

UNIVERSIDADE SANTO AMARO

Curso de Jornalismo

Vitória Araújo Torres

**ANÁLISE DAS TÉCNICAS JORNALÍSTICAS DA REDE
INDEPENDENTE MÍDIA NINJA: COBERTURA MISSÃO
BRUMADINHO**

São Paulo

2019

Vitória Araújo Torres

**ANÁLISE DAS TÉCNICAS JORNALÍSTICAS DA REDE
INDEPENDENTE MÍDIA NINJA: COBERTURA MISSÃO
BRUMADINHO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Jornalismo da Universidade Santo Amaro - Unisa, como requisito parcial para a obtenção do título Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Expedito Leandro Silva.

São Paulo

2019

Vitória Araújo Torres

**ANÁLISE DAS TÉCNICAS JORNALÍSTICAS DA REDE
INDEPENDENTE MÍDIA NINJA: COBERTURA MISSÃO
BRUMADINHO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Santo Amaro – Unisa, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Expedito Leandro Silva.

São Paulo 04 de dezembro de 2019

Banca Examinadora

Prof. Dr. Expedito Leandro Silva

Prof. Me. Maurício Capela

Prof. Me. Leandro Fabris Lugoboni

Conceito Final: _____

Dedico esta monografia à minha mãe, Vânia Torres, por todas as vezes que o cansaço, o desânimo e a falta de esperanças me alcançava e a senhora sempre me incentivava a não desistir dos meus sonhos. Obrigada por todo apoio.

RESUMO

O presente estudo abordará as técnicas jornalísticas adotadas pelo coletivo independente Mídia Ninja, em comparação ao portal G1, pertencente ao grupo O Globo, em relação à cobertura da tragédia de Brumadinho em janeiro de 2019. O desastre de caráter humanitário e ambiental foi alvo da imprensa que buscava a todo momento atualizar a sociedade sobre os acontecimentos após o rompimento da barragem comandada pela mineradora Vale S.A. Assim como a mídia tradicional, as mídias independentes buscaram informações em tempo real, por meio da cobertura nas redes sociais. O estilo de abordagem foi diferente do praticado pelo jornalismo hegemônico das mídias de massa, o que nos deixa o questionamento: até que ponto o teor dessas informações e compartilhamentos são de caráter jornalístico? Diante disso, o objetivo do estudo foi identificar quem é o Mídia Ninja e o perfil dos colaboradores da informação. Para entender o comportamento das mídias, sendo elas portal G1 e a Mídia Ninja, a análise dos textos jornalísticos de ambos veículos foi realizada de acordo com as teorias de ciberespaço e sociedade em rede defendida por Manuel Castells, Pierre Lévy. Para entender o campo social, bem como as técnicas do jornalismo digital, abordamos as teorias do jornalismo defendidas pelo professor Nelson Traquina e os jornalistas Nilson Lage e Poliana Ferrari.

Palavras-chave: Mídia Ninja. Brumadinho. Teorias do Jornalismo. Mídia Independente. Técnicas Jornalísticas.

ABSTRACT

This study will address the journalistic techniques adopted by the independent collective Mídia Ninja, compared to the G1 portal belonging to the O Globo group, in relation to the coverage of the Brumadinho tragedy in January 2019. The humanitarian and environmental disaster was the target of the press, which sought at all times to update society on events following the breach of the dam run by mining company Vale SA. Just like traditional media, independent media sought information in real time through coverage on social networks. The style of approach was different from that practiced by hegemonic mass media journalism, which leaves us with the question: to what extent is the content of this information and sharing journalistic? Given this, the objective of the study was to identify who is the Mídia Ninja and the profile of the information contributors. To understand the behavior of the media, being portal G1 and the Mídia Ninja, the analysis of the journalistic texts of both vehicles was performed according to the theories of cyberspace and network society defended by Manuel Castells, Pierre Lévy. To understand the social field, as well as the techniques of digital journalism, we approach the theories of journalism defended by teacher Nelson Traquina and journalists Nilson Lage and Poliana Ferrari.

Keywords: Mídia Ninja. Brumadinho. Journalism Theories. Independent Media. Journalistic Techniques.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Número de seguidores da Mídia Ninja nas redes sociais 2019

Tabela 2 - Número de seguidores nas redes sociais do portal G1 2019

Tabela 3 - Reportagens Mídia Ninja Missão Brumadinho 2019

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Política de Uso da Página no Facebook da Mídia Ninja

Figura 2 - Publicação no Facebook anunciando a cobertura - Missão Ninja em Brumadinho. 11/02/2019

Figura 3 - Publicação na plataforma *Medium* “Outro mar de rejeito: a indignação de atingidos e atingidas de Fundão pelo desastre de Brumadinho”. 25/01/2019

Figura 4 – Publicação no portal G1 “Barragem da Vale se rompe em Brumadinho, MG”. 25/01/2019

Figura 5 – Reportagem Mídia Ninja “Moradores de Brumadinho expostos à lama começam a apresentar sintomas de contaminação”. 01/02/2019

Figura 6 – Reportagem Mídia Ninja “Meu neto tá ali dentro da lama, lamenta moradora do Córrego do Feijão”. 11/02/2019

Figura 7 – Reportagem Portal G1 “Parentes tentam informações sem sucesso de desaparecidos em Brumadinho, na Grande BH”. 27/01/2019

Figura 8 – Reportagem Mídia Ninja “Meu sonho era terminar a casa e morar com a minha noiva”, afirma sobrevivente de Córrego do Feijão. 11/02/2019

Figura 9 – Reportagem Portal G1 ‘Certamente há um culpado ou mais de um culpado’, diz Dodge sobre tragédia em Brumadinho. 26/01/2019

Figura 10 – Reportagem Mídia Ninja “Vale negligencia 600 famílias do MST atingidas pelos rejeitos de lama em Brumadinho”. 06/02/2019

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Vivenciando o Método	12
2 SURGIMENTO DA INTERNET	14
2.1 O Ciberespaço e a Evolução do Jornalismo Digital	16
2.2 Nascimento da Mídia Livre/Independente	20
2.3 A Mídia Livre e a Relação Com o Ciberativismo.....	25
3 QUEM É A MÍDIA NINJA?.....	29
3.1 Onde Tudo Começou	29
3.2 Por Trás do Nome Ninja.....	32
3.3 Casas Coletivas	33
3.4 O Perfil do Colaborador da Informação.....	34
4 TEORIAS DO JORNALISMO	38
5 ABORDAGENS MÍDIA NINJA <i>versus</i> PORTAL G1.....	45
5.1 Portal G1	45
5.2 Tragédia Brumadinho	50
5.3 Valor Notícia	52
5.4 O Texto é Jornalístico?.....	59
6 CREDIBILIDADE NA FONTE DE INFORMAÇÃO	70
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
REFERÊNCIAS.....	79
WEBGRAFIA	81
ANEXO A – Autorização para a divulgação do Trabalho Acadêmico no Catálogo Online da Biblioteca Dr. Milton Soldani Afonso e permissão de cópia.....	
ANEXO B – Autorização para utilização de voz (Rádio/Vídeo/Mídia Digitais).....	

ANEXO C – Termo de compromisso de cessão de direitos de participação individual.....

1 INTRODUÇÃO

No dia 25 de janeiro deste ano 2019, o Brasil e o mundo assistiram a repercussão midiática da tragédia do município de Brumadinho, no estado de Minas Gerais. De acordo com os fatos noticiados na imprensa por meio dos veículos de comunicação, a tragédia envolveu o rompimento da barragem comandada pela mineradora multinacional brasileira e uma das maiores operadoras de logísticas do país que exploram e produz produtos de minério, a Vale S.A. De acordo com o que foi repercutido na imprensa, os rejeitos atingiram a área administrativa da companhia, incluindo o refeitório e parte da comunidade da Vila Ferteco. A tragédia também atingiu parte da casa dos moradores da região do Córrego de Feijão.

O desastre de caráter humanitário e ambiental foi alvo da imprensa que buscava a todo o momento atualizar a sociedade sobre os acontecimentos. Assim como a imprensa tradicional, sendo elas, Jornal Nacional, Portal G1, Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo entre outros cobriam pautas sobre a tragédia, as mídias independentes também entraram a campo para trazerem informações em tempo real por meio da cobertura na plataforma *web* (*sites, blog, redes sociais* etc). Entende-se por mídia independente uma produção textual que torna o próprio jornalismo o objeto do discurso jornalístico, fenômeno descrito na literatura acadêmica como prática metajornalística (MESQUITA, 2003; OLIVEIRA, 2010; CARLSON, 2015).

Essas mídias independentes surgiram graças o advento da *internet* e da convergência midiática. Pode-se dizer que a revolução da tecnologia da informação depende dos fatores culturais, histórico e espacial cujas características determinam essa evolução (CASTELLS, 2010). A popularização da *internet* na década de 90, o debate sobre o ciberespaço para estabelecer as trocas coletivas de construção das narrativas entre comunidades virtuais deu espaço para as mídias independentes praticarem a democratização da informação através das plataformas midiáticas, uma vez que elas não concordam com as abordagens da imprensa convencional.

Um exemplo de mídia independente brasileira é a Mídia Ninja, sigla para Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação. É uma rede de comunicação livre que busca produzir e distribuir informações a partir de novas tecnologias com uma lógica

colaborativa, definida como a cultura *peer-to-peer*, rede entre pares ou a sigla em inglês *P2P* (SATUF, 2016). A prática da construção da informação coletiva é um reflexo da sociedade em rede defendida por (CASTELLS, 2010). Olhando por essa perspectiva, a Mídia Ninja seria o servidor central e as informações chegam por colaboradores por diferentes meios ligados a essa rede. O que nos deixa o questionamento até que ponto o teor dessas informações e compartilhamentos são de caráter jornalístico?

Para responder essa questão o *corpus* de análise será o estudo das técnicas jornalísticas da rede Mídia Ninja, através da cobertura da tragédia de Brumadinho na plataforma *A Medium Corporation*, aplicativo dedicado a contar histórias pessoais, inovadoras e perspectivas singulares, onde os Ninjas têm conta vinculada ao *Facebook*, do período (05/02/2019) a (12/02/2019). A escolha do período foi decidida conforme o critério “Notícia e Entrevista”, uma aba na plataforma. As postagens são as mesmas presentes no *site* do coletivo, a diferença é na estrutura do *layout*, pois a *Medium* é um espaço que possibilita trabalhar ensaios fotográficos para contar a narrativa de uma maneira mais artística e com o teor emotivo.

O estudo das técnicas jornalísticas da rede Mídia Ninja será comparado em relação à cobertura jornalística da tragédia Brumadinho realizada pelo portal de notícias G1, pertencente ao grupo Globo, durante o mesmo período. A escolha da análise comparativa entre ambos veículos foi de acordo com os critérios: mídia tradicional *versus* mídia independente, publicação regular de conteúdo *online*, seja no *site* ou nas redes sociais, e a crescente visibilidade dos usuários na *internet*. Por exemplo, a Mídia Ninja possui cerca de dois milhões de seguidores na página do *Facebook*. Já o portal G1 possui cerca de dez milhões de seguidores na página.

No primeiro capítulo do estudo da pesquisa serão exploradas as questões teóricas do surgimento da *internet* através da perspectiva de Castells (2010). Também será analisado o ciberespaço e a contribuição dele para as produções e compartilhamentos de conteúdo, ênfase para as comunidades virtuais com base no pensamento de Lévy (1999). E por último, também será abordado no capítulo a evolução do jornalismo *online* Ferrari (2010) e o surgimento das mídias independentes, através do olhar de Satuf (2016) e de Malini e Antoun (2013).

O segundo capítulo apresentará quem é a rede independente Mídia Ninja. Além das pesquisas bibliográficas, analisaremos o perfil dos colaboradores, as rotinas nas casas coletivas, os processos produtivos da informação, por meio da análise da mestra em comunicação Claudia Rodrigues.

Para analisar as técnicas jornalísticas adotadas pela Mídia Ninja nas publicações da tragédia de Brumadinho, primeiramente abordaremos o campo social do jornalismo. Então no terceiro capítulo exploraremos as teorias do jornalismo, ou seja, texto, critérios de noticiabilidade, valor notícia, estrutura da notícia, de acordo com o pensamento de Lage (1999), Traquina (2005), Wolf (1999), Ferrari (2010), Pinho (2003) e Rodrigues (2014) em comparação ao modo de fazer jornalismo praticado pelo portal G1.

No quarto capítulo será a análise do *corpus*, faremos uma análise de algumas matérias publicadas pela Mídia Ninja sobre a tragédia de Brumadinho, por meio dos critérios de seleções de título, linha fina, texto, utilizados no período estipulado de 05 a 12 de fevereiro de 2019 na plataforma *A Medium Corporation*. Fazendo o comparativo com as matérias publicadas no mesmo período no portal de notícias do G1.

O quinto e último capítulo trataremos um debate sobre a credibilidade na fonte de informação. O intuito é trazer à tona a opinião de especialistas sobre as abordagens da Mídia Ninja. E se essa narrativa pode ou não ser considerada jornalismo, quais seriam as contribuições para o campo jornalístico e a responsabilidade da informação para a sociedade.

1.1 Vivenciando o Método

A presente pesquisa é de caráter qualitativo, com objetivos exploratórios. O objetivo da análise é identificar quem é a Mídia Ninja e as técnicas jornalísticas utilizadas através da cobertura da tragédia de Brumadinho. Segundo Gil (2008) a intenção da pesquisa exploratória é proporcionar familiaridade com o problema, para torná-lo notável e possibilitar a construção das hipóteses.

Para alcançar os objetivos da análise, faremos pesquisas para recolher as informações preliminares para a familiaridade do tema. Para isso usaremos a pesquisa bibliográfica, definida na obra “Como Elaborar Projetos de Pesquisa” do autor Antonio Carlos Gil.

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. Boa parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisas bibliográficas. As pesquisas sobre ideologias, bem como aquelas que se propõem à análise das diversas posições acerca de um problema, também costumam ser desenvolvidas quase exclusivamente mediante fontes bibliográficas. (GIL, 2002, p. 44).

