dos confrontos, o rapaz não estava com mochila”

Ao mesmo tempo que os acontecimentos nas manifestações eram demonstrados pelo *Twitcasting* do canal da *Mídia Ninja*, a produção jornalística da *TV Globo* também estava nas ruas realizando imagens das manifestações. Diante da prisão do integrante da *Mídia Ninja* e do manifestante Bruno Ferreira Teles, surge a sinergia: parte do conteúdo realizado pela mídia alternativa se torna um material indispensável para que a grande mídia (aqui representada pela *TV Globo*) possa contar a sua história e levar informação para a sua audiência. São as imagens distribuídas nas redes que fazem com que os editores do *Jornal Nacional* reaproveitem uma imagem de Bruno que eles já possuíam também, mostrando que o manifestante não estava com a mochila. As incompletudes das informações acabam transformando o acontecimento discursivo trazendo em sua enunciação o caráter transmídia como parte constituinte. Martins (2014, p.122) também observa que o caso foi uma grande vitória das redes pós-junho de 2013, pois partiu da “cooperação deliberadamente articulada e organizada pelos coletivos de mídia independente, entre eles o Rio na Rua. ”

No ar desde setembro de 1969, o *Jornal Nacional* é o jornal mais antigo e de maior audiência da televisão brasileira. Hagen (2009, p.8) observa que o telejornal, mantém-se conectado com as mudanças, mas sempre “com um olhar nas premissas do jornalismo e o outro nos números de audiência e nos lucros daí recorrentes”, assim como observa em seus discursos um caráter identitário nacional composto por civismo, drama e conservadorismo. Mesmo que a *Mídia Ninja* assuma um discurso contra a *Rede Globo* e, poucos dias antes, no dia 18, havia participado de uma manifestação contra a emissora<sup>86</sup>,

---

<sup>85</sup> Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/2713906/> Acesso:19.052016.

<sup>86</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/midiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/205128596311960/?type=1&theater>

ela acaba fazendo parte do principal noticiário da emissora por dois dias seguidos: o depoimento do integrante da *Mídia Ninja* e o depoimento de Bruno Telles.

Essa profusão intrincada de vídeos e transmissões em *streamings* em torno da noite da visita do Papa também chegaria na imprensa internacional através de uma postagem do blog do jornalista Robert Mckay do *New York Times*<sup>87</sup>: o texto reúne diversos vídeos que mostram o momento da prisão de Bruno Telles de diversos ângulos possíveis, além de policiais infiltrados e momento em que os manifestantes atiram *coquetéis molotov* em direção aos policiais.

### **3.3 Roda Viva: o ativismo no *mainstream***

Depois de participar, nos meses de junho e julho, ativamente nas manifestações e produzindo conteúdo em diversas plataformas, a *Mídia Ninja* foi convidada para sua primeira experiência ao vivo em um canal da rede aberta de televisão: o programa Roda Viva no dia 05 de agosto<sup>88</sup>. Representada por Pablo Capilé (um dos fundadores da rede *Fora do Eixo* e da *Mídia Ninja*) e por Bruno Torturra (jornalista e também fundador da *Mídia Ninja*), eles foram convidados a debater as práticas do coletivo, explicar seu modelo de sustentabilidade, a questão das manifestações, a violência empregada, assim como, debater sobre as práticas contemporâneas de jornalismo. Entre os entrevistadores, Suzana Singer (*Ombudman da Folha de São Paulo*), Alberto Dines (editor do *Observatório da Imprensa*), Eugênio Bucci (professor da ECA-USP e colunista da *Revista Época*), Wilson Moherdau (diretor da revista *Informática Hoje*), Caio Túlio Costa (professor da *ESPM*) e o programa foi apresentado pelo Mário Sérgio Conti.

O programa *Roda Viva* é um programa jornalístico que está no ar desde 1986 e é transmitido todas as segundas-feiras, às 22 horas, pela *TV Cultura* da Fundação Padre Anchieta. Um dos mais longevos programas de entrevistas da TV brasileira aborda uma gama variada de assuntos que podem partir do campo da saúde, cultura, educação, artes, problemas sociais e etc. Segundo Ferreira (2011), o programa carrega uma carga

---

<sup>87</sup> Disponível em: <http://thelede.blogs.nytimes.com/2013/07/24/video-of-clashes-in-brazil-appears-to-show-police-infiltrators-among-the-protesters/>. Acesso em: 22.05.2016

<sup>88</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kmygDn-lpNQ>. Acesso em: 20.05.2016.

simbólica democrática muito significativa, pois foi criado exatamente no momento em que o país dava os seus primeiros passos para fora do regime militar constituindo, assim, um raro espaço para debates plurais para a reflexão de diversos temas, inclusive, sobre o próprio fazer jornalístico. O formato do programa também sempre permaneceu o mesmo: um ou dois entrevistados convidados, no máximo, permanecem sentado com uma cadeira giratória ao redor de dois andares de bancada (o terceiro foi inserido em 2010), não deixando o entrevistado saber de qual convidado será feita a pergunta seguinte.

Além de possuir um âncora que conduz o ritmo do programa, o *Roda Viva* também é marcado pela pluralidade de entrevistadores, alternados entre acadêmicos, pesquisadores e profissionais, de acordo com o assunto tratado pelo entrevistado. Os aspectos de interatividade existem desde sua estreia, pois a audiência poderia ligar para participar enviando perguntas. Gradualmente, essa participação foi passando para diferentes dispositivos como o fax, o email e até salas de bate-papo, até 2008, quando o programa estreou sua interatividade com o *Twitter*, nos quais três convidados da bancada passaram a ser responsável pela cobertura colaborativa, com intuito de contextualizar o debate. No seguinte o programa também passou a ser exibido simultaneamente *online* pelo site da *IPTVCultura*, a *webTV* da Fundação Padre Anchieta (FERREIRA, 2011, p.56). Atualmente, a emissora conta com um canal no *You Tube* que, além de organizar os programas antigos, também permite hoje a transmissão ao vivo do programa.

O momento em que a entrevista é realizada é importante: após quase dois meses de junho, a mídia tenta estabelecer novas formas de diálogo e assimilar novas práticas que possam contribuir e demonstrar novos caminhos para o jornalismo. Como observa Paiva (2014), o jornalismo enfrenta uma crise econômica, política e em sua linguagem, sendo obrigado a se reformular continuamente, e a *Mídia Ninja*, quando comparado à *TV Cultura* ou aos diversos outros veículos dos profissionais que os entrevista, advém uma matriz organizacional muito diferente, baseando aspectos colaborativos e comunitários. Em sua primeira pergunta, Mario Sérgio Conti abre o diálogo pedindo aos entrevistadores que se identifiquem e expliquem a audiência como a *Mídia Ninja* se enxerga e o que ela faz:

Mario Conti: “Só para situar o que é para o telespectador, o que é o Mídia Ninja, o que ele faz e como ele se mantém. E se vocês consideram o que vocês fazem jornalismo?”