A segunda etapa foi pensar em problemas e hipóteses que encaixavam com tema a ser explorado. O objetivo foi olhar o contexto e cenário atual, de que modo o *corpus* de análise impacta na vida pessoal e social dos indivíduos. Para falar sobre mídias independentes, é necessário fazer um levantamento teórico sobre os temas que englobam a temática. Então foram divididos nos capítulos conforme a análise a seguir:

2 SURGIMENTO DA INTERNET

As transformações sociais, econômicas, políticas, culturais e tecnológicas são responsáveis pelas constantes transformações da estrutura e comportamento dos indivíduos na sociedade. Segundo Castells (2010) para compreendermos essas transformações é preciso levar em consideração às crises e os conflitos que caracterizaram a primeira década do século XXI.

Conforme Castells (2010) as crises e conflitos responsáveis pelas mudanças do comportamento do indivíduo na sociedade e conseqüentemente a mudança da sociedade que a cerca são a crise financeira; as mudanças de negócios e mão de obra; a exclusão social e cultura de grandes segmentos da população do planeta das redes globais; a crescente incapacidade das instituições políticas baseadas no Estado-nação em lidar com os problemas globais entre outros.

Na área da Comunicação também não é diferente, Castells (2010) acredita que a passagem dos meios de comunicação de massa tradicional (jornal, revista, livro, rádio, televisão e cinema) para um sistema de redes horizontais de comunicação em torno da *internet*, um sistema global de redes de computadores interligados que trocam dados e mensagens utilizando um protocolo em comum, e da comunicação sem fio, um sistema de transferências de dados sem a utilização de cabos, possibilitou introduzir uma multiplicidade de padrões na transformação social, cultural, econômica e política da sociedade.

Essas transformações no âmbito social e a introdução da *internet* resultaram em uma nova estrutura social denominada por Castells (2010) como “Sociedade em Rede”.

O resultado foi a descoberta de uma nova estrutura social que estava se formando, que conceituei como a sociedade em rede por ser constituída por redes em todas as dimensões fundamentais da organização e da prática social. Além disso, embora as redes sejam uma antiga forma de organização na experiência humana, as tecnologias digitais de formação de redes, características da era da informação, alimentaram as redes sociais e organizacionais, possibilitando sua infinita expansão e reconfiguração, superando as limitações tradicionais dos modelos organizacionais de formação de redes quanto à gestão da complexidade de redes acima de uma certa dimensão. (CASTELLS, 2010, p. 02).

A *internet* é resultado de uma estratégia militar, científica e tecnológica das últimas três décadas do século XX. A primeira rede de computadores foi criada em 1969, a *Advanced Research Projects Agency Network* (ARPANET), em português Rede da Agência para Projetos de Pesquisa Avançada. Porém no ano de 1966, Bob Taylor, diretor do Departamento de Projetos de Pesquisas Avançadas (DARPA) teve a ideia de unir terminais de computadores em rede. Entretanto, somente no ano de 1969, na Universidade da Califórnia, em Los Angeles (UCLA) foi criado o processador de mensagens em um minicomputador.

No ano de 1983 houve a divisão entre a ARPANET, dedicada a fins científicos e a MILNET, dedicada a fins militares. Apesar da separação, as redes continuaram conectadas entre si, no primeiro momento se chamavam ARPA-INTERNET, depois passou a se chamar INTERNET e era sustentada pelo Departamento de Defesa e coordenada pela *National Science Foundation*.

Castells (2010) destaca que depois da privatização da *internet* na década de 1990, as redes de computadores, os softwares de código aberto e a rápida capacidade para estabelecer uma conexão e transmissão digital nas redes de telecomunicações, as mudanças regulatórias e a difusão dos computadores pessoais acarretaram a expansão da *internet*. Um exemplo é a criação do servidor e navegador *World Wide Web* (WWW), rede de comunicação responsável por postar e trocar documentos (texto, áudio, vídeo, *software* em formato digitalizado), projetado pelo inglês e cientista da computação Tim Berners-Lee no ano de 1989.

Outro marco importante da história da *internet* foi a criação do *Mosaic*, primeiro *browser* pré *Netscape*. Segundo Ferrari (2014) no ano de 1993 a interface possuía um gráfico estável, fácil para se instalar e administrar, as imagens eram em formato *bitmap*, termo usado para descrever uma imagem que possui muitos *pixels*, são pequenos quadrados que se formam quando se amplia uma imagem. Em relação à aparência dos *sites* “tinham quase sempre um fundo cinza, imagens pequenas e poucos links”. (FERRARI, 2014, p. 17).

O termo “portal” significa “porta de entrada” começou a ser usado no ano de 1997 (FERRARI, 2014). Foi neste mesmo ano que o portal *Yahoo*, criado no ano de 1994 por David Filo e Jerry Yang, agregaram conteúdo e *stick application*, que

basicamente é um aplicativo que obriga o usuário a entrar em um determinado *site* com o objetivo de aumentar o número de acessos. (FERRARI, 2014, p.17).

Houve um aumento significativo de usuários da *internet*, pois criou-se uma necessidade do mundo empresarial em construir suas próprias redes de comunicação. Castells (2010) acredita que a *internet* é à base de comunicação das nossas vidas.

[...] Como um volume considerável de provas demonstrou, a internet, e sua variada gama de aplicações, é à base da comunicação em nossas vidas, para trabalho, conexões pessoais, informações, entretenimento, serviços públicos, política e religião. A internet é cada vez mais usada para acessar meios de comunicação de massa (televisão, rádio, jornais), bem como qualquer forma de produto cultural ou informativo digitalizado (filme, música, revista, livros, artigos de jornal, bases de dado). (CASTELLS, 2010, p. 11).

Sobre o aumento dos números de usuário na *internet*, de acordo com uma pesquisa realizada pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) no ano de 2010 havia mais de 175 milhões de linhas celulares no Brasil. No ano de 2009, segundo uma pesquisa do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), 36,4 milhões de pessoas eram usuárias da *internet* no país. Em relação ao tempo médio de uso da internet os índices apontam crescimentos. Cerca de 71 horas e 30 minutos, incluindo aplicativos, e de 48 horas e 26 minutos contando as navegações nas páginas (FERRARI, 2014, p. 14).

2.1 O Ciberespaço e a Evolução do Jornalismo Digital

Neste tópico abordaremos a evolução do jornalismo na *internet* e suas particularidades. Mas antes introduziremos como funciona o ciberespaço (o ambiente da *internet*) na visão do filósofo Pierre Lévy.

De acordo com Lévy (1999) a palavra ciberespaço foi utilizada pela primeira vez por William Gibson no ano de 1984 na obra *Neuromancer*, referindo-se a um espaço virtual composto computadores e usuários conectados em uma rede mundial. Já o filósofo Pierre Lévy na obra *Cibercultura* define “o ciberespaço como um espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores”. (LÉVY, 1999, p. 102).

O ciberespaço definido por Lévy (1999) é caracterizado pelo conjunto dos sistemas eletrônicos, fontes digitais e codificação digital, responsável por “condicionar o caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratado em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação (...)”. (LÉVY, 1999 p. 102).

O autor aponta que além da interconexão, a inteligência coletiva, as comunidades virtuais foram responsáveis pelo crescimento do ciberespaço. “Uma comunidade virtual é construída sobre as finalidades de interesse, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou troca (...)”. (LÉVY, 1999, p. 133).

Essa relação de trocas de conteúdo, inteligência coletiva, interconexão pode ser avaliada por Castells (2010) nos efeitos das chamadas *Web 2.0*, termo para descrever a segunda geração do *World Wide Web* onde há trocas de informação e colaboração dos internautas com *sites* e serviços. E *Web 3.0*, terceira geração da *internet* onde os conteúdos são organizados em forma semântica, chamada de *web* inteligente, possibilitou a apropriação de novas formas de comunicação.

[...] as pessoas construíram seus próprios sistemas de comunicação de massa, via SMS, blogs, vlogs, podcasts, wikis e coisa do gênero. O compartilhamento de arquivos e as redes *peer-to-peer* (p2p) tornam possível a circulação, mistura e reformatação de qualquer conteúdo digital. (CASTELLS, 2010, p. 12).

No âmbito da Comunicação Social, Castells (2010) defende que apesar do jornal continuar sendo o meio de comunicação de massa, sua plataforma de difusão muda. Em relação ao modelo de jornalismo *online*, Castells aponta que a *internet* e as tecnologias digitais transformam o processo de produzir a notícia dos jornais e dos meios de comunicação de massa em geral.

Os jornais se transformaram em organizações estruturadas internamente em redes conectadas globalmente a redes de informação na internet. Além disso, os componentes online dos jornais induziram a formação de redes e a sinergia com outras organizações de notícia e mídia. As redações dos jornais, rádios e televisões foram transformadas pela digitalização das notícias e por ser seu implacável processamento global/local. Então a comunidade de massa no sentido tradicional agora também é comunicação baseada na internet, tanto em sua produção quanto em sua difusão. (CASTELLS, 2010, p. 12).

Segundo Ferrari (2010), no ano de 2001 o conteúdo jornalístico nos portais foi gradativamente reduzido a grupos restritos de fontes. Ou seja, eram as mesmas

agências de notícias, as mesmas empresas de previsão do tempo, as mesmas coletivas de imprensa para um lançamento de produto, os mesmos programas de televisão que conseqüentemente deram origem aos sites de fofoca, decoração e culinária. Ferrari (2010) explica que o leitor absorvia a mesma fonte de informação, o que mudava era o modo “empacotamento” da notícia (FERRARI, 2010, p. 18).

A autora faz a comparação dos *sites* na época como se fossem grandes *shoppings centers*, onde eram oferecidos diversão, lazer e serviços. E em relação aos leitores digitais eles se comportavam de maneira parecida como se estivessem olhando uma vitrina no *shopping*, ou seja, “dão uma olhada nas manchetes, leem os horóscopos, entram em alguma área que chamou atenção na *home page* e assim sucessivamente”. (FERRARI, 2010, p. 19). Sendo assim nota-se que a informação disposta nos *sites* era absorvida sem comprometimento com a realidade.

A autora faz uma análise das primeiras páginas dos portais brasileiros, e notou que eram compostas por texto em negrito. As fotos das manchetes eram editadas em ângulos inusitados, não mexiam nas cores, nas colunas, na tipologia e no fundo da tela, porém havia prevalência de quantidade de informação veiculada na tela.

O Terra [portal], por exemplo, ganhou notoriedade e dinamismo em 2001, principalmente durante o atentado terrorista de 11 de setembro aos Estados Unidos, quando colocou na rede um noticiário que continha boas informações e era abastecido minuto a minuto. A fórmula adotada foi veicular mais de trezentas notícias relevantes entre os dias 11 e 12 de setembro de 2001. (FERRARI, 2010, p. 19).

Não foi preciso mudar a *home page* do portal Terra para chamar atenção dos leitores, mas sim veicular notícias “minuto a minuto” trazendo atualizações sobre o atentado de 11 de setembro. O cenário da *internet* era novidade. Segundo uma pesquisa realizada em 2009 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) por meio do *Ipsos Public Affairs* que ouviu 21 mil e 498 entrevistados em cobertura nacional, revelou que a opção “atividades desenvolvidas na *internet*” e o quesito “comunicação” atendiam a 90% da preferência dos usuários.

As variações positivas em relação ao uso da tecnologia são responsáveis pela mudança do comportamento do espaço físico para virtual, “essas redes sociais, entrelaçadas em verdadeiros rizomas hipertextuais estão ajudando na

transformação urbana em um século de crescimento exponencial da informação”. (FERRARI, 2010, p. 21).

Ferrari (2010, p. 23-24) alega que saem em vantagem os portais ou *sites* que compreendem e implementam processos de mudanças. Ou seja, que seja inteligente na disseminação dos conteúdos informativos e busque parcerias para a criação de novas tecnologias e novos produtos. A autora destaca a importância do papel do jornalista nesses processos que é projetar para as páginas da web em uma forma mais adaptada às informações dos cadernos dos jornais impressos como Cultura, Economia, Política, Classificados, Esportes etc. “Os portais são os maiores contribuintes para a formação desse leitor passivo e acostumado a dar uma olhada em diferentes janelas, mesmo sem aprofundar em nada”. (FERRARI, 2010, p. 24).

Diferente dos Estados Unidos que o surgimento dos portais decorreu da evolução dos *sites* de busca, no Brasil os portais nasceram dentro das empresas jornalísticas. As empresas como as Organizações Globo, O Grupo Estado (jornal Estado de S. Paulo e Jornal da Tarde), o Grupo Folha (jornal Folha de S. Paulo) e a Editora Abril, considerados os maiores conglomerados de mídia do Brasil, foram os responsáveis a darem os primeiros passos na *internet* depois do “boom mercadológico” do ano de 1999 e 2000 (FERRARI, 2010, p. 28).

Ferrari (2010) afirma que durante os anos de 1997 até o final de 2000 os grandes *sites* de conteúdos brasileiros visaram à oferta abundante de conteúdo, no sentido de volume de notícias do que no aprofundamento das matérias.

Se olharmos o cenário a partir do início de 2001, no entanto, percebemos que a *internet* abandonou o *glamour* de 2000, quando todo proprietário do site imaginava que, com pouco investimento e muita criatividade, ficaria rico e faria com que seu site figurasse como case de sucesso nas revistas especializadas. O mercado passou a preocupar-se mais seriamente com a integração entre conteúdo de qualidade, *design* acessível e viabilidade financeira. (FERRARI, 2010, p. 28).

O conceito de convergência midiática aparece nos estudos do jornalismo digital. A multimídia proporcionada pela *internet* permitiu que o jornalismo, tanto nos processos quanto nas narrativas, adquirisse características, como por exemplo, a hipertextualidade (PALÁCIOS, 2002). Neste cenário hipertextual, as velhas mídias utilizadas na TV, rádio, impresso (jornal e revista) e fotojornalismo aprendem a construir narrativas jornalísticas de maneira convergente, ou seja,

multimídia. Conforme Canavilhas (2014) as características webjornalismo são hipertextualidade, multimidialidade, interatividade, memória instantânea, personalização e ubiquidade.

Jenkins (2009) acredita que a convergência midiática representa uma transformação cultural. Na obra *Cultura da Convergência*, o autor afirma ser contra a ideia da convergência associada apenas na dimensão tecnológica, pois ela representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar informações e estabelecer conexões nos conteúdos de mídia dispersos. (JENKINS, 2009, p. 30).

O autor afirma que a “convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias”. (JENKINS, 2009, p. 45). O controle das mídias é uma característica de “empoderamento” conforme Satuf (2016), sendo este uma característica da mídia independente.

2.2 Nascimento da Mídia Livre/Independente

Assim como os meios de comunicação de massa tradicional (jornal impresso, rádio e televisão) migraram para a web depois da popularização da *internet*, a web também abriu portas para outras mídias atuarem de forma independente de transmissão de notícia como é feito nas competências de um veículo que está vinculado a uma empresa. Geralmente essas redes independentes utilizam a autonomia da *internet* para propagar a democratização da informação, através das produções colaborativas.

O teor da mensagem muitas vezes é questionado pelos profissionais jornalistas ou até mesmo a sociedade que consome a informação se é de caráter jornalístico, uma vez que as produções dos conteúdos geralmente são pautadas em temáticas de caráter humanitário, cobertura e promoção de movimentos sociais e práticas ativistas. Além das questões de modo de desenvolver, construir e distribuir a informação com caráter colaborativo, jornalismo cívico ou cidadão, através da cultura *peer-to-peer* (P2P).

Satuf (2016) ressalta que “transformações tecnológicas e sociais instauram novas questões sobre o amplo fenômeno da mídia independente com consequências importantes sobre as práticas jornalísticas no século XXI”. (SATUF, 2016, p. 07). E diante disso as tecnologias móveis de comunicação se tornaram indispensáveis à consolidação do “midialivrismo”, termo usado para caracterizar a interseção do jornalismo com o ciberativismo no século XXI (MALINI; ANTOUN, 2013).

De acordo com Satuf (2016), as principais características das mídias independentes digitais são o uso de *smartphones* e redes móveis (3G, 4G ou Wi-fi) como vetores do “empoderamento” capaz de agir ou reagir às redes de comunicação diante dos poderes constituídos. Outra característica é o jornalismo *peer-to-peer* “em que a rigidez do centro irradiador de informação, modelo consagrado no sistema de comunicação *broadcast*, dá lugar à fluidez de formações rizomáticas”. (SATUF, 2016, p. 11). Trata-se do jornalismo produzido de mobilizações instantâneas e pontuais.

A ideia de “peer-to-peer” (ou “P2P” no jargão da informática) aplicada ao jornalismo está ancorada numa concepção mais horizontal e aberta da comunicação potencializada pelo uso de telefones móveis e smartphones interconectados. No jornalismo peer-to-peer, as informações percebidas como relevantes pelos integrantes de um grupo ganham o tratamento típico de notícia e circulam por redes de cooperação que são formadas mais por afinidade ideológica do que por estruturas corporativas previamente estabelecidas. (SATUF, 2016, p. 11).

Outra concepção a ser explorada é a prática do “metajornalismo”, ou seja, “o jornalismo sobre o próprio jornalismo”. (SATUF, 2016, p. 13). Satuf (2016) ressalta que o metajornalismo desloca normas, os valores e as práticas profissionais para o centro do debate.

Em primeiro lugar, obriga o jornalista a refletir sobre sua própria atuação, sobretudo acerca dos limites éticos e deontológicos, aspectos negligenciados pela rotina acelerada imposta por prazos quase sempre reduzidos para a apuração e publicação de informação. Em segundo lugar, ao desnudar processos outrora ocultos aos não iniciados, o metajornalismo passa a convocar a audiência para participar da discussão de forma sistemática. (SATUF, 2016, p. 13-14).

No programa do Rádio do Observatório de Imprensa, exibido no dia (30/12/2009), a entrevistada foi a jornalista Luiza Caires, que até então na época era

mestranda da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, sobre a temática “Existe mídia independente?”. A jornalista foi responsável pelo estudo¹ do Centro de Mídia Independente, CMI Brasil², que faz parte da rede Internacional Indy Media que existe desde 1999.

O CMI Brasil é uma rede de produtores e produtoras independentes de mídia que busca oferecer ao público informação alternativa e crítica de qualidade que contribua para a construção de uma sociedade livre, igualitária e que respeite o meio ambiente. O CMI Brasil quer dar voz a quem não têm voz constituindo uma alternativa consistente à mídia empresarial que frequentemente distorce fatos e apresenta interpretações de acordo com os interesses das elites econômicas, sociais e culturais. A ênfase da cobertura é sobre os movimentos sociais e sobre as políticas às quais se opõem. (OBSERVATÓRIO DE IMPRENSA - texto digital)³

Luiza destaca as diferenças entre o CMI Brasil e as outras redes de mídia colaborativa. Sendo essas diferenças as temáticas abordadas, rede independente e não possui financiamento. Ela vai além e faz uma comparação com *sites* de cultura como *Overmundo* e o *site* de tecnologias *Slashdot* que são considerados jornalismo cidadão.

Mas em relação à cidadania... no que é que aquilo está sendo útil para a promoção da cidadania? Não sei. Não desmerecendo, dentro do seu nicho, aquelas iniciativas, mas falando de cidadania mesmo, eu acho que o CMI e a Rede Indy Media ainda é a mais importante. (OBSERVATÓRIO DE IMPRENSA - texto digital)⁴

A jornalista foi questionada sobre a participação de pessoas comuns nas publicações do *site*. Luiza destacou que o público que se interessa pelo CMI geralmente está ligado com questões sociais. Porém essa “liberdade” acaba colocando em risco as publicações, já que os colaboradores enviam textos que fogem da proposta do site que é “oferecer ao público informação alternativa e crítica

¹ Tese Luiza Caires: **Quem Faz a Mídia no CMI Brasil: Jornalismo alternativo, ativista e colaborativo na internet.** Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-08112010-121416/pt-br.php> Acesso em: 13 maio. 2019

² CMI Brasil: Disponível em: <https://midiaindependente.org/?q=sobre-cmi> Acesso em: 13 maio. 2019

³ Observatório da Imprensa. **Existe Mídia Independente?** Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/radio/existe-midia-independente/> Acesso em: 19 maio. 2019

⁴ Observatório da Imprensa. **Existe Mídia Independente?** Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/radio/existe-midia-independente/> Acesso em: 19 maio. 2019

de qualidade que contribua para a construção de uma sociedade livre, igualitária e que respeite o meio ambiente”.

A gente percebe que é um público que conhece a iniciativa do CMI, sabe por que é que está ali, que é um site voltado para as questões sociais, para essas lutas. E tem muita gente que, na verdade, não tem muito interesse por conhecer mais a proposta do site, na parte de publicação livre, e acaba colocando textos que às vezes não têm tanto a ver. O pessoal faz uma moderação, mas é uma moderação bem livre: eles só removem para uma outra seção, que é uma seção que se chama ‘Arquivos Escondidos’, mas na verdade eles ficam ali. (OBSERVATÓRIO DE IMPRENSA - texto digital) ⁵

Para entender como nasceu a *Independent Media Center* (IMC) precisamos compreender o contexto histórico que ela estava inserida. Entre o dia 30 de novembro e 02 de dezembro de 1999, a grande imprensa noticiou sobre os acontecimentos da III reunião ministerial da Organização Mundial do Comércio (OMC). Também foi noticiado sobre a indignação dos fazendeiros de todo o mundo contra o protecionismo do governo norte-americano subsidiando agressivamente os produtos agrícolas. A “confusão” estava centralizada na cidade norte-americana *Seattle*, o caso ficou conhecido como “Batalha de Seattle”. O então embaixador brasileiro na época, Carlos Lampreia fez aparições nos telejornais da rede Globo com o discurso “heroico” e “encorajador” para contrariar os interesses econômicos dos Estados Unidos. Lampreia defendia o direito a “competitividade” dos produtos agrícolas brasileiros (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 135-136).

Tanto os telejornais exibidos em canal aberto, quanto em canal fechado pautaram notícias semelhantes. As notícias variavam entre a reunião na Organização Mundial do Comércio e vezes ou outras apareciam imagens dos protestos em passagens curtas de duração.

Em um primeiro momento, reportavam os comunicados produzidos pela agência de notícias do World Trade Center, sede da OMC onde se realizava a reunião, complementando-os com entrevistas e reportagens. Vez em nunca uma pálida alusão, nada que ultrapassasse cinco segundos, aos “protestos” de “grupos” que aconteciam em um mundo aparentemente “irreal”, pois se estendia para além das fronteiras enquadradas nas

⁵ Observatório da Imprensa. **Existe Mídia Independente?** Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/radio/existe-midia-independente/> Acesso em: 19 maio. 2019

câmeras, circunscritas aos limites do prédio. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 136).

As faltas das imagens nos telejornais cobrindo os protestos remetiam a ideia de que algo estava acontecendo e apontava para duas interpretações: “ou eram apresentados como críticas corporativistas à liberdade comercial, feitas por grupos contrários à competitividade global; ou eram badernas de *anarcopunks* e delinquentes”. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 135).

Para reverter à situação a *Cable News Network* (CNN), canal a cabo de notícias norte-americano, passou a exibir com o principal âncora, o prefeito e o chefe de polícia de *Seattle*, um debate dos desdobramentos sobre o ocorrido. Durante o telejornal era exibido imagens dos protestos, latas de lixo com fogo, vidros quebrados entre outros.

Agora outras imagens apareciam na telinha: latas de lixo queimando, vidraças quebradas e ameaçadoras criaturas mascaradas e vestidas de negro, as roupas cobertas de tachas prateadas combinando com pulseiras e coleiras cheias de pregos também prateados. Soube-se então que a sessão de abertura da reunião havia sido cancelada e que a medida visava a proteger o presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, que discursaria no dia seguinte, de uma minoria (sic) radicalizada de baderneiros que tinha levado a cidade ao caos com sua violência. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 137).

Malini e Antoun (2013) relatam que uma repórter da *Breaking News, Top Stories, & Show Clips - NBC News* (MSNBC), rede de televisão paga de notícias 24 horas sediada nos Estados Unidos, passou a relatar atividades repressivas “levadas a cabo pela polícia e a guarda especial usando o cômico pronome ‘nós’, o que mandava “definitivamente para o espaço” qualquer simulação de isenção jornalística na transmissão dos fatos”. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 136).

A indecente cobertura jornalística da velha mídia corporativa e centralizada, da qual foi enfocada apenas a face mais generalizada e agressiva – a da TV aberta ou por cabo –, teria só o amargo sabor de fim de século e milênio, não tivesse ela sido afrontada pela emergência de uma nova mídia, o Independent Media Center (IMC) – sediado, sobretudo na Internet –, que, ao final do movimento conhecido como Batalha de Seattle, tornou-se o principal órgão de notícias sobre o acontecimento. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 136).

Diante disso, foi criado o *Independent Media Center* (IMC) por organizações ativistas da mídia independente e alternativa com o objetivo de “oferecer uma rede para a cobertura jornalística dos protestos de novembro de 1999 contra a OMC em Seattle”. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 137). O IMC foi construído a partir do conceito de mídia sob demanda com a finalidade de fazer uma cobertura minuto a minuto dos acontecimentos ligados à manifestação.

[...] usando um democrático sistema de edição aberta (*open-publishing*) e atuando como uma câmara de compensação de informações para jornalistas, recolhendo e disponibilizando, ao mesmo tempo, reportagens, áudios, fotos e vídeos em um regime de *copyleft* através de seu website. Cobrir o acontecimento para o IMC significa participar ativamente de sua elaboração e não apenas noticiar as ações que se desenrolam quando de sua manifestação. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 137).

De acordo com Malini e Antoun (2013) o desafio dessas mídias independentes, comunidades virtuais nascidas do ciberespaço, é substituir as formas democráticas centralizadas (Estado) conduzidas pelos órgãos de atuação (Instituições) de modo que abra espaço para uma “democracia de participação interativa, constituindo uma rede de ação direta”. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 140).

As coberturas das manifestações em *Seattle* foram importantes para mudar o próprio modo de fazer jornalismo, de acordo com Malini e Antoun (2013). O material coletado pelo IMC foi transformado em documentários, eles também produziram um jornal gratuito em formato PDF para ser impresso e redistribuído na região de Seattle. O *website* da rede atingiu a marca de dois milhões de conexões e foi apresentado pelo AOL, Yahoo, CNN, BBC Online entre outros portais e jornais da *internet*. E também foram responsáveis por expandir núcleos em outras regiões dos Estados Unidos e em outros continentes (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 138).

2.3 A Mídia Livre e a Relação Com o Ciberativismo

Malini e Antoun (2013) destacam que a *internet* era um espaço utilizado apenas para realizar trocas de dados e quantias monetárias. Porém essa função muda com a emergência do ciberespaço. Comunidades virtuais uniram-se para discutir assuntos em comum, “[...] ações coletivas contra sistemas totalitários; de

campanhas de adesão para determinadas causas sociais ao trabalho de debate intelectual [...]”. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 20).

No ano 1984 surge o termo *ciberativismo* como “sinônimo de ações coletivas coordenadas e mobilizadas coletivamente através da comunicação distribuída em rede interativa”. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 20). As temáticas como críticas aos poderes econômicos, a política de movimentos feministas, ambientalistas e estudantis vinculados às instituições não governamentais sofreram barreiras das censuras políticas e econômicas locais, então o espaço utilizado para serem debatidos era na *web*.

Segundo Malini e Antoun (2013) na história da militância política a *internet*, dos grupos de discussão, vai inaugurar a política de vazamento como *modus operandi* “para fazer chegar aos diferentes usuários de todo o mundo as informações privilegiadas sobre a situação social de regimes políticos fechados [...]”. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 20). Diante desse cenário, surge então o ciberativismo em uma versão *hacker* comunitário, grupos virtuais responsáveis por vazarem informações na *internet* para comunidades mais distintas.

Na época, a “guerrilha midiática” acontecia com a produção de contrainformação usando o meio da radiodifusão (rádio, especialmente). Com a invenção do ciberespaço, a guerra de informação ocorre de modo subterrâneo, entre aqueles que possuem centrais de comunicação mediadas por computador. Em síntese: os *hackers* de narrativas fazem dos grupos de discussão uma estrutura de mídia que permite a toda informação vazarem nas mais distintas comunidades virtuais; ao mesmo tempo, que peritos em programação computacional – os *hackers* de código – não param de inventar linhas de comando que tornam a Internet mais livre, num período em que a ideologia proprietária em torno dos direitos autorais se intensifica entre os desenvolvedores de tecnologia. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 21).