Bruno Torturra: “Antes de mais nada é uma sigla que significa Narrativas Independentes Jornalismo e Ação. É uma rede de jornalismo independente que já começou há muito mais tempo que as pessoas imaginam, fruto de um processo muito mais longo de conexão de coletivos culturais do país inteiro, ao longo dos últimos 10 anos e a gente pode explicar isso melhor ao longo do programa. A gente faz jornalismo sim! Acho até curioso que ainda é uma dúvida, se o que a gente faz é ou não jornalismo. Acho que dá para discutir que tipo de jornalismo que a gente faz, dá para discutir a qualidade dele, dá para discutir a relevância dele, mas acho que o fato de ser um grupo organizado, se colocar como veículo, ter uma dedicação diária e transmitir informação da maneira mais crua, da maneira honesta e da maneira abrangente possível, dentro das nossas limitações, eu acredito que é jornalismo sim.”

Nesse momento inicial já é possível denotar uma preocupação de Bruno Torturra, em seu discurso, de legitimar a *Mídia Ninja* dentro de um campo institucional conhecido por muitos presentes e no próprio ato comunicacional que é traçado ali: o jornalismo. Como reação a essa resposta, no momento seguinte, já que a *Mídia Ninja* se coloca como jornalismo, surgem outras três perguntas que tentam entender como o coletivo se situa nesse universo, como ambos sobrevivem, se recebem salários e qual é o modelo de negócio. As explicações de Pablo Capilé e de Bruno Torturra sobre o sistema coletivo das casas e o aprendizado advindo do Fora do Eixo, em um primeiro momento, não são aprofundadas, mas rapidamente as perguntas voltam à questão da sustentabilidade das ações. O entrevistador Caio Túlio Costa enfatiza a venda do *Washington Post* para a *Amazon*<sup>89</sup>, efetivada no mesmo dia da entrevista, como algo muito simbólico para representar a dificuldade que muitos veículos tradicionais de revista, jornal e televisão tem em monetizar sua produção de conteúdo para a web.

“Bruno Torturra: A mídia é vista, antes de mais nada, como um modelo de negócio como algo que deve gerar lucro na mesma forma que uma indústria gera. Acho que nas últimas décadas, a informação foi sendo tratada cada vez como um *comodities*. O próprio modo como os jornais migraram para a internet, eles não entenderam que a rede deveria pressupor uma outra lógica econômica que não pode ser igual a lógica analógica de um jornal, de uma circulação anacrônica (...) Jornalismo Pós-Industrial, eu ia comentar sobre isso. A gente está vivendo exatamente isso. Isso vai ser muito positivo para o jornalismo, ele deixe de ser

---

<sup>89</sup> Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/jeff-bezos-compra-washington-post-por-us-250-milhoes-9361803> Acesso em: 25.06.2013

encarado por uma atividade industrial, que o jornalista pare de ser encarado com um operário, como um funcionário convencional. Quando a gente está na idade da informação, não mais na era industrial, como é que o jornalismo ainda é pensando nos moldes do começo do século XX? Eu sou muito otimista em relação a minha sustentabilidade, muito mais importante do que ela é a sustentabilidade de jornalistas e comunicadores e muita gente que, não só, está sem emprego hoje, saindo dessas redações, mas uma juventude enorme que tem vontade de ser jornalista hoje, com muito mais abertura, com muita mais liberdade do que a minha geração teve e a sua geração teve, imagino até, pela capacidade tecnológica. O que eu acho que tem que ser tirado do foco, na verdade, é que a gente ainda é muito refém dessa lógica que o jornalismo é necessariamente muito caro. Muito caro é ter um prédio de 20 andares, ter um *publisher* que tem uma expectativa de crescimento alto. Mas como é que lógica de rede, não se torna uma nova lógica econômica dentro da idade da informação? É isso que estamos buscando”.

A tentativa de compreender como funciona a lógica de produção da *Mídia Ninja* e do *Fora do Eixo* volta à tona e gera uma incompreensão por grande parte dos entrevistados, que começam a questionar sobre os valores circulados pelo coletivo. Ao explicar sobre a utilização da moeda complementar utilizada pelo coletivo em suas trocas de serviços, Pablo Capilé não consegue ser compreendido pelos entrevistadores, ocasionando a repetição e a reformulação de algumas perguntas. Na tentativa de explicar de uma maneira mais objetiva, um dos criadores da *Mídia Ninja*, utiliza o exemplo da atuação do *Fora do Eixo* nos festivais e demonstra como essa moeda complementar poderia ser utilizada caso ela fosse empregada a serviço da própria *TV Cultura*.

Bucci: Quanto circula de dinheiro? Qual o total? Você fala em várias declarações que 3% do dinheiro vem de editais. Mas se esse valor for 800 mil, vocês são umas das organizações mais ricas do Brasil. Quanto produz de dinheiro? Quando gira de dinheiro? Se fosse possível ter uma objetividade disso eu gostaria de saber.

Pablo Capilé: (...) Para nós a moeda complementar de fato é o real, que gira distribuído nessas iniciativas todas de 3 a 5 milhões. Mas se você pegar por exemplo um festival independente entre todos esses festivais que acontecem tem festival que custa 80 mil, tem festival que custa 150 mil. E esse gerenciamento é feito específico por cada coletivo, então é um recurso macro, mas você não tem um caixa único de gerenciamento desse recurso. Você tem recursos distribuídos na ponta. O *Coletivo Palafita* do Amapá gerencia seus próprios recursos. Quando você tem uma rede ampla, você soma esses gerenciamentos, mas não tem um caixa único. (...) *Cards* é a nossa moeda complementar. O que eu falei da Casa FDE, repetindo, ela custa 25 mil reais por mês, hipoteticamente, moram 30 pessoas lá. Saca, cada uma custa 900 reais e o cara quando presta consultoria para o Grito Rock que acontece 300 cidades no Brasil em fevereiro, aquele que custou 900 reais presta consultoria para 300 cidades. Se essa consultoria custasse 500

reais, aquele que custava 900, gerou 150 mil. Esses 150 mil é o *card*, o 900 é o real. Ele presta 150 mil de serviços que entra na conta final, mas em real, o que entra é 900. A gente brinca que a nossa moeda complementar é o real, pois o que faz a rede acontecer é a colaboração e a força de trabalho. A gente brinca: imagina se você colocar 2 mil pessoas para trabalhar aqui na *TV Cultura*. Talvez, era a *TV Cultura* que estivesse fazendo a cobertura nas ruas em vez da *Mídia Ninja*.

Desse campo, rapidamente a conversa se transferiria para um aspecto importante que desvelaria um certo caráter “anônimo” que a *Mídia Ninja* preservava: a sua inclinação política. Através de imagens que já circulavam nas redes sobre o *Fora do Eixo e Mídia Ninja*, os entrevistadores do Roda Viva pressionam os entrevistados para que revelem as suas relações com os partidos e como essa relação pode influenciar no aspecto produtivo de um jornalismo que se coloca, como nas palavras de Torturra, como “cru e honesto”.

Eugênio Bucci: Você tem uma relação privilegiada ou próxima com o PT? Vocês tiveram reuniões com o Lula em função das manifestações.

Mario Sérgio: E apareceram fotos de vocês com a Dilma, com o Haddad... Qual a relação com o PT e com o governo?

Wilson Moerdal: Aqui mesmo no Roda Viva, o Rui Falcão, presidente do PT, se referiu a você como companheiro, militante. Acho que isso ajuda a gente a entender... é claro que você pode ter sua preferência partidária, como todos nós, isso faz parte da democracia. Mas no momento que um presidente de um partido se refere a você como um “companheiro-militante” ele tá contando com a sua contribuição ideológica e prática política. Isso compromete um pouco o trabalho que vocês fazem. Contamina um pouco a independência e a isenção que vocês pretendem ter para transmitir as notícias, não?

Pablo Capilé: Não.

Bruno Torturra: Eu acredito que não.

Pablo Capilé: Primeiro que a gente já tem 10 anos de militância político-cultural no Brasil. A gente não é convidado VIP de ninguém, a gente se convida e se impõe com legitimidade. O fato político é: movimentos que surgem durante o Brasil inteiro, conseguem fazer uma interlocução política cada vez mais séria. A gente não é convidado VIP e não é organizado por nenhum deles. Depois de 10 anos construindo essa lógica super sofisticada por meios de produção, a gente não iria se organizar por instituições que estão com crise de representação e crise de narrativa. A gente tem um diálogo muito forte, a gente não é financiado pelo PT, a gente não é organizado pelo PT e a gente não se encontra só com o PT e a gente dialoga de forma aberta com um monte de partido. Às vezes, para tentar difamar, você junta meia dúzia de fotos para tentar dar uma relação com um partido exclusivo. A gente se relaciona com diversos grupos e dialoga. A gente dialoga

com Freixo, a gente dialoga com a Marina, a gente dialoga com Jean Willys, a gente dialoga com Jandira Feghali, saca, a gente dialoga com muita gente.

Eugênio Bucci: E ninguém PSDB?

Pablo Capilé: O PSDB tem como política não dialogar com os movimentos sociais, né? Acho que é difícil a gente ver movimentos sociais que dialogam com o PSDB. Acho que não é só uma virtude nossa não dialogar com o PSDB. Eles não tem um histórico desse tipo de diálogo.

Wilson Moerdal: Mas vocês já foram acusados de tucanos disfarçados.

Bruno Torturra: Eu já fui acusado de tucano disfarçado. Acho que a gente está num caminho muito bom. Ficam nos acusando de ser petralha, de se petista. Apresentando fotos do Capilé com o José Dirceu como se fosse um escândalo. Essa foto foi retirada do Facebook dele: nunca foi segredo. (A foto do Capilé com o José Dirceu aparece nas imagens). Ao mesmo tempo existem fotos nossas com a Marina Silva, eu assinei a ata de fundação do partido dela, que pode se tornar um partido agora. Já conversei com o FHC no instituto dele sobre política de drogas.

Eugênio Bucci: E o que você achou? E da política de droga?

Bruno Torturra: Dele? O serviço que o ex-presidente está fazendo, não só aqui, mas de política de drogas no mundo, quero discutir a legalização das drogas, o fim da guerra das drogas, é um exemplo da própria esquerda daqui. Acho lamentável que o resto do PSDB não pegou essa pauta como o FHC.

Com a formação de um discurso construído de maneira ideologicamente posicionada à esquerda, com os diálogos de alguns partidos políticos, os dois integrantes da *Mídia Ninja* revelavam, de uma forma completamente midiaticizada, no centro, literalmente, de um programa televisivo ao vivo, quais eram os nortes de sua atuação como uma mídia alternativa produtora de conteúdos. Sobre esse momento, o fotógrafo da *Mídia Ninja*, Christian Braga (2015), comenta que seria um “divisor de águas” capaz de catalizar alguns apoiadores de inclinação política à esquerda e afastaria aqueles com uma inclinação política a direita, ou, adeptos de um forte vontade antipartidarismo que já se mostrava presente nas ruas e nas redes durante os meses de junho e julho de 2013.

“Durante junho e julho nós não sabíamos qual era o público do *Ninja* e as pessoas não sabiam qual era a visão do *Ninja*, pois apenas estávamos traduzindo aquele período. Após agosto quando colocamos na sociedade o que é que a gente considera que é de esquerda, tem essa visão, uma leitura política do que é esquerda e direita que as mídias tradicionais têm seus buracos. Quando abrimos o jogo, vieram uma série de ataques. (...) Ali foi o escancaramento de portas que geram prós e contras. Mas isso foi o mais sincero possível, pois muitas mídias não fizeram: dizer eu sou assim, eu penso assim.”

Como observa Paiva (2014), o fato da TV Cultura trazê-los para o centro do debate é favorável para essas mídias alternativas, uma vez que, pensando com Foucault (1985), “dar voz e visibilidade já é conferir poder, mesmo que as intenções e estratégias dos entrevistadores – de algum modo – possam a prejudicar a imagem, o significado e a qualidade do trabalho da *Mídia Ninja*.” (PAIVA, 2014, p.20). No entanto, como também como expôs o filósofo francês, a visibilidade se configura como uma armadilha, pois a nossa sociedade “não é aquela do espetáculo, mas da vigilância (...) Não estamos nas arquibancadas nem no palco, mas na máquina panóptica, investidos por seus efeitos de poder que nós mesmos renovamos, pois somos suas engrenagens” (FOUCAULT, 1983, p.190). Por mais que essa visibilidade conferisse poder a *Mídia Ninja* em sua enunciação, essa exposição fornecia mais conteúdos e informações para outras redes vigilantes e desconfiadas com todo o contexto político e das mídias naquele momento pós-junho.



**Figura 16:** Bruno Torturra e Pablo Capilé no centro da Roda Viva

Dois dias depois da exibição do programa, a cineasta Beatriz Singer publicaria no *Facebook*<sup>90</sup> um depoimento expondo uma série de fatores negativos de suas experiências

---

<sup>90</sup> Acesso em: <https://www.facebook.com/beatriz.seigner/posts/10151800189163254> Acesso: 28.06.2016

com o *Fora do Eixo*, denunciando Pablo Capilé como um líder autoritário, desinteressado em promover os artistas que ajudava com interesses e, ainda, expôs a experiência pessoal frustrada da divulgação de seu filme “Bollywood Dream – O Sonho Bollywoodiano” (Beatriz Singer, Brasil, 2011). No dia seguinte, uma ex-integrante do *Fora do Eixo*, Laís Bellini, também faria um outro grande depoimento no *Facebook*<sup>91</sup>, reforçando diversos pontos levantados pela Singer e também críticas a uma servidão quase “escrava” dos membros da rede e expondo, muito homens, com posturas sexistas dentro da rede. Os textos desencadeiam inúmeras reações do principal blogueiro da *Veja*, Reinaldo Azevedo<sup>92</sup>, ou uma entrevista de 70 perguntas realizadas a Pablo Capilé pelo jornalista e blogueiro do *R7*, André Forastieri<sup>93</sup>. Como observa Savazoni sobre esse momento específico:

Aproveitando o ápice da visibilidade alcançado pelo FdE e seu braço comunicacional, os opositores da organização decidem ir à forra. E usam uma arma que a rede político-cultural maneja como poucos: as redes sociais. Uma avalanche de textos críticos a atuação do FdE passa a ser veiculada no Facebook. A sensação é de um linchamento em praça virtual de uma experiência que, até então, parecia ser exitosa. O escrutínio público é liderado por gente que um dia foi próximo da organização e se decepcionou ou por ex-integrantes, mas se fortalece amplificado pelos meios de comunicação da mídia tradicional. (SAVAZONI, 2014, p.191)

Como resposta a esses ataques, muitos integrantes ou ex-integrantes também tentaram defender ou relativizar as acusações feitas, como o relato feito por Atílio Alencar<sup>94</sup>. Além disso, os questionamentos também levaram os integrantes do *Fora do Eixo* a criar, ainda em 2013, um site chamado “Portal da Transparência”<sup>95</sup>, no qual eram esclarecidas uma série de dúvidas a respeito de financiamentos, modos de atuação, os

---

<sup>91</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/lcbellini/posts/702021409824865> Acesso em: 24.06.2016.