Os grupos de discussão e as comunidades *hackers* exploram duas lógicas do tratamento do movimento ativista no espaço da *web*. Para isso eles utilizam dois termos: o midialivrismo de massa e o midialivrismo ciberativista. Enquanto os midialivristas de massa nascem da política radical dos movimentos sociais, urbanos, estudantis, sindicais, etc. Os midialivristas ciberativistas nascem da corrente nos movimentos chamados de contracultura, conhecidos pelos discursos “paz e amor”, literatura marginal, *rock*, entre outros (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 21-23).

O midialivrisimo de massa quer se liberar do poder concentrador da propriedade dos meios de comunicação; o ciberativista quer radicalizar os direitos fundamentais (ou mesmo subverter o sentido liberal destes), sobretudo a liberdade de expressão. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 22).

Os midialivristas, termo utilizado para quem é praticante ou quem segue as correntes do midialivrisimo partem do pressuposto que “[...] a comunicação é um campo de batalhas. Nela, o *status quo* se faz consenso. Nela, os grupos minoritários disputam espaço, chamando atenção para os silêncios da fala hegemônica”. (SATUF 2016 apud BELISÁRIO et al, 2008, p. 12). De modo que remete a inclusão e cidadania o debate central sobre a comunicação social e sociedade democrática.

De acordo com Malini e Antoun (2013) o midialivrista é um sujeito que dialoga com a interface, ou seja, sua comunicação está presente nos *sites*, blogs e perfis nas redes sociais. Geralmente são desenvolvidos por qualquer pessoa ou por pequenos coletivos que buscam produzir e criticar o modo típico de narração da mídia de massa tradicional (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 24).

A conectividade das redes, os movimentos militantes, os movimentos sociais e as críticas ao modelo de jornalismo praticado pela mídia tradicional promoveram o crescimento significativo das redes independentes. Prova disso são os números de seguidores no nas redes sociais. A Agência Pública, instituição sem fins lucrativos que atua na produção colaborativa de notícias, produziu o “Mapa do Jornalismo Independente no Brasil”.⁶ Trata-se de uma interface interativa onde estão listados mais de 70 canais que se apresentam como “redes colaborativas” ou “coletivos” jornalísticos financeiramente autossustentáveis. Entre eles, Jornalistas Livres, Barão de Itararé, Nexo e Mídia Ninja, este último sendo *corpus* de análise da nossa pesquisa.

A escolha do coletivo Mídia Ninja foi de acordo com os critérios; publicação regular de conteúdo *online*, seja no portal ou nas redes sociais, as práticas midialivristas, já exploradas no capítulo, e a crescente visibilidade dos usuários da *internet*. Na página do *Facebook* do grupo, por exemplo, cerca de dois bilhões de

⁶ Mapa do Jornalismo Independente no Brasil: Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/> Acesso em: 17 nov. 2019

peças seguem o coletivo. Uma grande visibilidade nos remete a ideia de credibilidade e confiança na fonte de informação. Vejamos os números dos seguidores da Mídia Ninja nas principais redes sociais:

Tabela 1 - Número de seguidores da Mídia Ninja nas redes sociais 2019

Rede Social	Nº de seguidores
Facebook	2.216.601
Instagram	1.518.135
Twitter	607.662
Youtube	235.000 (aproximadamente)
Medium	10.107
Flickr	1.000 (aproximadamente)

Fonte: Mídia Ninja (2019) Obs: Dados coletados no dia 17/11/2019 às 12:30.

3 QUEM É A MÍDIA NINJA?

A sigla *Ninja*, significa *Narrativas Independentes Jornalismo e Ação*, é uma rede de comunicação livre que busca produzir e distribuir informações a partir de novas tecnologias com uma lógica colaborativa, definida como a cultura *peer-to-peer*, rede entre pares ou a sigla em inglês *P2P* (SATUF, 2016). Braço direito do coletivo Fora do Eixo (FdE), os ninjas ganharam notoriedade com a cobertura ao vivo das manifestações de junho no ano de 2013, mais conhecida como Jornadas de Junho. A repercussão da cobertura dos protestos fez que a rede ganhasse o *Shorty Awards our Social Media Profile*, um evento anual de premiação que homenageia os melhores criadores de conteúdo em forma de curtas no microblogging *Twitter* e nas redes sociais.

A Mídia Ninja dissemina conteúdos através do portal, redes sociais; *Facebook* – além da plataforma eletrônica *Medium* -, *Twitter*, *Instagram*, *Youtube*, *Flickr* e *Telegram*. O objetivo do coletivo é dar visibilidade a atores sociais e temas que, geralmente, não têm espaço na mídia ou que são retratados de uma forma, no sentido compreensão, distorcida (RODRIGUES, 2018, p. 16).

Entendemos a comunicação democrática como um direito humano e defendemos o interesse público, a diversidade cultural e o direito à informação, visibilizando pautas de comunicação, causas identitárias, cultura, meio ambiente, juventude e outras que dialogam com os desafios do século XXI. (Mídia Ninja – texto digital portal).⁷

3.1 Onde Tudo Começou

30 de junho de 2013, final da Copa das Confederações, no Maracanã, no estado do Rio de Janeiro. A Rede Globo transmitiu, ao vivo, o confronto entre manifestantes e policias. Enquanto a grande emissora cobria os fatos por uma perspectiva, um grupo de manifestantes atraiu atenção e direcionou parte da audiência para as os celulares, *ipads* e monitores de computadores, através da

⁷ Mídia Ninja – Quem somos? Disponível em: <http://midianinja.org/quem-somos/> Acesso em: 17 nov. 2019

cobertura gerada por *smartphones* com acesso ao 3G, intitulando a cobertura como *Jornadas de Junho* (RODRIGUES, 2018, p. 86).

Um grande movimento social e de nível nacional que mobilizou várias cidades a protestarem contra o reajuste de 20 centavos das passagens de ônibus. Milhares de pessoas foram às ruas e aproveitaram o momento para manifestarem suas insatisfações contra a corrupção, os gastos públicos na Copa do Mundo, a má qualidade dos serviços públicos entre outros fatores que causaram grande impacto social (RODRIGUES, 2018, p. 86).

A convulsão social extraordinária - que não se via desde a mobilização pelo *impeachment* do presidente Fernando Collor – ganhou destaque na mídia internacional e aconteceu na sequência dos movimentos *Occupy* nos Estados Unidos, Europa e países árabes e *Primavera Árabe* na Turquia e Egito. (RODRIGUES, 2018, p. 86).

A Mídia Ninja ganhava mais audiência à medida que aumentava a mobilização nas redes e nas ruas a partir da divulgação dos *links* das transmissões dos *Twitcasting* no *Twitter*. Consequentemente aumentava a notoriedade do grupo que promovia a presença, mesmo no ambiente virtual, do espectador para dentro dos protestos (RODRIGUES, 2018, p. 86).

Outro marco importante que engajou o aumento de números de seguidores do coletivo Mídia Ninja foi a postagem do vídeo da prisão de Filipe Peçanha, conhecido como Carioca, e Felipe Gonçalves. Ambos acusados de incitar a violência durante o protesto na chegada do Papa Francisco ao Brasil, em julho de 2013, na XXVIII Jornada Mundial da Juventude. A manifestação também era contra o então governador Sérgio Cabral, responsável pelo caso do paradeiro do pedreiro Amarildo de Souza que desapareceu após ser detido por policiais da UPP (Unidade de Polícia Pacificadora) instalada na favela da Rocinha. Manifestantes se dirigiram ao bairro vizinho e se aglomeraram na porta da 9ª DP, no Catete, aos gritos “liberta a Mídia Ninja”. “A postagem do vídeo da prisão na *timeline* da Mídia Ninja teve 2.421 compartilhamentos e mais de 78 mil visualizações no YouTube”. (RODRIGUES, 2018, p. 87).

Depois da detenção dos militantes, os seguidores da Mídia Ninja no Facebook se multiplicaram, de 80 mil para 200 mil no final do mês dos acontecimentos. E no ano de 2016, o grupo possuía 365.640 seguidores. A grande

visibilidade despertou interesse de programas como o Roda Viva da TV Cultura e no dia 05/08/2013 houve a entrevista⁸ com os dois idealizadores do Mídia Ninja, Bruno Torturra e Pablo Capilé, um dos fundadores do Fora do Eixo⁹ (RODRIGUES, 2018, p. 89).

Em 2014, a Mídia Ninja afirmou uma parceria com o coletivo Jornalistas Livres¹⁰. Outros nomes também afirmaram parceria com o grupo, sendo eles; Outras Palavras, APonte, Conta d'Água, Fórum, Levante Popular, Barão de Itararé, MTST e MTS. Consequentemente a produção da Mídia Ninja sofreu modificações, assim como as estruturas do coletivo Fora do Eixo que possuía nove casas espalhados pelos estados do Brasil (RODRIGUES, 2018, p. 92).

No estudo de caso realizado pela mestra em comunicação, Claudia Rodrigues, na obra Mídia Ninja – Narrativas Jornalísticas em Disputa, a autora concluiu que a participação coletiva é um dos fatores importantes para a produção dos conteúdos.

Necessário fazer um preâmbulo sobre a formação e o *modus operandi* do Fora do Eixo em face da ligação umbilical com a Mídia Ninja e sua fundação. Durante a observação participante foi notável que, na prática, a mesma equipe responde pelas ações do FdE e da Mídia Ninja. O modo de vida coletivo e os princípios do Fora do Eixo, portanto, estão imbricados no fazer da Mídia Ninja. Nas entrevistas, foi recorrente a constatação de que a vida em regime de comuna é fundamental para a sustentabilidade e eficiência do fluxo de produção. (RODRIGUES, 2018, p. 92).

Em relação ao financiamento da Mídia Ninja, havia o caixa coletivo do Fora do Eixo, os chamados Cubos Card – criado pelo Coletivo Espaço Cubo – que são moedas sociais que giram em torno dos princípios da economia solidária. Hoje a Mídia Ninja é subsidiada pela *Hivos Foundation*, *Ford Foundation*, *Open Society* - responsável por investir nos projetos apresentados pelo coletivo – e *Catarse*. Os trabalhos *freelancers* também são fonte de renda (RODRIGUES, 2018, p. 95).

⁸ Entrevista Mídia Ninja – Roda Viva. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kmvvgDn-lpNQ> Acesso em: 17 nov. 2019

⁹ Fundado em 2005, o Fora do Eixo promove e dá visibilidade a artistas desconhecidos, como também constrói políticas públicas na área da Cultura.

¹⁰ O coletivo Jornalistas Livres foi criado em março de 2014 com o objetivo de cobrir o protesto contra a presidente Dilma Rousseff e, segundo seus integrantes, fazer um contraponto à cobertura da mídia tradicional.

A Mídia NINJA é fruto do investimento do trabalho de seus colaboradores, e conta com a estrutura e força de trabalho da rede Fora do Eixo para realizar suas atividades, além de organizações internacionais que se interessam em custear a formação de novos agentes de comunicação e a produção de conteúdo ligados às questões socioambientais e culturais. Temos autonomia dos poderes econômicos e políticos, que não determinam nossa linha editorial nem os conteúdos que queremos comunicar. (Mídia Ninja – texto digital portal)¹¹

3.2 Por Trás do Nome Ninja

Segundo Rodrigues (2018) o nome Ninja foi uma sugestão da Débora Pill, jornalista pesquisadora musical e amiga em comum de um dos integrantes do grupo, Rafael Vilela. “Ninja foi aprovada por seu apelo pop e porque transmite a ideia de jornalismo rápido, dinâmico, de rua, um jornalismo de dentro, ágil, silencioso, de identidade coletiva”. (RODRIGUES, 2018, p. 105).

Narrativas Independentes Jornalismo e Ação, o substantivo *ação* é justificado pelo teor extrapolativo do jornalismo praticados nas ruas, debates, aulas públicas e proposição de pautas¹². No dia 27/03/2013 a Mídia Ninja lançou a página no *Facebook*.” O tom do texto demonstra uma característica do grupo que se apresenta tanto como canal de notícias, quanto como a própria notícia”. (RODRIGUES, 2018, p. 106).

Enquanto a velha mídia vai se transformando em mofo, emerge pelo mundo inteiro uma tropa de comunicadores independentes. Nas ruas e nas redes, em textos, fotos, memes e streamings, atrás de câmeras ou celulares, eles estão por toda parte. Reduzindo os filtros entre os fatos e o público. Contrariando, na guerrilha, a narrativa oficial. Transformando a audiência passiva em difusores de informação. Já não precisamos de veículos. Somos os veículos. Embarcaremos hoje para a primeira missão do N.I.N.J.A. rumo ao Fórum Social Mundial em Tunísia. 5 dias de cobertura e conspirações públicas no maior encontro global de ativistas. Textos, fotos, entrevistas, transmissões diárias na PósTV e, mais importante: o começo de uma construção coletiva de uma rede internacional de jornalismo independente. Acompanhe, colabore e compartilhe pelo *facebook*, pelo nosso *instagram*

¹¹ Perguntas Frequentes - Mídia Ninja. Disponível em: <http://midianinja.org/perguntas-frequentes/>
Acesso: 17 nov. 2019

¹² Informação de Bruno Torturra disponível no e-book *Jornalismo Século XXI – O Modelo #mídiaNinja*, de Elizabeth Lorenzotti (2014).

@midianinja e pelos perfis dos nossos enviados, Bruno Torturra e Felipe Altenfelder. (Mídia Ninja – texto digital *Facebook*)¹³

3.3 Casas Coletivas

A autora Claudia Rodrigues no seu estudo de caso faz uma comparação da aparência das instalações onde fica localizada uma das casas coletivas da Mídia Ninja. Rodrigues (2018) relata que o local está situado em uma área residencial, as ruas são pacatas, não há letreiros para identificação e nem recepção. “Cada casa possui a sua própria lógica no espaço, apesar de todas serem sedes do mesmo coletivo. As diferenças são sutis e relevantes”. (RODRIGUES, 2018, p. 116).

A redação Ninja é vista como uma residência tradicional, o local possui cozinha, banheiro, área de serviço e quartos. Há escalas e cronogramas digitalizados e afixados em um mural onde são delegadas tarefas aos integrantes da casa. “Um membro da equipe está carregando cestos de roupa suja para as lavanderias das casas. Hora depois, a mesma pessoa está concentrada no computador produzindo notícia”. (RODRIGUES, 2018, p. 117).

As redações da Mídia Ninja são a moradia de seus integrantes. O cotidiano se mistura à jornada. As equipes, portanto, acordam no ambiente, compartilham tarefas da casa e do midiativismo; ali cozinham e fazem cinco refeições (café da manhã, almoço, lanche, jantar e larica¹⁴), cuidam do espaço e também convivem nas horas vagas. Não existe hora para começar e nem hora para acabar. O tempo de vida é o tempo de trabalho. (RODRIGUES, 2018, p. 117).

Os ninjas ficam conectados nos celulares e coordenam o trabalho a partir de *chats*, bate-papos em tempo real, no aplicativo *Telegram*¹⁵. Os integrantes utilizam aparelhos tecnológicos de última geração, por exemplo, os *MacBooks*. Há circulação constante de colaboradores, geralmente hóspedes, que ou estão por temporada na

¹³ Texto produzido no Facebook pela Mídia Ninja. Disponível em: <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.164308700393950/164308703727283/?type=1&theater> Acesso em: 17 nov. 2019

¹⁴ Larica: gíria que significa vontade de comer incontrolável.

¹⁵ O Telegram é um aplicativo que promove um tráfego maior de informação para transmitir arquivos pesados, como por exemplo, áudio e vídeo. Além de contar com o sistema de criptografia.

casa ou agregam na equipe. Diferente das redações onde existe uma rotina de circulação ao longo do dia, nas casas, a rotina é determinada pelas demandas de colaboradores (RODRIGUES, 2018, p. 119).

As casas coletivas funcionam através do sistema *coworking*¹⁶ informal e também prestam consultorias para outros coletivos independentes, principalmente para atender as temáticas de sustentabilidade (RODRIGUES, 2018, p. 119).

Conforme o tempo de vivência na casa alguns membros da equipe acabam se destacando e conquistam o respeito do grupo. O *lastro*, termo definido pelo coletivo Fora do Eixo, é um fator que norteia o nomadismo praticado pelos ninjas. “Quando há déficit de equipe onde há aumento de demanda, integrantes da Mídia Ninja mais destacados são deslocados e, eventualmente, instalados de forma permanente no novo destino”. (RODRIGUES, 2018, p. 119).

Embora o sentimento de horizontalidade, há lideranças e funções previamente estabelecidas. “Gestão da casa, fotografia, *design*, audiovisual, captação de recursos e condução dos carros do coletivo. Não existe diferença entre graduado e não graduado”. (RODRIGUES, 2018, p. 120).

3.4 O Perfil do Colaborador da Informação

No estudo de caso da mestra em comunicação Claudia Rodrigues, foi levantado cinco perfis de jovens que são integrantes da Mídia Ninja/Fora do Eixo. Conforme a autora são jovens autoconfiantes e com boa articulação, mas indecisos em relação ao mercado de trabalho. São jovens que abandonaram o curso superior quando conheceram o FdE, ou que conseguiram a graduação em outras profissões, principalmente, na área de Humanas (RODRIGUES, 2018, p. 120).

Os cinco jovens compartilham um perfil representativo dos integrantes da Mídia Ninja/Fora do Eixo. Possuem um discurso semiótico próprio e também

¹⁶ Sistema de trabalho compartilhado, criado pelo engenheiro de *software* Brad Neuberg em 2005, nos Estados Unidos.

engajam a cultura jovem e *indie*. “As falas nos revelam práticas sociais, comportamentais, ideológicas e culturais que constituem uma comunidade. [...] possuem reputação, histórico e liderança”. (RODRIGUES, 2018, p. 132).

Filhos de família classe média, que aquiescem à exigência de trabalhar o desapego da vaidade e dos bens materiais em um “exercício diário” de enfrentamento com os próprios desejos ambíguos e a resistência dos viventes - estágio pelo qual passaram ao entrar para o FdE. (RODRIGUES, 2018, p. 133).

Entre os entrevistados, Rodrigues (2018) destaca Rafael Vilela formado em *Design* pela Universidade Federal de Santa Catarina, filho de militantes históricos do Partido dos Trabalhadores (PT). Vilela é ex-dirigente do DCE da UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina), responsável pelo lançamento do Ufstock – festival estudantil de música independente. Rafael participou do coletivo Cardume Cultural e mais tarde foi conectado ao Fora do Eixo. A experiência acadêmica e a habilidade para a fotografia abriram portas para o jovem no coletivo Mídia Ninja (RODRIGUES, 2018, p. 134).

Outro exemplo é o Christian Braga, era estudante de Engenharia Elétrica e gerente em uma loja de material fotográfico em Manaus. O jovem abandonou a faculdade, o emprego e a família para ser um integrante no Coletivo Difusão, parceiro da Mídia Ninja, depois de uma experiência de cinco dias em uma das casas do Fora do Eixo em Belém no ano de 2013. O jovem atua, principalmente, como fotógrafo, *design* e editor de vídeos para a Mídia Ninja e PosTV (RODRIGUES, 2018, p. 136).

A autora relata que os cinco jovens afirmaram que aprendem mais com a rotina de trabalho na casa dos coletivos do que em uma universidade formal. “O intercâmbio entre os membros da casa e colaboradores gera conhecimento sobre o modo de fazer. O aprendizado vem também do convívio com profissionais e acadêmicos que transmitem seu saber de forma colaborativa”. (RODRIGUES, 2018, p. 142).

Essa dinâmica constitui o que o FdE batizou de “Universidade Fora do Eixo”. A base é a economia da confiança em que se dá o processo de construção de papéis e lugares de fala dentro do coletivo. A confiança funciona como combustível para manter o estímulo e a dedicação, e os desafios constantes, como fonte de motivação. (RODRIGUES, 2018, p. 142-143).

Mudar a opinião pública, usar a comunicação para dar voz a quem não tem, criar narrativas com novas perspectivas fazem parte dos objetivos do Mídia Ninja. Rodrigues (2018 *apud* BENTES, 2015, p. 143) “Para o midiativista (ou midialivrista), a comunicação serve como suporte para mobilizar e organizar, expressar, essa multidão”.

A gente tem uma relação muito orgânica com os movimentos, com o MTS, com o Levante, com o Juntos, como o movimento estudantil, com o movimento do Sem Teto, com o LGBT. A gente é acionado por eles e, ao mesmo tempo, constrói o processo político no campo da narrativa. (RODRIGUES, 2018 *apud* VILELA, 2015, p. 143).

A Mídia Ninja também pode se enquadrar na corrente da contracultura. Rodrigues cita Messeder que faz referência ao termo como “uma postura de negação da ordem vigente que concerne em um tipo de crítica anárquica no que tange às regras convencionais”. (RODRIGUES, 2018 *apud* MESSEDER, 1983, p. 143).

O modelo da Universidade Fora do Eixo é um traço da contracultura. Nos anos de 1960 houve o surgimento das “universidades livres” que possuíam regras poucos convencionais atendendo, principalmente, os grupos da minoria – negros, mulheres, *gays*, *hippies*. “Foi introduzido a figura dos *yippies*, *hippies* politizados, e viu desabrochar o ativismo social”. (RODRIGUES, 2018 *apud* MESSEDER, 1983, p. 145).

Em 1971 foi gestada a Declaração de Princípios em Berkeley, na Califórnia. O congresso contou com a participação dos principais líderes estudantis e representantes dos grupos de minorias. Nota-se que a proposta se aproxima dos conceitos adotados pelo Fora do Eixo. Messeder cita o trecho do documento em seu livro *Contracultura*:

A nova sociedade, a sociedade alternativa, deve emergir do velho Sistema, como um cogumelo novo brota de um tronco apodrecido. Acabou-se a era do protesto subterrâneo e das demonstrações existenciais. Acabou-se o mito de que os artistas têm que estar à margem de sua época. Devemos de agora em diante investir toda a nossa energia na construção de novas condições. O que for possível utilizar da velha sociedade, nós utilizaremos sem escrúpulos: meios de comunicação, dinheiro, estratégia, know-how e as poucas ideias liberais. (MESSEDER, 1983, p. 62).

Ainda seguindo o perfil do colaborador da informação, conclui-se, que não necessariamente é uma pessoa graduada em jornalismo. Como vimos, são jovens, que podem ou não ter uma formação e quando possuem, geralmente, é atrelada a área de Humanas. E em sua maioria são colaboradores ligados a movimentos sociais. Nota-se que o coletivo adota as correntes da prática colaborativa, como vimos no conceito de Satuf (2016) - a lógica *peer-to-peer* se trata de uma prática de jornalismo de mobilização instantânea através dos usos de *smarthphones* e redes. Mas como funciona essa redação e as rotinas de produção da notícia do Mídia Ninja? E o mais importante isso pode ser chamado de jornalismo?

4 TEORIAS DO JORNALISMO

Antes de nos aprofundarmos nos processos produtivos da notícia do coletivo independente Mídia Ninja, precisamos entender como funciona o campo social do jornalismo e dos movimentos sociais. Para isso, abordaremos algumas definições teóricas dos elementos presentes dentro da Teoria do Jornalismo, sendo elas; critério de noticiabilidade, valor notícia, texto entre outros.

Os campos sociais definidos por Mazzarino (2013, p. 22) são “espécies de subsistemas, unidades formadoras da estrutura organizativa que funcionam como mecanismos de controle do sistema social global”. Os campos sociais são muitos e o que diferem uns dos outros são elementos específicos dos subsistemas, ou seja, as regras, valores, entre outros.

Mazzarino (2013) define os elementos do campo social jornalístico ou campo social midiático de caráter político, econômico e de solidariedade associativa. Segundo a autora, o campo social jornalístico serve como uma espécie de fiscalizador dos demais campos sociais, já que ele regula a transmissão de informação que tramita entre eles.

Já o campo dos movimentos sociais é associado como uma resposta ao sistema social, político e econômico. Quando há uma interação entre o campo social jornalístico no sistema social global, ocorre uma “de uma retroalimentação discursiva”. (MAZZARINO, 2013, p. 21).

Segundo Traquina (2005, p. 27) o jornalismo enquanto atividade tem um compromisso com a sociedade democrática. “Os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias e, por consequência, na construção da realidade”.

O autor chama atenção que a emergência das novas tecnologias permitiu o acesso das pessoas no ciberespaço e o questionamento de qual é o papel do jornalista na sociedade contemporânea, bem como e o modo de se fazer jornalismo. Para entender como funciona esse campo e porque as notícias são como são,

Traquina (2005) desenvolveu as teorias do jornalismo: teoria do espelho, teoria da ação pessoal ou teoria do “*gatekeeper*”, teoria organizacional, teorias da ação política.

Segundo Traquina (2005, p. 147) a teoria do espelho refere-se ao jornalista que não demonstra interesse em defender e informar a realidade dos fatos com o ideal “*doa a quem doer*”. Ainda conforme o autor essa teoria rompe a ideia dos papéis dos meios de comunicação em agir como arma política e os jornalistas como militantes partidários. “[...] o papel do jornalista é definido como o observador que relata com honestidade e equilíbrio o que acontece cauteloso em não emitir opiniões pessoais”.

A teoria do espelho nasce em dois momentos históricos. O primeiro com o surgimento do novo jornalismo - o jornalismo de informação - no século XXI. A ideia era trazer a separação entre “fatos” e “opiniões”. E o segundo momento em meados do século XX com o surgimento do conceito de objetividade (TRAQUINA, 2005, p. 147-148).

De acordo com Rodrigues (2018) o objetivo declarado do coletivo Mídia Ninja é “mudar o imaginário coletivo em relação a um tema ou outro”. (RODRIGUES, 2018, p. 151). Sendo assim, os midiativistas declinam a objetividade e imparcialidade jornalística. Rodrigues cita Hackett que acredita que o “mundo social e político” é uma realidade construída pelos meios de comunicação e não um espelho da realidade. “Longe de serem observadores desligados, os *media* ajudam ativamente a construir esse mundo”. (RODRIGUES, 2018 *apud* HACKETT, 1999, p. 152).

Defendemos abertamente a parcialidade enquanto um princípio de nosso trabalho, por acreditar que nenhuma construção humana é capaz de ser imparcial, já que resulta da soma e do acúmulo de todas as suas experiências anteriores e de nossas visões de mundo. (Mídia Ninja – texto digital portal)¹⁷

A teoria do *gatekeeper* refere-se ao processo de produção das informações que passa por *gates* (portões). Dentro desse ambiente os *gatekeepers* (jornalistas)

¹⁷ A Mídia Ninja é imparcial? Disponível em: <http://midianinja.org/perguntas-frequentes/> Acesso em: 18 nov. 2019

decidirão qual informação será veiculada como notícia. Traquina (2005) cita David Manning White que utilizou esse termo pela primeira vez no jornalismo em 1950.

A conclusão de White é que o processo de seleção (notícia) é subjetivo e arbitrário; as decisões do jornalista eram altamente subjetivas e dependentes de juízo de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*. (TRAQUINA, 2005, p. 150).

Traquina (2005) destaca que a teoria do *gatekeeper* analisa a notícia apenas a partir de quem a produz, ou seja, o jornalista. Portanto, é uma teoria que individualiza a função que tem dimensões burocráticas em uma organização jornalística.

A teoria do *gatekeeper* avança igualmente uma concepção bem limitada do trabalho jornalístico, sendo uma teoria que se baseia no conceito de “seleção”, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias, uma visão limitada do processo de produção das notícias. (TRAQUINA, 2005, p. 151).

A Mídia Ninja¹⁸ se concentra em pautas que abordam grupos (cidadãos-multimídia) que eles julgam que não recebem voz na mídia tradicional. Sendo assim, a maioria das postagens, são sobre protestos, manifestações, intervenções, atos públicos, ambiental, social. Existe reuniões de pautas e os encontros são virtuais através do *Telegram* e *Skype*. Além disso, pelo *Inbox* também são recebidos materiais de colaboradores e de desconhecidos. O material passa por uma filtragem. “Se necessário, a equipe faz uso de ferramentas do jornalismo tradicional para apurar, para melhorar e checar informações”. (RODRIGUES, 2018, p. 159).