<sup>92</sup> Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/fora-do-eixo-a-seita-totalitaria-2-ex-interna-relata-o-dia-a-dia-da-casa-dos-horrores-em-que-pablo-capile-e-rei-e-profeta-amizades-monitoradas-vida-afetiva-e-sexual-patrolhada-tecnica-de/> Acesso em: 24.06.2016

<sup>93</sup> Disponível em: <http://noticias.r7.com/blogs/andre-forastieri/2013/08/16/uma-entrevista-com-pablo-capile-do-fora-do-eixo/> Acesso em: 24.06.2016

<sup>94</sup> Disponível em: <http://www.revistaforum.com.br/blogdorovai/2013/08/11/sobre-o-fde-eu-prefiro-o-vies-que-disputa-essas-novas-organizacoes-pela-esquerda/> Acesso em: 26.06.2016

<sup>95</sup> Disponível em: <http://foradoeixo.org.br/> Acesso em: 27.06.2016.

coletivos cadastrados. A reputação negativa alcançada após a quebra do suposto anonimato positivo de suas ações nas manifestações, após a aparição no programa *Roda Viva* e com o escrutínio público nas redes é na realidade, vista pelos integrantes, Rafael Vilela e Christian Braga (2015), como algo positivo: um momento de transição em que a grande mídia e uma parcela da população brasileira deram “de graça” uma consultoria pública tanto para *Fora do Eixo*, quanto para a *Mídia Ninja*.

Mais importante do que a busca de uma análise crítica que cristalize a razão por um dos dois lados, a entrevista no *Roda Viva* demonstra como a circulação de conteúdos nas redes circulam em esferas restritas e como a inclusão de um novo elemento dentro de um círculo da grande mídia, não mais com seus conteúdos, mas com um assujeitamento de seus membros através da sua midiaticização em um programa, gera novos discursos e chegam em setores distintos da sociedade. A desconfiança e descrédito com as instituições que, outrora, serviram para que a própria *Mídia Ninja* adquirisse uma visibilidade, são as mesmas instâncias que se voltam contra ela, assim que ela passa a penetrar em diferentes ambientes midiáticos. A enunciação dos debates e dos desacordos expostos no programa enquadram também um momento específico em que a crise parecia afetar a todos nos mais diversos níveis e, no caso do encontro e do debate de ideias práticas de produção do campo do jornalismo por representantes da grande mídia e da mídia alternativa, a desconfiança atinge os dados de maneiras similares.

#### 04 - Considerações Finais

Um acontecimento da dimensão de junho de 2013 afeta a sociedade das maneiras mais diversas, possibilitando uma série de leituras. Como especificado já anteriormente, esta pesquisa tem um foco centrado na mídia e como se estruturam os acontecimentos discursivos, mas ela também é diretamente atravessada pela relação política que as manifestações trazem consigo. A análise dos discursos nas mídias através dos rastros deixados pelos usuários no Brasil, desenha alguns apontamentos que ainda estão se cristalizando no presente momento: uma crise generalizada nas figuras governamentais, o fortalecimento de redes indispostas a dialogar e o crescimento de um ativismo desvinculado a esquerda.

Nesse recorte específico das mídias, é possível verificar o surgimento das práticas transmídias como um acontecimento discursivo de maneira clara desde o início das manifestações: desde a participação de usuários que se apropriam das músicas e das imagens das propagandas de *Johnnie Walker* e da *Fiat*, aos diversos vídeos de usuários tentando sintetizar o acontecimento com vídeos feitos por outros usuários, fotos, montagens, vídeos de mídias alternativas e das grandes mídias. Os coletivos apostam na colaboração e na participação do usuário, fortalecendo as ações entre si e também criando integrações entre diversas plataformas. Sua atuação complementar a institucionalidade existente na mídia convencional, oferecendo novos pontos de vista. Os pontos sinérgicos encontrados, como por exemplo, o vídeo da *Mídia Ninja* e sua exibição no *Jornal Nacional*, faria a grande mídia se beneficiar ao ser desafiada, buscando uma atualização das práticas, pensando novas formas de fazer seus conteúdos e adotar uma linguagem mais próxima do usuário. No entanto, essa perspectiva analítica, nem sempre é aceita por muitos coletivos de ativismo midiático que se posicionam contra a grande mídia em suas práticas discursivas e ideológicas: criando um ponto focal de ataque que possa denegrir o trabalho das empresas e enaltecer sua própria atuação perante a veracidade dos fatos.

Mais do que apenas identificar este caráter transmídia dessas manifestações, o lugar da enunciação desses discursos, expressam um misto de euforia e incompreensão, no qual o usuário que, pode ou não ser um manifestante nas ruas, atravessado por informações da grande mídia, da mídia alternativa e de outros usuários, buscando em

diversas plataformas uma pista ou uma resposta que possa ser dada para aquele momento tão pouco compreensível. Diferente de grandes projetos transmídia, nos quais, muitos deles são criadas “bíblis” ou que se planeja uma oportunidade para criar lacunas narrativas que estimule o usuário a buscar respostas de uma mídia para outra (JENKINS, 2009), as manifestações e o uso das plataformas existentes propiciaram o aparecimento de um dispositivo cujas práticas transmídias eram catalisadas pelo ativismo. O preenchimento das “lacunas narrativas” ou o reconhecimento das pistas migratórias entre as plataformas era justamente cristalizada pelo estado de crise generalizado: diante da desconfiança total das instituições, das mídias e de alguns movimentos sociais, todo e qualquer conteúdo poderia contribuir para uma correção, para o acréscimo ou a construção de uma nova visão.

Esse aspecto de uma lacuna aberta, exibido no mundo analisado, parece bem desvinculado do contexto de muitas manifestações mais recentes, ao observar como há uma naturalização no discurso midiático como uma prática do cotidiano e um consenso maior com as pautas. Se ,em 2013, as manifestações aconteciam em um espaçamento de tempo menor, em vários lugares simultâneos e com pautas muito diversas, ao longo do tempo essas pautas foram se estreitando, se dividindo em nichos ideológicos bem claros e se manifestando até em dias especificamente marcados – como os domingos nas manifestações contra a corrupção e a favor do *impeachment*. Essa naturalização das manifestações também passou a ordenar os espaços e os tempos, se dividindo em dias específicos da semana para cada tipo de pauta. As manifestações de domingo passaram a ter uma adesão enorme de manifestantes afeiçãoados a direita e a favor do impeachment de Dilma Roussef, enquanto as manifestações nos dias da semana, pertenciam aos manifestantes de esquerda, a favor do governo ou “contra o golpe”: um discurso adotado por parte dos favoráveis ao governo ou afeiçãoados à esquerda para deslegitimar o processo de impeachment ainda, até a presente data, em curso.