O coletivo também utiliza o *Chat Mídia Ninja* para dúvidas nas pautas. Outro grupo que concentra os gestores regionais do Fora do Eixo é o *Chatão* que cuida da mobilização, divulgação de conteúdos na rede. Existe também o *Mídia Casas* que reúne o núcleo da Mídia Ninja, porém não fica explícito se existe um conselho editorial ou a figura de um editor-chefe. Conforme os ninjas, a decisão tomada no grupo é orgânica e todos devem desempenhar todas as funções. *Chat dos*

¹⁸ O portal Mídia Ninja é um *hub* de produção e distribuição de conteúdo capaz de qualificar e dar visibilidade para temas que estão fora da mídia convencional. Além de mobilizar uma nova geração de midiativistas e jornalistas, a plataforma democratiza o acesso à informação dando voz aos cidadãos-multimídia que mostram sua versão dos fatos. Personagens, narradores e leitores se misturam criando uma nova realidade, muito mais próxima à verdade (texto original no dia do lançamento do portal da Mídia Ninja em 2014).

Designers é formado pelos criadores das artes visuais, memes e gifs, eles também se dedicam na busca do material para a equipe e também há os *subchats*, como o *Ninja BSB* (RODRIGUES, 2018, p. 159-160).

Um exemplo de envio de material dos colaboradores por meio do *Inbox* é na página do coletivo no *Facebook*. Apesar de Rodrigues (2018) enfatizar que não dá para saber se existe um conselho editorial, nas políticas de uso da página, além de conter todas as regras para uma eventual postagem e comportamento do colaborador na página. Também tem à disposição a informação que a conta é gerenciada pela equipe Editorial da Mídia Ninja.

Figura 1 - Política de Uso da Página no Facebook da Mídia Ninja

Política de uso da Página da Mídia NINJA:

MÍDIA NINJA · SÁBADO, 22 DE SETEMBRO DE 2018 ·

Regras para publicação:

1. Não é permitida a publicação de links, fotos, vídeos por terceiros na Linha da MN.
2. Esse tipo de conteúdo poderá ser encaminhado por inbox e depois de avaliado, a partir das Regras de Comentários, poderá ser publicado na Linha do Tempo da fan page com os devidos créditos ao autor da informação.

Regras para comentários:

1. Ofensas, palavras de baixo calão, difamações ou qualquer outro linguajar chulo não serão tolerados.
- 2- Não serão toleradas igualmente ofensas diretas ou indiretas a nenhum membro deste fórum, sejam em comentários ou mensagens diretas.
- 3- Postagens com expressões racistas, de discriminação/intolerância religiosa, de discriminação/intolerância a orientação sexual ou qualquer outra expressão de cunho discriminatório não serão aceitas.
- 4- Spams serão excluídos e usuários banidos.
5. Comentários que fujam ao teor da postagem serão excluídos.
6. Denúncias devem ser enviadas ao e-mail.

Esta conta é gerenciada pela equipe Editorial da Mídia Ninja. Para mais informações, entre em contato pelo inbox.

Fonte: Reprodução do Facebook (2019)

Diferente da teoria do *gatekeeper* que individualiza a profissão, a teoria organizacional é vista em um âmbito vasto do ambiente organizacional no qual o indivíduo trabalha. Traquina (2005) cita Breed que apontou seis fatores que promovem o conformismo com a política editorial da organização: a autoridade

institucional e as sanções; os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores; as aspirações de mobilidade; a ausência de grupos de lealdade em conflito; o prazer da atividade e as notícias como valor.

Conforme a teoria “[...] o jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que ele ou ela tivesse trazido consigo”. (TRAQUINA, 2005 *apud* BREED, 1993, p. 152).

Como vimos no capítulo 02, especificamente no tópico “Casas Coletivas”, existe a relação das divisões de funções, mesmo que não há uma “liderança” declarada. “Gestão da casa, fotografia, *design*, audiovisual, captação de recursos e condução dos carros do coletivo. Não existe diferença entre graduado e não graduado”. (RODRIGUES, 2018, p. 120). Existe colaboradores por todo o Brasil que estão produzindo e difundindo conteúdo, a relação do “*lastro*” - *status* de autoridade do grupo - é relativa quando é relacionado ao sistema orgânico de horizontalidade que cria lideranças empoderadas que possuem poder de autonomia e decisão.

A gente não entende a horizontalidade como uma massa cinzenta onde todo mundo é a mesma coisa. [...] tem acúmulos e diferenças. A gente trabalha rumo à horizontalidade com um horizonte utópico. Passa por empoderar mais gente. [...] a gente conscientemente opta pelo processo mais difícil, estruturante. Envolver mais gente é sempre um desafio. Todo dia tem gente nova, que quer aprender [...] que resolve ficar porque tem um campo para desenvolver. (RODRIGUES, 2018 *apud* VILELA, 2015, p. 133).

Traquina (2005, p. 156) destaca que apesar desses fatores serem influenciadores, pode existir conflitos, uma vez que a política editorial nem sempre é clara, podendo até mesmo ser vaga ou mal estruturada. O autor cita Breed que conclui que a linha editorial da empresa jornalística geralmente segue a descrição da dinâmica sociocultural da redação.

A fonte de recompensas do jornalista não se localiza entre os leitores, que são manifestantes os seus clientes, mas entre os seus colegas e superiores. Em vez de aderir a ideias sociais e profissionais, o jornalista redefine os seus valores até o nível mais pragmático do grupo redatorial. (TRAQUINA, 2005, p. 157).

A teoria de ação política traz os estudos sobre o jornalismo a partir da década dos anos 1970. A análise agora não é somente das quantidades dos materiais publicados, mas também na preocupação com o indivíduo, a organização e a

comunidade profissional. O estudo aborda as implicações políticas e sociais da atividade jornalística, o papel social das notícias e a capacidade do Quarto Poder em corresponder às enormes expectativas em si depositadas pela própria teoria democrática (TRAQUINA, 2005, p. 161).

Traquina (2005) enfatiza que os jornalistas/*media* noticiosos são vistos como interesses políticos na teoria das ações políticas.

Na versão esquerda, os *media* noticiosos são vistos como instrumentos que ajudam a manter o sistema capitalista; na versão direita, servem como instrumentos que põem em causa o capitalismo. Seja de esquerda ou de direita, estas teorias defendem a posição de que as notícias são distorções sistemáticas que servem os interesses políticos de certos agentes sociais bem específicos que utilizam as notícias na projeção da sua visão do mundo, da sociedade, etc. (TRAQUINA, 2005, p. 163).

A teoria das ações políticas remete a questão de parcialidade. Traquina (2005, p. 162) “o filão em torno dos chamados estudos da parcialidade parte do princípio de que as notícias devem refletir a realidade sem distorção”. Porém a elite mediática utiliza do argumento que os jornalistas constituem uma “nova classe” com evidente parcialidade política para “distorcer” as notícias e conseqüentemente propagar as opiniões.

A Mídia Ninja deixa aberto claramente a parcialidade nas notícias como vimos nas teorias anteriores. “Valorizamos a multiplicidade de parcialidades e buscamos alinhar a informação com um conjunto de valores e direitos sociais, com os quais temos compromisso e que para nós são fundamentais”. (Mídia Ninja – texto original portal)¹⁹. Referente as relações partidárias, o coletivo afirma que não há financiamento e alinhamento com nenhum partido político. Os ninjas prezam o diálogo suprapartidários com todos os parlamentares que defendam políticas públicas em prol do bem comum.

Entendemos que a organização política partidária é ainda fundamental para as transformações sociais no Brasil, portanto não criminalizamos os partidos políticos e quem decide construí-los. Temos compromisso com a luta por direitos, e a certeza que o diálogo e a construção coletiva são primordiais

¹⁹ A Mídia Ninja é imparcial? Disponível em: <http://midianinja.org/perguntas-frequentes/> Acesso em: 18 nov. 2019

para sua conquista. Nossas causas são nossas pautas. (MÍDIA NINJA – texto digital portal)²⁰

²⁰ A relação da Mídia Ninja com os partidos políticos. Disponível em: <http://midianinja.org/perguntas-frequentes/> Acesso em: 18 nov. 2019

5 ABORDAGENS MÍDIA NINJA *versus* PORTAL G1

5.1 Portal G1

Antes de nos aprofundarmos na análise das técnicas jornalísticas do coletivo Mídia Ninja, precisamos trazer uma breve introdução de quem é o portal G1, portal de notícia pertencente ao grupo Globo. A escolha do G1 como parâmetro comparativo com o grupo independente Mídia Ninja também seguiu os critérios de publicação regular de conteúdo, seja no portal ou nas redes sociais, como também o número de seguidores nas redes sociais.

Vejamos o quadro com o número de seguidores nas principais redes sociais do Portal G1:

Tabela 2 - Número de seguidores nas redes sociais do portal G1 2019

Redes Sociais	Nº de seguidores
Facebook	10.857.230
Twitter	10.538.961
Instagram	3.860.405
Pinterest	1.364

Fonte: Portal G1 (2019) Obs: Dados coletos no dia 18/11/2019 às 11:12.

Ano de 2006, a Globo.com lança o portal G1 substituindo o antigo GloboNews.com criado no ano de 2001. O portal segue a orientação da direção do Jornalismo e Esporte da Globo. Hospeda também em suas páginas os conteúdos de jornalismo da Rede Globo, Globo News, rádio Globo e CBN, dos jornais O Globo e Extra, das revistas Época e Globo Rural entre outras. Possui cinco redações nas emissoras Globo localizadas em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte

e Recife. Além das notícias nacionais o portal também cobre pautas internacionais. Os conteúdos jornalísticos podem ser acessados nos dispositivos *mobiles* e *tabletes*. Em 2015, é criado o G1 em Um Minuto, trazendo boletins diários com as principais notícias do portal.²¹

Diferentemente da Mídia Ninja que defende um jornalismo independente, o portal G1 é um exemplo de jornalismo tradicional da era industrial (TRAQUINA 2005). Se voltarmos aos primórdios da concepção da Rede Globo, podemos destacar a credibilidade do grupo principalmente com a ascensão do Jornal Nacional, o telejornal exibido no horário nobre das programações da Rede Globo.

Vejamos um trecho da obra *Muito Além do Jardim Botânico* de Carlos Eduardo Lins da Silva. O autor faz o comparativo da Rede Globo com a Indústria Cultural:

Não só pela quantidade de funcionários envolvidos na operação e pelo porte do volume financeiro transacionado como também pela impressionante audiência que obtém e pelo requinte da divisão social do trabalho que o envolve, é claro que quando se está diante do Jornal Nacional, noticioso diário da Rede Globo de Televisão, tem-se pela frente um bem simbólico e material produzido em escala industrial. (SILVA, 1985, p. 19).

Segundo Silva (1985) a concepção de Indústria Cultural definida pelos estudiosos Adorno e Horkheimer veem os meios de comunicação massa como instrumento de controle e manipulação da ideologia dominante sobre o pensamento coletivo de espectadores alienados (SILVA, 1985, p. 20).

O autor chama atenção para a teoria de Adorno e Horkheimer quando afirmam que as transformações do produto cultural buscam seu espaço no mercado do consumo, mas não há razão para “escandaliza-se” já que a cultura sofreu os efeitos da Revolução Industrial. “Ela é produzida socialmente, não no vácuo. Portanto, sofre os efeitos – ao mesmo tempo em que influencia – do que ocorre na formação social”. (SILVA, 1985, p. 20).

²¹ Sobre o Portal G1. Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm> Acesso em: 15 out. 2019

A análise de Silva (1985) foi baseada em uma sociedade na década de 1980 que estava começando a ter acesso as tecnologias avançadas de comunicação, como a televisão, o videoteipe, o videocassete, entre outros. A ascensão da televisão era outro fator que estava ganhando espaço. Quando se trata da televisão brasileira o autor destaca que a Rede Globo de Televisão continuava sendo a líder. No ano de 1983, eram destinados 62,5% em verbas com publicidades, tendo um faturamento de 230 bilhões (SILVA, 1985, p. 28).

Sobre o modo de fazer jornalismo da Rede Globo, temos como parâmetro de análise o Jornal Nacional. Bonner (2009) atribui que os critérios de pautas do telejornal concentram-se em temas factuais, porque o objetivo diário do JN é noticiar aquilo que aconteceu no Brasil e no mundo no dia (BONNER, 2009, p. 117).

Como foi dito no primeiro parágrafo o portal G1 pode ser chamado de um grande acervo das outras programações jornalísticas do grupo Globo. O Jornal Nacional além de exibir algumas das reportagens também utiliza o portal como feedback. “Frequentemente, essas mensagens [*feedback*] se tornam fontes de pautas para as reportagens”. (BONNER, 2009, p. 237).

Aqui podemos notar uma clara diferença no modelo de produção da notícia. Enquanto o Jornal Nacional conta com o sistema de feedback com os espectadores para analisar as possíveis pautas que podem entrar na programação. No coletivo Mídia Ninja os colaboradores são agentes da notícia.

O grupo Globo visa a questão do público-alvo e as pautas são elaboradas de acordo com as características desse público. Eles também acreditam que todos têm poder de discernir e entender os fatos. “O menos culto dos homens é capaz de decidir o que é melhor para si, escolhe visando à qualidade e entende tudo o que lhe é relatado de forma competente”. (GRUPO GLOBO, 2011, p. 19).

Ainda seguindo os princípios de como fazer jornalismo, o Grupo Globo acredita que o jornalismo “é o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas”.²² Segundo o texto do editorial, o jornalismo é um exercício que permite o conhecimento de

²² Princípios Editorias Grupo Globo. Disponível em: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.pdf> Acesso em: 19 nov. 2019

fenômenos - crises políticas, ações governamentais, desastre ambiental, descoberta científica, direitos do cidadão entre outras atividades que impactam a vida das pessoas na sociedade – e que podem ser transmitidas com um grau aceitável de fidedignidade e correção, trazendo assim uma captação da realidade.

Sobre a questão de imparcialidade nas notícias, o Grupo Globo enfatiza que o objetivo de todos os veículos vinculados a rede é “conhecer, produzir conhecimento e informar”²³. “[...] Se de fato o objetivo do veículo for conhecer, informar, haverá um esforço consciente para que a sua opinião seja contradita por outras e para que haja cronistas, articulistas e analistas de várias tendências”. (GRUPO GLOBO, 2011, p. 05).