Como observa Pablo Ortellado (2016), o ambiente das redes observados através do monitoramento de seus conteúdos formam bolhas ideológicas em que seus atores apenas conversam e distribuem conteúdos entre si, não promovendo, assim, um debate qualificado e amplo sobre as práticas e rumos que deveriam constituir as melhorias

revogadas como cidadãos. A relação intrínseca entre ativismo e fãs, já demonstradas em diversos estudos de fã-ativismo, se torna ainda mais observável nesse contexto das bolhas ideológicas entre esquerda e direita. Os usuários demonstram práticas que se assemelham as dos fãs de mídia (ALVES, 2016), se dividindo, inclusive, em redes que se popularmente autodenominadas como “coxinhas” (direita e contra o governo) e “petrelhas” (esquerda e a favor do governo), disputando nas redes com a criação de uma série de páginas do *Facebook*, memes, trechos de discursos políticos ou personalidades debatendo assuntos e pautas com viés ideológicos.

A análise dos conteúdos demonstram na enunciação de seus discursos um momento de profunda mudança nas práticas de ativismo e nas possíveis leituras que podem ser feitas a respeito dos atos nas redes: práticas essas que parecem ser a condição de existência do ativismo contemporâneo. Se o ativismo, historicamente, busca visibilidade, engajamento e participação (UGARTE, 2008), no contemporâneo, sua existência e atuação está diretamente conectada com a existência de uma mídia. Por isso, as mídias alternativas acabam assumindo pautas ativistas e perspectivas político-ideológicas abertamente claras. O movimento intenso da circulação de conteúdos nas redes observadas demonstra que o usuário se preocupa mais qualidade e o valor observado no conteúdo do que a própria mídia que o produz e, por isso mesmo, tanto as mídias alternativas, quanto as tradicionais, acabam criando conteúdos de nichos bem específicos para seus usuários. Em um ambiente comunicacional em que há muitas mídias falando para poucos, essa segmentação aparenta ser um caminho natural.

Outra diferença do período atual para 2013, reside na enunciação das imagens, pois no período com um número de embate entre policiais e manifestante ainda maior (pela quantidade de manifestações), havia o surgimento constante de “imagens violentas” (JOST, 2007) que serviam como instrumento de vigília e proteção aos manifestantes: os *streamings* se configuram como uma espécie de *panóptico* ambulante no qual o corpo do manifestante está diretamente implicado na imagem. São as imagens que se revelam como um instrumento de contra poder nas ruas, intimidando boa parte dos policiais e possibilitando que os manifestantes realizem denúncias e, ao vivo, façam essa imagem chegar rapidamente a diversos usuários. Exemplos como o policial capturado no vídeo

quebrando o seu próprio veículo ou o vídeo perdido do manifestante Bruno Telles evidenciam essas características.

Sobre as manifestações realizadas no Brasil e no mundo, embora Castells (2013) busque uma espécie de padronização nos processos e nas formas de manifestações contemporâneas, basta uma investigação em quaisquer uma delas para observar o quanto elas ocorrem e são estruturadas de maneiras diversas. Ainda que algumas práticas e uso de plataformas seja adotada de forma similar, em períodos próximos e com uma clara identificação entre si - os nova-iorquinos chamaram seu primeiro acampamento de “praça Tahrir”, da mesma forma que os manifestantes espanhóis - suas origens e leituras são distintas e, logo o contexto político-social acaba influenciando em suas atuações: em países que não eram uma democracia, o simples acesso as redes se tornou já um desafio para os manifestantes que, além de buscar e disseminar informações, precisavam driblar ações ditatoriais de suspensão de bens. Como demonstra Martel (2015), a internet deveria ser utilizada no plural (internets), pois ao contrário de um pensamento hegemônico que usa globalização para mostrar como o mundo se conecta, elas, cada vez mais, se constituem em várias ao serem essencialmente territorializadas, conectadas a dispositivos geolocativos e dependentes de contextos políticos e culturais seu entorno.

Além disso hoje, ainda mais, é possível identificar como os países também vivem outras conjunturas bem distintas: a ascensão do partido *Podemos* na Espanha, o golpe de Estado no Egito, o fortalecimento de Estado Islâmico em alguns países árabes e a crise política e financeira no Brasil. Acontecimentos dessas proporções geram novos possíveis onde quer que ocorra, mas exprimir uma crise, se organizar e vociferar em rede e nas mídias contra um suposto poder, não é uma garantia de seu fim ou de sua substituição plena por um outro desejado. Os espaços de fluxos comentados focalizados pelas noções de uma sociedade em rede também podem conduzir uma rede para um lugar de descontrole, com atravessamentos de poder e para muito além do planejado e do desejado por muitos.

A trajetória das manifestações no Brasil ilustram bem essa questão de um deslocamento desordenado pela rede: embora tenha começado com a revogação dos R\$0,20 centavos, impulsionado pelas redes ligadas ao *Movimento Catraca Livre* em São

Paulo, o ato se alastrou e, em questão de dias, havia o surgimento de uma diversidade enorme de pautas nas ruas, da revogação de leis, fim da corrupção e um movimento “anti-partido” responsáveis por inúmeras discussões entre os próprios manifestantes.<sup>96</sup> No momento pós-junho, o Rio de Janeiro, por exemplo, se apropriou rapidamente de pautas regionais mais focadas em julho como a pressão para saída do governador Sérgio Cabral ou a ocupação da Aldeia Maracanã.

A análise da estrutura e dos processos da *Mídia Ninja* também demonstram como o ativismo multiplataformas é uma prática cada vez mais naturalizada dentro desse campo e a organização transmídia (CONSTANZA-SASHA, 2014) se revela uma ferramenta contemporânea de potencialização de qualquer ação que envolva redes. Ao criar múltiplos pontos de entrada e formas de participação, o coletivo ampliou sua visibilidade e sua atuação no período de 2013, levando seus conteúdos para a grande mídia e, também, se tornou gradualmente parte dos rituais de midiaticização convencionais daquele momento: concedendo uma visibilidade ao grupo que resultou em sua inserção em outros campos e esferas midiáticas e, também, levou a um processo de rejeição e questionamentos contra ele próprio. Mais tarde em 2014, com a proximidade das eleições, a *Mídia Ninja* assumiria ainda mais suas relações com o Partido dos Trabalhadores (PT) ajudando na campanha presidencial de Dilma Rousseff: o que acentuaria as críticas em relação ao grupo e, também, faria crescer novamente o número de seguidores.

Como revela Campanella (2012) na conclusão de seu estudo sobre os fãs de *Big Brother*, as pesquisas que são realizadas na internet já nascem desatualizadas. No caso dessa não é diferente: passados 3 anos das manifestações já existem uma série de novas plataformas, dispositivos de interações, páginas que não existem mais e práticas desatualizadas. Ao mesmo tempo, as redes e as plataformas proporcionam a criação desse arquivo quase interminável (FOUCAULT, 2004), no qual é possível capturar e analisar um momento específico do país através da enunciação seus usuários, cujas possibilidades estão passíveis a recombinações e olhares quase infinitos.

---

<sup>96</sup> Essas discussões podem ser vistas nos filmes “Junho” (João Weiner, Brasil, 2014) e no filme “20 Centavos” (Tiago Tambelli, Brasil, 2014).

A presente pesquisa buscou corroborar para a atualização e a problematização de um cenário contemporâneo de ativismo atravessado pela convergência, pelo tensionamento entre a grande mídia e as mídias alternativas e pela dinâmica de interação das plataformas nas manifestações de 2013, aspectos dos quais outras pesquisas envolvendo discursos, análises de redes, mineração de dados ou aspectos do campo da organização do trabalho e gestão em torno das multiplataformas podem contribuir muito para a construção de um saber significativo para esse momento importante na história brasileira.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, C. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Tradução Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro, Elsevier, 2006.

ALZAMORRA, Geane. TÁRCIA, Lorena. Convergência e Transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. In: **Brazilian Journalism Research** - Volume 8 - Número 1 – p.201 ano 2012

ALZAMORRA, Geane. RODRIGUÉS, Tacyana. “Fora Rede Globo”: a representação televisiva das “Jornadas de Junho” em conexões intermídia In: **REVISTA ECOPOS COMUNICAÇÃO E CONFLITOS POLÍTICOS** | V. 17 | N. 1 | 2014

AQUINO BITTENCOURT, M. C. ; GONZATTI, C. ; HENN, R. ; VIERO, F. O desafio do balde de gelo como ciberacontecimento: celebridades como vetoreschave de espalhamento e apropriações. **Revista Fronteiras** (Online), v. 17, p. 77- 90, 2015.

ASSIS, Érico Gonçalves de. **Táticas lúdico-midiáticas no ativismo político contemporâneo**. 2006. 274p. Dissertação de mestrado. São Leopoldo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)

BENTES, Ivana As novas formas de lutas pós-mídias digitais. *in Lugar Comum* N°28, maio-agosto, 2009, Rio de Janeiro pp. 71-80

BENTES, Ivana. Midialivristas, uni-vos! *in Lugar Comum* maio-dezembro 2008 N°25-26, pp. 137-1411–19 2014.

BENTES, Ivana. Estéticas insurgentes e mídia-multidão. In **Liinc** em Revista, Rio de Janeiro, v.10, n.1, , maio 2014, p.330-343

BEZERRA, Arthur Coelho; GRILLO, Carolina Christoph. Batalhas nas ruas, guerra nas redes: notas sobre a cobertura midiática da violência em manifestações In? **Liinc** em Revista, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p.195-210, maio 2014, <http://www.ibict.br/liinc>

BRAGA, José Luiz. Roda Viva – Uma encenação da esfera pública. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006

BRAUN, Joshua. Transparent Intermediaries: Building the Infrastructures of Connected Viewing. In: HOLT, Jennifer; SANSON, Kevin (Orgs.). **Connected viewing** : selling, streaming, & sharing media in the digital era. New York; London: Routledge, 2014.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de Ver, Modos de Ser**: Vigilância, Tecnologia e Subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BULHÕES, Marcelo. **A ficção nas mídias**: um curso sobre a narrativa nos meios audiovisuais. São Paulo, Ática, p.135. 2009.

BURGESS, J; GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital** : como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo : Aleph, 2009.

CAMPANELLA, Bruno Novas Práticas, antigos rituais: A organização do cotidiano e as configurações de poder na mídia In: **Revista GEMInIS**. São Carlos. 2014

CAMPANELLA, B. **Os olhos do grande irmão**: uma etnografia dos fãs de Big Brother. Porto Alegre: Sulina, 295 p., 2012

CARLON, Mario . A construct of foundation, power and mediatization: news of the front about the YouTube invasion and occupation by barbarians. In: **Revista Matrizes**. Ano7 – N1 jan e jun – São Paulo – Brasil 2013.

CASTELLS, Manuel. “A era da intercomunicação”, 2006. Disponível em <http://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=1915>. Acesso: 18.09.2015

CASTELLS, Manuel. **Communication Power**. Nova York: Oxford University Press, 2009.

CASTELLS. **Redes de indignação e esperança:** Movimentos sociais na era da internet. São Paulo. Editora Zahar 2013

CONSTANZA-CHOCK Sasha. *Out of The Shadows, Into The Streets!* London, Routledge. 2014

CONSTANZA-CHOCK Sasha. *Se ve, se siente: transmedia mobilization in the Los Angeles Immigrant Rights Movement.* Los Angeles: University of Southern California, 2009. (Doutorado em Filosofia da Comunicação)

COULDRY, N. **Why voice matters.** London: Sage, 2010.

COULDRY, Nick. **Media Rituals: A Critical Approach.** London: Routledge. 2003

COULDRY, N.; HEPP, A. Conceptualizing mediatization: contexts, traditions, arguments. In: **Communication Theory**, n. 23, p. 191-202, 2013

COMOLLI, Jean-Louis. **Ver e poder: a inocência perdida** – cinema, televisão, ficção, documentário. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008

COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do discurso político:** as derivas da fala pública. Trad. de Nilton Milanez e Carlos Piovezani Filho. São Carlos: Claraluz, 2006.

D'ANDRÉA, Carlos. TV + Twitter: reflexões sobre uma convergência emergente. In.: SOSTER, Demétrio; LIMA JR., Walter (org.) **Jornalismo digital:** audiovisual, convergência e colaboração. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011b. p.43-63.

D'ANDREA, C. *Conexões Intermidiáticas Entre Transmissões Audiovisuais e Redes Sociais Online:* possibilidades e tensionamentos Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXIII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Pará, 27 a 30 de maio de 2014

DEUZE, M. Viver como um Zumbi na Mídia (É o único meio de sobreviver ) In: **Matrizes**, vol. 7, N.2. São Paulo: USP, 2013.

DELEUZE, G.. **Deux régimes de fous**. Paris: Les Éditions de Minuit, 2003

DOWNING, John. Social Movement Theories and Alternative Media: an Evaluation and Critique. Communication, in: **Culture & Critique**, 2008, p. 40-50.

DUNCOMBE, Stephen. Imagine no-place. In: **Transformative Works and Culture** 10. Disponível em: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/350/266>  
Acesso: 13.06.2016

FELICE, Massimo Di. Ser redes: o formismo digital dos movimentos net-ativistas In: **Revista Matrizes** – nº 2 jul./dez. 2013

FERREIRA, Erica Peroni. **Integração entre televisão e redes sociais online**: práticas comunicativas na cobertura do programa Roda Viva pelo Twitter. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais.

FONSECA, André. O valor do “egocard”: afetividade e violência simbólica na rede Fora do Eixo In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, v. 22, n. 1, p. 94-119, janeiro-março 2015

FORD, Sam. Transmedia Journalism: A Story-Based Approach to Convergence. In: **Convergence Culture Consortium**, 2007. In: <http://www.convergenceculture.org/weblog/2007/04/transmedia>\_Acesso em: 04 jun. 2010. . Acesso em: 18.08.2015

FOUCAULT, Michel. (1984c) **O que é o Iluminismo**. In: ESCOBAR, Carlos Henrique org.. *Michel Foucault (1926- 1984) - o Dossier – últimas entrevistas*. Rio de Janeiro, Livraria Taurus Editora. Curso inédito de Michel Foucault no Collège de France, 1983. Transcrição de Katharina Von Bülow. Dossier Michel Foucault. Publicado originalmente no Magazine Littéraire, 207, maio de 1984.

FOUCAULT, Michel. (1984e) **Sobre a genealogia da ética**: uma visão do trabalho emandamento. Dreyfus, Hubert, L. e Rabinow, Paul. Entrevista e conversa com Michel Foucault em Berkeley, EUA, abril de 1983. In: ESCOBAR, Carlos Henrique (org). *Michel Foucault (1926- 1984) - O Dossier - últimas entrevistas*. Rio de Janeiro, Livraria Taurus Editora.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 7.ed. São Paulo: Loyola, 2001.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. 25. ed. Traduzido por Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 2002. Edição original: 1977.