Sobre a questão de hierarquia e lideranças dentro da organização seguindo um princípio editorial, vimos que a Mídia Ninja parte do pressuposto que não existe essa divisão, apesar das delegações de funções. Existe a figura “*lastro*” - *status* de respeito – nas casas coletivas, mas a pessoa só ganha esse “título” pelos anos de vivência e experiência com o coletivo. Já o Grupo Globo acredita que a hierarquia é fundamental para que o jornalismo seja feito no tempo previamente estabelecido e de maneira correta.

Ocupantes de cargos de chefia e direção devem, contudo, ter ouvidos abertos a críticas e argumentações contrárias. O trabalho jornalístico é essencialmente coletivo, e errarão menos aqueles que ouvirem mais. Porque aquilo que pode parecer certo, acima de dúvidas, confrontado com outros argumentos, pode se revelar apenas fruto de gosto pessoal, idiosincrasia ou preconceito. (GRUPO GLOBO, 2011, p. 07).

Resgatando os conceitos da teoria das ações políticas do professor Traquina (2005), existe uma certa tendência, apontada pela classe mediática, dos veículos e dos jornalistas “distorcerem” as notícias e conseqüentemente propagarem a opinião. Eles também são vistos como interesses políticos dos órgãos públicos. O Grupo Globo afirma que são apartidários e independentes do governo e se esforçam para serem percebidos, ou seja, ganhar voz e espaço na sociedade. (GRUPO GLOBO, 2011, p. 08).

²³ Princípios Editoriais do Grupo Globo. Disponível em: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.pdf> Acesso em: 19 nov. 2019

Sobre as escolhas de fonte para as notícias, Rodrigues cita Tuchman que aponta que o jornalismo lida com problemas quando não verificam “de maneira profissional” e “apropriada” o fato. Muitas das vezes acabam buscando fontes autorizadas e legitimadas pelas instituições “que representam opiniões divergentes em relação ao fato apresentado (contra e a favor)”. (RODRIGUES, 2018 *apud* TUCHMAN, 1978, p. 194).

Em relação as escolhas de fontes, a Mídia Ninja faz parceria com alguns movimentos, um exemplo é o MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra) e o MTST (Movimento dos Trabalhadores Sem Teto), que apoiam o partido político do PT (Partido dos Trabalhadores). Os ninjas acreditam que essa relação com os movimentos é estabelecida principalmente pela questão confiança. E muitas das vezes os representantes preferem procurá-los, do que acionar um veículo tradicional (RODRIGUES, 2018, p.195).

O movimento é uma fonte permanente. [...] os movimentos acionam a gente antes dos veículos porque confiam. Talvez no jornalismo pese mais essa questão da fonte, da relação com a fonte. Nossa relação é orgânica. [...] É uma relação de pessoas interessadas em falar sobre aquilo. A relação de fonte está ligada à questão da imparcialidade e a gente não acredita nisso. Não só a fonte. É sujeito ativo no processo político. Ele está fazendo um fluxo de informação para facilitar a visibilidade do que ele acredita. (RODRIGUES, 2018 *apud* VILELA, 2015, p. 195).

Em contrapartida, o Grupo Globo orienta os jornalistas a se abster de promover apoio a partidos e defender ideologias que possam gerar controversas e polêmicas nas coberturas jornalísticas. “Esses jornalistas não devem nunca se pôr como parte do debate político e ideológico, muito menos com o intuito de contribuir para a vitória ou a derrota de uma tese, uma medida que divide opiniões”. (GRUPO GLOBO, 2011, p. 21).

A orientação é que os jornalistas acompanhem as atividades nas redes sociais de candidatos, partidos, entidades e movimentos. Porém não pode interagir com os posts, ou seja, curtir, comentar e compartilhar – isso inclui as atividades de terceiros que de alguma forma tem ligação político-partidária ou de ideais.

Quando acompanhar a atividade nas redes sociais de candidatos, partidos, entidades ou movimentos em torno da defesa de ideias ou projetos for fundamental para a cobertura jornalística, é permitido que o jornalista siga as suas páginas ou contas. [...] O jornalista deve seguir todos os candidatos

a um cargo majoritário e, nos outros casos, partidos e movimentos que defendam ideias opostas ou essencialmente diferentes, para que fique claro ao público que a iniciativa de os seguir não se deve a preferências pessoais. (GRUPO GLOBO, 2011, p. 21).

5.2 Tragédia Brumadinho

Para as análises das técnicas jornalísticas utilizadas pelo coletivo Mídia Ninja, temos o parâmetro de comparação o Portal G1. Para isso iremos utilizar um evento, a tragédia de Brumadinho no estado de Minas Gerais. Portanto, iremos contextualizar de modo geral o que foi a tragédia e logo em seguida iremos trazer algumas matérias contendo as abordagens de cada um dos veículos. O período de análise estipulado foi no dia 25 de janeiro de 2019 – dia que estourou a barragem - até o dia 12 de fevereiro de 2019 - última postagem do Mídia Ninja na plataforma *Medium*²⁴. Vale destacar que as publicações da Mídia nesta plataforma são as mesmas presentes no portal do coletivo.

No dia 25 de janeiro deste ano, uma das barragens da mineradora Vale, rompeu na região de Brumadinho, no estado de Minas Gerais. A tragédia destruiu a casa dos moradores da região do Córrego de Feijão. Os rejeitos atingiram a área administrativas da companhia, incluindo o refeitório e parte da comunidade de Vila Ferteco.

O portal G1 divulgou no dia (26/01/2019)

- Rompimento ocorreu no início da tarde na Mina do Feijão, da Vale, em Brumadinho;
- Mar de lama destruiu casas;
- Havia empregados da Vale no local atingido pelo rompimento;

²⁴ Sobre a Medium: é uma plataforma de publicação de blog fundada pelo co-fundador do Twitter, Evan Williams, em agosto de 2012. Um local de histórias pessoais, ideias inovadoras e perspectivas singulares — onde pessoas influentes e notórias publicam, interagem e envolvem sem filtros editoriais. A plataforma também é bastante utilizada por aqueles que praticam o jornalismo social.

- Há 9 pessoas mortas, outras sete feridas e até 350 desaparecidas;
- A Vale tinha 427 pessoas no local, e 279 foram resgatadas vivas;
- Corpo de Bombeiros e Defesa Civil estão no local; helicópteros resgatam pessoas ilhadas em diversos pontos;
- Ao menos seis prefeituras emitiram alerta para que população se mantenha longe do leito do Rio Paraopeba, pois o nível pode subir. Às 15h50, os rejeitos atingiram o rio;
- Rodovia estadual que leva a Brumadinho está fechada;
- Governo montou gabinete de crise, e 3 ministros estão a caminho; Bolsonaro vai sobrevoar o local no sábado;
- Por precaução, o Instituto Inhotim retirou funcionários e visitantes do local.

A Fundação Hospitalar do Estado de Minas Gerais (Fhemig) informou que o Hospital de Pronto-Socorro João XXIII ficou responsável para atender os feridos.

A mineradora Vale divulgou no site da companhia no dia 25/02/2019

- 395 localizados; 179 mortos; 131 desaparecidos;
- Ações humanitárias e assistência para as famílias atingidas com a tragédia;
- Indenização emergenciais;
- Responsabilidade com o meio ambiente;
- Obras de retenção e rejeitos;
- Situações das barragens.

Uma série de manchetes dos principais veículos de comunicação foram publicadas sobre envolvimento de funcionários na tragédia e até mesmo o pedido de afastamento de parte da diretoria executiva, como também do presidente, que até então foi afastado do cargo, Fabio Schvartsman. Conforme a matéria divulgada no portal G1 no dia 02 de março, o Ministério Público pediu a prisão de oito funcionários.

Segundo o texto, a promotoria alegava que eles tinham pleno conhecimento da situação da estabilidade da barragem e deveriam adotar providências para a estabilização da barragem e ou a evacuação de risco. E em relação ao afastamento do presidente Fábio Schvartsman foi orientado que parte do grupo não tivesse acesso aos prédios da mineradora, caso contrário o descumprimento pode resultar em prisão. A mineradora Vale diz que recomendação será avaliada.

5.3 Valor Notícia

Antes de publicar uma notícia, o jornalista precisa analisar se aquela informação possui critérios de noticiabilidade. De acordo com Traquina (2013) noticiabilidade são conjuntos de valores-notícias que determinam se um fato ou assunto pode virar notícia. (TRAQUINA, 2013, p. 61). E valores-notícias (*newsworthiness*) “é a resposta que o órgão de informação dá a questão: quais fatos cotidianos são importantes?”. (WOLF, 1999, p. 190).

Os critérios substantivos se referem à importância e interesse da notícia, fatores medidos por quatro variáveis: grau hierárquico, impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional, quantidade de pessoas que o acontecimento envolvente e relevância e significatividade. (WOLF, 1999, p. 200-205).

Traquina (2013) define dez valores notícias no que tange os critérios substantivos. O primeiro a *morte*, sendo esta um valor notícia fundamental para a comunidade interpretativa e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico presente nos jornais – seja ele seu canal de publicação (TRAQUINA, 2013, p. 76).

O segundo valor notícia é a *notoriedade*, Traquina (2013, p. 77) “o nome e a posição da pessoa são importantes como fator da noticiabilidade”. O terceiro valor notícia é a *proximidade*, segundo autor ele é usado em termos geográficos e também em termos culturais. “No caso dos desastres, a chamada Lei McLurg estabelece uma relação entre o número de mortos e a distância geográfica para avaliar a sua noticiabilidade”. (TRAQUINA, 2013, p. 77).

Traquina (2013) destaca a *relevância* como quarto critério, ela responde à preocupação de informar a sociedade sobre os acontecimentos, já que elas podem gerar impactos na vida das pessoas. O quinto critério de valor notícia é a *novidade*, campo fundamental na academia jornalística (TRAQUINA, 2013, p. 78).

Tempo é um valor notícia que pode ser avaliado em vários momentos. Traquina (2013) relata que em primeiro lugar o critério tem que ser visto na forma da atualidade. “A existência de um acontecimento na atualidade já transformada em notícia pode servir de *new page*, ou gancho para outros acontecimentos ligados a esse assunto”. (TRAQUINA, 2013, p. 78).

Outro valor notícia fundamental para a comunidade jornalística é a *notabilidade*. “[...] notabilidade alerta-nos para a forma como o campo jornalístico está virado para a cobertura de acontecimentos, e não problemática”. (TRAQUINA, 2013, p. 80). O autor cita Tuchman que aponta que os acontecimentos estão enraizados na “teia da faticidade”, ou seja, o quem? O quê? Quando? Onde? Como? Porquê? Do tradicional *lead* (TRAQUINA, 2013 *apud* TUCHMAN, 1978, p. 80).

O oitavo critério de valor notícia é o *inesperado*, aquilo que irrompe e pode surpreender. O nono critério segundo o autor é o conflito “violência física ou simbólica, como uma disputa verbal entre líderes políticos”. (TRAQUINA, 2013, p. 82).

Quando existe o retrato de violência, o valor notícia que se enquadra é a *infração*. “O crime é percebido como um fenômeno permanente e recorrente, e assim grande parte dele é observado pelos media noticiosos de uma forma igualmente rotinizada”. (TRAQUINA, 2013, p. 82). O *escândalo* também é um critério e remete a ideia mítica que o jornalista é o “cão de guarda” das instituições democráticas (TRAQUINA, 2013, p. 83).

Segundo Rodrigues (2018) a seleção de notícias da Mídia Ninja aponta em duas direções:

O coletivo reproduz os valores notícias da grande imprensa quando se impõe um fluxo pautado pelo conteúdo do noticiário dos veículos de massa. Por outro lado, subverte critérios largamente utilizados pelo media, como relevância, significatividade e grau de hierarquia, ao tratar de temas marginalizados. Nas duas situações fica evidente a tentativa de fazer um

contraponto à narrativa apresentada pela imprensa hegemônica. (RODRIGUES, 2018, p. 181).

Para cobrir as pautas referente a tragédia de Brumadinho, o coletivo Mídia Ninja fez uma série de reportagens especiais, denominadas *Missão Ninja em Brumadinho*²⁵, na plataforma *Medium*. O perfil contém as categorias “Ensaio”, “Notícias e Entrevistas”, “Opiniões e Notas Oficiais. Em uma soma geral, o coletivo publicou 29 matérias entre essas categorias. Porém, para as análises vamos focar na categoria “Notícias e Entrevistas”. Foram publicadas 17 matérias.

Figura 2 - Publicação no Facebook anunciando a cobertura - Missão Ninja em Brumadinho 11/02/2019



Fonte: Reprodução do Facebook (2019)

A tabela, a seguir, destaca as postagens do coletivo Mídia Ninja referente as reportagens especiais na plataforma *Medium*.

²⁵ Missão Brumadinho. Disponível em: <https://medium.com/miss%C3%A3o-brumadinho> Acesso em: 18 nov. 2018

Tabela 3 – Reportagens Mídia Ninja Missão Brumadinho 2019

Data	Manchete
05/02/2019	Brumadinho - Não é acidente, é crime!
05/02/2019	Milhares de animais agonizam e morrem soterrados em Brumadinho
05/02/2019	Outro mar de rejeitos: a indignação de atingidos e atingidas de Fundão pelo desastre de Brumadinho
05/02/2019	O bloqueio de bens é uma das medidas mais importantes a serem adotadas, afirma promotor do caso em Mariana
05/02/2019	73% das barragens não foram fiscalizadas em 2017, afirma crítico a Vale
05/02/2019	Brumadinho: a lama atingiu o Rio Paraopeba
05/02/2019	AGU diz que Vale é culpada por rompimento de barragem em Brumadinho
06/02/2019	Moradores de Brumadinho expostos à lama começam a apresentar sintomas de contaminação
06/02/2019	Vale negligencia 600 famílias do MST atingidas pelos rejeitos de lama em Brumadinho
06/02/2019	Ativistas contra a vale de 6 países listam observações sobre o crime de Brumadinho
08/02/2019	Não queremos reparação, mas reparação integral, conta defensora em Brumadinho
10/02/2019	“Para matar vocês são rápido” - Associação de vítimas em Brumadinho cobram assistência emergencial da Vale
10/02/2019	Enquanto o trem não passa
10/02/2019	Quanto Vale uma vida para a Vale?
11/02/2019	“Meu sonho era terminar a casa e morar com a minha noiva”, afirma sobrevivente

do Córrego do Feijão (MG)

11/02/2019 “Meu neto tá ali dentro da lama”, lamenta a moradora do Córrego de Feijão

12/02/2019 Os quilombos e os crimes da Vale

Fonte: elaborado pela autora

Em contrapartida, o portal G1 publicou do período 25 de janeiro de 2019 a 12 de fevereiro de 2019, 887 notícias. Dentro desse total, constam matérias principais, desdobramentos e atualizações da tragédia Brumadinho. Decidimos separar uma matéria de cada veículo dentro desse período para analisar se a Mídia Ninja atende algum dos critérios de noticiabilidade.