GIRAUD, Eva. Has radical participatory online media really 'failed'? Indymedia and its legacies In: **Convergence**: The International Journal of Research into New Media Technologies. 2014.

HAGEN, Sean. **A emoção como estratégia de fidelização ao telejornal**: um estudo de recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores do jornal nacional. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009.

HENN, R. **El ciberacontecimiento**: producción y semiosis. Barcelona, Editorial UOC, vol. 1, 150 p. 2014.

HOLT, Jennifer; SANSON, Kevin (Orgs.). **Connected viewing** : selling, streaming, & sharing media in the digital era. New York; London: Routledge, 2014.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. **Revista MATRIZES**, ECA-USP, v. 8, n.1, p. 45-64, jan-jul. 2014.

HJARVARD, S. **The mediatization of culture and society**. London: Routledge, 2013

HIMANEN, Pekka, **The hacker ethic and the spirit of the information age**. London : Vintage. 2001.

JUNIOR, Marcelo Alves dos Santos. Coxinhas e petralhas: o fandom político como chave de análise da audiência criativa nas mídias sociais In: **Revista GEMInIS**. Ano 7, n1. p.117-146. 2016.

GOFFMAN, Ken; JOY, Dan. **Contracultura através dos tempos: do mito de Prometeu à Cultura Digital**. Introdução de Timothy Leary; trad. Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

GOHN, Maria da Glória. **Manifestações de junho de 2013 no Brasil e Praças dos Indignados no mundo**. Editora Vozes. Petrópolis, 2014.

GREGOLIN, Maíra Valencise. Vozes Nomades: Ativismo Transmídia e Mobilizações Sociais. In: **Revista GEMInIS** ano 3 - n. 1 p. 06 – 24

HAGEN, Sean Aquere. **A emoção como estratégia de fidelização ao telejornal: um estudo da recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores do Jornal Nacional**. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós- Graduação em Comunicação e Informação.

HANCOX, Donna. **Amplified Activism: Transmedia Storytelling and SocialChange** In: <http://www.thewritingplatform.com/2014/01/amplified-activism-transmedia-storytelling-and-social-change/> Acesso: 25/08/2015

HARVEY, David. **Cidades Rebeldes: Do direito a cidade a revolução urbana**. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 2013

HAYES, Gary. **Cross-Media**. In: <http://www.personalizemedia.com/articles/cross-media/> Acesso: 12/08/2015

HESS, Andreas As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da mediação na era da “mediação de tudo” In: **Revista Matrizes** V. 8 - Nº 1 jan./jun. 2014 São Paulo - Brasil p. 45-64

HJARVARD, S . Doing the right thing: Media and communication studies in a mediaticized world. In: **Nordicom Review**, vol. 33, n. 1, p. 27-34, 2012.

HJARVARD, S. The mediaticization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change In: **Nordicom Review**, vol. 29, n. 2, p. 105-134, 2008.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. **Transmedia Storytelling**. In: Technology Review, 2003. Disponível em: <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/page3/>. Acesso em 02/07/2014.

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

JOIA, Luiz Antônio. Social Media and the “20 Cents Movement” in Brazil: What Lessons Can Be Learnt from This? In: **Information Technology for Development**, DOI:[10.1080/02681102.2015.1027882](https://doi.org/10.1080/02681102.2015.1027882)

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JUNIOR, Marcelo Alves dos Santos. Coxinhas e petralhas: o fandom político como chave de análise da audiência criativa nas mídias sociais In: **Revista GEMInIS**. Ano 7, n1. p.117-146. 2016.

KEEN, Andrew. **O culto do amador**: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2009

KEEN, Andrew. **Vertigem digital**: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Tradução: Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KIM, Jin. The institutionalization of YouTube: from user-generated content to professionally generated content. In: **Media, Culture & Society**, Volume 34, issue 1 January, 2012

KROTZ, F.; HEPP, A. concretization of mediatization: How mediatization works and why “mediatized worlds” are a helpful concept for empirical mediatization research. Empedocles. In: **European Journal for the Philosophy of Communication**, vol. 3, n. 2, p. 119-134, 2011

LATOUR, B, Como prosseguir a tarefa de delinear associações? In: **Configurações**, 2, pp.11– 27. 2006

LATOUR, B. **Jamais fomos modernos**: ensaio de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994

LATOUR, B. **Reagregando o Social**: uma introdução à Teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012.

LEMOS, André. **A comunicação das coisas**: teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013

LIEVROUW. Leah A. **Alternative and activist new media**. Polity Press, 2011

LIVINGSTONE, S. Internet literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades online. In: **Revista Matrizes**, São Paulo, ano 4, n. 2, jan./jun. 2011.

LORENZOTTI, Elizabeth. **O novo modelo #midiaNINJA**. São Paulo. E-Galaxia. 2014.

LOTZ, Amanda. **The television will be revolutionized**. New York. 2007

LUCHESSI, Lila. Redes, fuentes y calidad de la información in: **Hacia la comunicación transmedia** / Fernando Irigaray y Anahí Lovato ; edición literaria a cargo de Fernando Irigaray y Anahí Lovato. - 1a ed. - Rosario : UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2014.

MACHADO, M. B. **Anonymous Brasil: poder e resistência na sociedade de controle**. Salvador, Editora da UFBA, 2014.

MANN S., NOLAN, J. and WELLMANN, B. (2003) Sousveillance: inventing and using wearable computing devices for data collection in: **surveillance environments**. **Surveillance and Society**, 1: 331–355. [http://www.surveillance-and-society.org/articles1\(3\)/sousveillance.pdf](http://www.surveillance-and-society.org/articles1(3)/sousveillance.pdf)

MARCELO, Luã. MACIEL, Cristiano. GARCIA, Ana Cristina Bicharra. In: **Proceedings of the V Workshop sobre Aspectos da Interação Humano-Computador na Web Social (WAIHCWS'13)**, Manaus, Brazil, 2013.

MARTEL, Frédéric. **Smart**. Civilização Brasileira. São Paulo. 2015.

MARTINS, Marcela Canavarro. **Internet e trabalho produtivo não-remunerado: da criação de redes à palavra-mercadoria** Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura, na linha de Tecnologias da Comunicação e Estéticas

MASSAROLO, João Carlos. MESQUITA, Dário. **Narrativa Transmídia e Educação:** panorama e perspectivas. In: Revista Ensino Superior Unicamp. 2013.

MASSAROLO, João Carlos. Storytelling Transmídia: Narrativas para Multiplataformas. **Tríade**, Sorocaba, SP, v.1, n. 2, p. 335-347, dez, 2013.

MASSAROLO, João Carlos. Jornalismo Transmídia: A notícia na cultura participativa. In: **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 5, n. 17, p. 135-158, jul./dez. 2015.

MEDEIROS, Caciane. **Mídia e Sociedade:** O Poder é um Jogo de Forças in Línguas e Instrumentos Linguísticos. nº30. 2012

MIGLIORIN, Cezar As manifestações de 2013: Revendo Doméstica, O som ao Redor. In: A Febre do Rato In: **Revista GEMInIS**. ano 4 - n. 2 - v. 2 | p. 35 - 47 São Carlos. GEMInIS. 2013.

MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck:** o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural: UNESP, 2003.

MURIANA, Luã, MACIEL, Cristiano, GARCIA, Ana Cristina. Do Facebook às ruas: comunidades em interação In: **Proceedings of the V Workshop sobre Aspectos da Interação Humano-Computador na Web Social (WAIHCWS'13)**, Manaus, Brazil, 2013.

NEGRI, A. e HARDT, M. **Declaration**. New York: Argo-Navis. 2012

NETO, Antônio Fausto. TV e Processos Observacionais. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. In: **Compós**. 2015

O'REALY, Tim. **Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software** URL <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>

Acessado no dia 13.11.2014

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. 3ed Campinas. Pontes, 2003.

ORTELADO, Pablo. "Perfil digital dos manifestantes: o abismo aberto pela polarização" **El País**. Disponível em: [http://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/28/opinion/1459128271\\_535467.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/28/opinion/1459128271_535467.html) Acessado em: 01.04.2016

Passa-Palavra "A esquerda fora-do-eixo" Disponível: **Passa Palavra** em: <http://passapalavra.info/2011/06/41221> Acesso: 12.05.2016

PASOLINI, Pier Paolo (1967), "Observações sobre o plano-sequência" In **Empirismo Hereje**, Lisboa, Assírio & Alvim, pp. 193-196 [1982].

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 1990.

PENAFRIA, Manuela. O plano-sequência é a utopia. O paradigma do filme-Zapruder in **MÍDIA BR, Livro da XII Compós**. Org. André Lemos et al. São Paulo: Meridional, 2004, p 207-222.

PAIVA, Claudio Cardoso de. D@niel na cova dos leões: Mídia Ninja no Programa Roda Viva. In: **Mídia, Tecnologia e Linguagem Jornalística**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2014, v.1, p. 44-58;

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **O que é contracultura**. São Paulo, Brasiliense. 2003.

PÉREZ RUFÍ, José Patricio. YouTube ya no es 'tu televisión': cultura colaborativa y red comercial en el video on line. **Revista Comunicación** N° 9, Vol. 1, 2011.

PICKARD, Victor. Media Activism From Above and Below: Lessons from the 1940s American Reform Movement in: **Journal of Information Policy**, Vol. 5 (2015), pp. 109-128

SANFELICE, L. O Valor do Nicho. *Telaviva - Televisão Cinema e Mídias Eletrônicas*, a. 24, n. 259, jul. 2015. São Paulo: **Converge Comunicações**, 2015. Disponível em <[http://issuu.com/telaviva/docs/tv\\_259\\_tablet](http://issuu.com/telaviva/docs/tv_259_tablet)>. Acesso em: 02.07.2016.

PICKARD, Victor. Media Activism From Above and Below: Lessons from the 1940s American Reform Movement in: **Journal of Information Policy**, Vol. 5, pp. 109-128

QUÉRÉ, Louis. **Entre o fato e sentido**: a dualidade do acontecimento. **Trajectos**. N. 6. Lisboa: ISCTE (Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa), 2005.

RAMOS, Fernão. **Mas afinal... O que é Documentário?** São Paulo: Senac, 2008

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. São Paulo: Sulina, 2010.

RECUERO, R. BASTOS, ZAGO, G. Narrativa e violência: a cobertura do Outono Brasileiro no Twitter In: **Revista Matrizes** V. 8 - Nº 2 jul./dez. São Paulo - Brasil p. 191-217. 2014

RESENDE, R e SCOVINO, F. **Coletivos**. Rio de Janeiro: Editora Circuito, 2010

RHEINGOLD, Howard. **Multitudes inteligentes**: la próxima revolución social. Gedisa, 2004, p. 286.

RIBEIRO, Renato Janine O Brasil e a democracia de protesto In: **Revista Matrizes** V. 8 - Nº 1 São Paulo - Brasil p. p. 93-117 jan./jun. 2014

RICOUER, Paul. **Tempo e Narrativa** . Constança Marcondes César (trad.), Campinas: Papirus, 1994. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

RODRIGUEZ OSUNA, Jacinto. La muestra: teoria y aplicacion. In. GARCIA FERRANDO, Manuel, IBÀNEZ, Jesús e ALVIRA, Francisco (orgs). **El análisis de la realidade social**. Métodos y técnicas de investigación. Madrid: Alianza. 1989.

SAVAZONI, Rodrigo. **Os novos bárbaros**: a aventura política do Fora do eixo. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.

SCOLARI, Carlos. “¿Qué están haciendo los adolescentes con los medios fuera de la escuela?” In: **Red Latinoamericana de Portales Educativos**. Disponível em: <http://www.relpe.org/alfabetismo-transmedia/> Acesso em: 05.07.2016.

SCOLARI, Carlos. **Ecología de los médios**. Mapa de um nicho teórico. In: *QuadernsdelCac*,34, vol. XIII (1), Jun 2010, p 17-25.

SCOLARI, Carlos. **Transmedia storytelling**: más allá de la ficción. 2011. Disponível em: <http://hipermediaciones.com/2011/04/10/transmedia-storytellingmas-alla-de-la-ficcion/>. Acesso em: 14 jul. 2011

SCOLARI, Carlos. Transmedia storytelling: new ways of communicating in the digital age **in: AC/E digital culture ANNUAL REPORT**. 2014.

SHARMA, S. **Applied multivariate techniques**. New York: J.Wiley, 1996.

SILL, M. (2011). “The Case for Open Journalism Now. A new framework for informing communities?” Disponível em: <http://www.annenberginnovationlab.org/OpenJournalism/> Acesso em: 12.12.2015

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

SHIRKY, Clay. **Lá Vem Todo Mundo**: o poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SILVA, Sônia Maria de Meneses. Prometeu Adormecido: A produção de sentidos históricos nas revelações entre História e Mídia – (Brasil: 1964 – 2004) In: GT de jornalismo do V **Congresso Nacional de História da Mídia**, FACASPER E CIEE, 2007, São Paulo. Anais. São Paulo: Congresso Nacional de História da Mídia, Facasper e Ciee, 2007. Ref. 1-15.

SRIVASTAVA, Lina. **Transmedia Activism**: Telling Your Story Across Media Platforms to Create Effective Social Change, 2009. Disponível em: <http://transmedia-activism.com/>. Acesso em: 20/06/2016.

THOMAZ, Patrícia. A narrativa experimental da videoreportagem na produção da obra autoral. In: **Comunicação e Informação**, v.10, n. 1, p.92- 101, jan./jun. 2007.

TOFLER, Alvin. **A terceira onda**. Rio de Janeiro: Record, 1980.

UGARTE, David de. **O poder das redes**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

UNIVERSIDADE NOMADE "O comum e a exploração 2.0" Disponível em: <http://uninomade.net/tenda/o-comum-e-a-exploracao-2-0/> Acesso em 16.05.2016

VERON, Eliseo Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências In: Revista Matrizes V. 8 - Nº 1 jan./jun. 2014 São Paulo - Brasil p. p. 13-19

VIMIEIRO, Ana Carolina Fã-ativismo no Twitter Comunidades online de fãs de esporte e a campanha #ForaRicardoTeixeira In: **Ciberlegenda**. Rio de Janeiro. 2013

WISSE, Juna. **Spelend de Wereld Redden**: Transmedia Storytelling & Sociale Verandering. Tese de Mestrado em Cinema e Televisão defendida na Universiteit Utrecht. 2013

WOLFSON, Todd. From the Zapatistas to Indymedia: Dialectics and Orthodoxy in **Contemporary Social Movements**. *Communication, Culture & Critique* 5 (2012) p. 149–170.