Figura 03 - Publicação na plataforma *Medium* “Outro mar de rejeito: a indignação de atingidos e atingidas de Fundão pelo desastre de Brumadinho”

Outro mar de rejeito: a indignação de atingidos e atingidas de Fundão pelo desastre de Brumadinho



Mídia NINJA **Following**
Feb 5 · 2 min read



Corpo de Bombeiros e brigadistas buscam sobreviventes no mar de lama. Foto: Otávio Martins

Com imenso pesar, a Comissão de Atingidos pela Barragem de Fundão (CABF), as comunidades atingidas e a Cáritas em Mariana recebem a notícia do rompimento das barragens de rejeitos da Vale, na Mina Feijão, em Brumadinho. Vivendo os impactos do crime há mais de três anos, atingidos e atingidas de Mariana se solidarizam com a população de Brumadinho.

A falta de respeito e a irresponsabilidade das empresas com a vida das pessoas mais uma vez se mostra letal. A impunidade é, sem dúvida, um fator decisivo para a repetição do desastre.

Afinal, até hoje, nenhuma das 22 pessoas e 4 empresas denunciadas por homicídio qualificado, lesões corporais e crimes ambientais no caso de Mariana/Rio Doce foram punidas. Nenhuma medida de não repetição foi tomada pelo Estado de Minas Gerais e pela União. Como em Mariana, este novo desastre evidencia a busca incessante de lucro por parte das empresas. Aliado a isso, há um Estado em crise econômica, altamente dependente e refém de práticas extrativas descomprometidas com a preservação do meio ambiente.

É necessária a compreensão de que o verdadeiro desenvolvimento não se dá sem a preservação ambiental, cultural e social. Em busca de diálogo, a Comissão de Atingidos pela Barragem de Fundão em Mariana encaminhou, em dezembro passado, pedido de reunião ao governador Romeu Zema, ainda pendente de resposta. O governador, em contrapartida, já se reuniu com representantes de diversas mineradoras.

As pessoas atingidas pela Barragem de Fundão compreendem a dor das comunidades atingidas pela Barragem Feijão. E com base na nossa luta dizemos: a tragédia não se encerra quando a lama pára de correr, a violação de direitos e o desrespeito para com a vida de atingidos e atingidas é constante e cotidiana. Em Mariana são três anos de impunidade, a nossa luta se junta a das vítimas de Brumadinho para que medidas de não repetição passem a ser, de fato, adotadas.

Prestamos solidariedade aos atingidos pelo rompimento da barragem Feijão e nos colocamos à disposição dos governos estadual e federal. Bem como aos membros do legislativo que efetivamente estejam dispostos a discutir e atuar em prol do aprimoramento da política de segurança de barragens e assistência aos atingidos no Brasil.

Ninguém larga a mão de ninguém!

Comissão de Atingidos e Atingidas pela Barragem de Fundão
Comunidades atingidas pela Barragem de Fundão de Mariana MG
Cáritas Brasileira Regional Minas Gerais

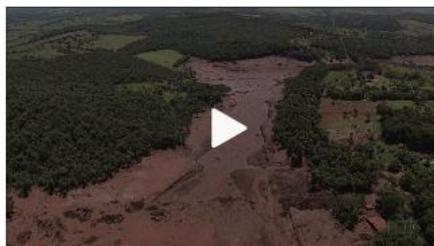
Fonte: Medium Mídia Ninja (2019)

Figura 04 - Publicação no portal G1 “Barragem da Vale se rompe em Brumadinho, MG”

Barragem da Vale se rompe em Brumadinho, MG

Mar de lama avançou sobre área administrativa da empresa e casas na área rural da cidade.

Por G1 Minas — Belo Horizonte
25/02/2019 13h17 / Atualizada há 9 meses



Tragédia em Brumadinho acontece três anos depois do desastre ambiental em Mariana

Uma barragem da mineradora **Vale** se rompeu nesta sexta-feira (25), em **Brumadinho**, na Região Metropolitana de Belo Horizonte. Imagens aéreas mostram que um mar de lama destruiu casas da região do Córrego do Feijão.



- **AO VIVO: acompanhe a cobertura em tempo real**
- **Há 3 anos, rompimento em Mariana foi o maior desastre ambiental do país**

O rompimento ocorreu no início da tarde de hoje, na Mina Feijão. A Vale informou sobre o acidente à Secretaria do Estado de Meio-Ambiente às 13h37. Os rejeitos atingiram a área administrativa da companhia, inclusive um refeitório, e parte da comunidade da Vila Ferteco.

CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADE



Há ao menos sete pessoas feridas. O Corpo de Bombeiros informou por volta das 8h30 de sábado (26) que havia entre 300 e 350 pessoas desaparecidas. Os bombeiros afirmam também que as sirenes de emergência não tocaram e divulgaram uma lista de pessoas resgatadas vivas.

Foram retiradas nove pessoas com vida da lama e 189 foram resgatadas. Quase 100 bombeiros estavam no local na sexta e o número deve chegar a 200 neste sábado (26).

A empresa diz que, dos 427 empregados que estavam no local, apenas 279 foram localizados. Segundo o presidente da Vale, Fábio Schvartsman, vazaram 12 milhões de metros cúbicos de rejeitos - na tragédia de Mariana, há 3 anos, foram 43,7 milhões.

Segundo o presidente da Vale, uma das barragens se rompeu e o vazamento do rejeito também fez outra barragem transbordar. Ele diz que a barragem que rompeu não era usada há três anos. Ainda não há informação sobre a causa do rompimento.

O que se sabe até agora (informações atualizadas até a manhã de sábado, 26):

- Rompimento ocorreu no início da tarde na **Mina do Feijão**, da Vale, em Brumadinho;
- Mar de lama **destruiu casas**;
- **Havia empregados** da Vale no local atingido pelo rompimento;
- **Há 9 pessoas mortas, outras sete feridas e até 350 desaparecidas**;
- A Vale tinha 427 pessoas no local, e 279 foram resgatadas vivas;
- Corpo de Bombeiros e Defesa Civil estão no local; helicópteros resgatam pessoas ilhadas em diversos pontos;
- Ao menos seis prefeituras emitiram alerta para que população **se mantenha longe do leito do Rio Paraopeba**, pois o nível pode subir. Às 15h50, os rejeitos atingiram o rio;
- Rodovia estadual que leva a Brumadinho está fechada;
- Governo montou gabinete de crise, e 3 ministros estão a caminho; Bolsonaro vai sobrevoar o local no sábado;
- Por precaução, o **Instituto Inhotim retirou funcionários** e visitantes do local.

Fonte: Portal G1 (2019)

Conforme a notícia publicada pela Mídia Ninja - Outro mar de rejeito: a indignação de atingidos e atingidas de Fundão pelo desastre de Brumadinho - nota-se os critérios de valores notícias *proximidade*, *relevância*, *novidade*, *tempo* e *inesperado*. O portal G1 na publicação da notícia - Barragem da Vale se rompe em Brumadinho, MG - também atende os mesmos critérios. A diferença é na linguagem de cada veículo, enquanto o Mídia Ninja usa um teor mais emotivo, como uma espécie carta de solidariedade as vítimas, o portal G1 atribui os fatores *hard news*, com a linguagem clara e objetiva trazendo um panorama com dados da tragédia. Porém essa análise de elementos do texto será feita no próximo tópico. O que se pode concluir é que a Mídia Ninja atende os critérios de noticiabilidade de acordo com as competências jornalísticas, prova pelos títulos das manchetes como vimos na tabela 03 e também na figura 03.

5.4 O Texto é Jornalístico?

O *lead* é o primeiro parágrafo de um texto jornalístico. Na composição de Laswell, o *lead* “informa quem fez o que, a quem, quando, onde, como, por que e para quê?”. Ele traz o relato do fato principal de uma série, o que é mais importante ou mais interessante (LAGE, 1999, p. 27).

No jornalismo digital o *lead* também pode ser explorado através da lógica T. Ferrari (2010) explica que o jornalista pode usar esse modelo para contar a história de forma narrativa, ir ponto a ponto ou pode continuar o texto com a lógica da pirâmide inversa. Na lógica T, na parte horizontal (–) é colocado o *lead* com a notícia principal, ou seja, o porquê dela está sendo escrita. E a parte vertical (|) pode ser estruturado de qualquer maneira, como por exemplo, utilizar recursos gráficos áudio visuais (FERRARI, 2010, p. 54).

Nas postagens das reportagens especiais do Mídia Ninja nota-se que hora o grupo utiliza o *lead* contendo parte das perguntas, hora utilizam uma linguagem poética que foge das regras jornalísticas para essa plataforma. Apesar que Lage (1999) relata que um texto se aproxima da narração literária. Por exemplo, na matéria publicada no dia 01 de fevereiro e postada no *Medium* no dia 07 de fevereiro - Moradores de Brumadinho expostos à lama começam a apresentar sintomas de contaminação - o *lead* responde a cinco perguntas. Vejamos conforme a figura: Quem? = as pessoas. O quê? = começaram a ter sintomas de intoxicação. Quando? = após o rompimento da barragem no dia 25 de janeiro. Onde? = Brumadinho (MG). Como? = após o contato com a lama.

Figura 05 – Reportagem Mídia Ninja “Moradores de Brumadinho expostos à lama começam a apresentar sintomas de contaminação”

Moradores de Brumadinho expostos à lama começam a apresentar sintomas de contaminação

Tragédia espalhou cerca de 12 milhões de metros cúbicos de lama tóxica pela cidade; Voluntários já apresentaram casos de dermatite, vômitos e náuseas; Secretaria de Saúde aguarda resultados de análises



Mídia NINJA
Feb 7 · 5 min read



Por Lu Sudré e Rute Pina para Saúde Popular

As pessoas que tiveram contato com a lama que invadiu a cidade de Brumadinho (MG) após o rompimento da barragem da mineradora Vale, na tarde de 25 de janeiro, começaram a apresentar sintomas de intoxicação. A tragédia, que já deixou ao menos 110 mortos e 238 desaparecidos, espalhou cerca de 12 milhões de metros cúbicos de lama com rejeitos pela cidade.

Fonte: Medium Mídia Ninja (2019)

Já na publicação do dia 11 de fevereiro de 2019 – “Meu neto tá ali dentro da lama”, lamenta moradora do Córrego do Feijão - o *lead* traz uma aspa da personagem principal da matéria, lembrando até mesmo do modelo de *lead* de revista com a liberdade mais poética. Após o primeiro parágrafo o autor acrescenta dados e complementos da informação trazendo o conceito de pirâmide invertida para a reportagem.

Figura 06. - Reportagem Mídia Ninja “Meu neto tá ali dentro da lama, lamenta moradora do Córrego do Feijão”

“Meu neto tá ali dentro da lama”, lamenta moradora de Córrego do Feijão

Carmem Vicentina Barbosa vive há 74 anos na pequena comunidade; atualmente convive com dor da perda do neto e sobrinhos.



Mídia NINJA Following
Feb 11 · 4 min read



Por Guilherme Weimann para Movimento de Atingidos por Barragem MAB



“É pra eu contar desde o início?

Era um lugarzinho muito bom [Córrego do Feijão]. Eu sou nascida e criada aqui. E toda minha família também. Eu gosto muito, é minha terra. Inclusive eu lembro das primeiras pedras de minério que foram arrancadas daqui”, recorda Carmem Vicentina Barbosa, de 74 anos, moradora de Córrego do Feijão, povoado

rural pertencente ao município de Brumadinho (MG).

Fonte: (Medium Mídia Ninja – texto digital)

O portal G1 na matéria publicada no dia 27 de janeiro de 2019 - Parentes tentam informações sem sucesso de desaparecidos em Brumadinho, na Grande BH – atende as regras do lead respondendo cinco perguntas. Vejamos, quem? = Joaquim Adão Cândido. O que? = está em busca de informações sobre o desaparecimento do genro. Quando? = 27 de janeiro. Onde? = No Instituto Médico Legal (IML) e hospitais. Por que? = rompimento da barragem.

Além das informações principais, o portal inseriu um *hiperlink* na frase “rompimento da barragem da Vale” que ao ser clicada joga o internauta para outra página com notícias sobre a tragédia. O hipertexto é uma característica do jornalismo digital. A Mídia Ninja por sua vez, não utiliza a ferramenta nas reportagens.

Figura 07 - Reportagem Portal G1 “Parentes tentam informações sem sucesso de desaparecidos em Brumadinho, na Grande BH”

Parentes tentam informações sem sucesso de desaparecidos em Brumadinho, na Grande BH

Joaquim Adão Cândido procura pelo genro e Ana Luiza Xavier e Jade Xavier por 4 primos.

Por Raquel Freitas, G1 Minas — Brumadinho
27/01/2019 14h15 | Atualizado há 9 meses



Joaquim Adão Cândido procura pelo genro — Foto: Raquel Freitas/G1

O aposentado Joaquim Adão Cândido está em buscas de informações sobre o genro Ruberlan Antônio Sobrinho, de 49 anos, que está desaparecido desde o **rompimento da barragem da Vale**, em Brumadinho, na Região Metropolitana de Belo Horizonte. Na manhã deste domingo (27), ele tem como destino Instituto Médico-Legal (IML) e hospitais, mas, no caminho, encontrou dificuldades para seguir viagem.

Fonte: Portal G1 (2019)

Existe um jargão no jornalismo digital referente as produções, o “empacotamento” das notícias. Ferrari (2010) define o termo como o modo de receber um material produzido por uma agência de notícia conveniada e mudar o título, a abertura do *lead* e até mesmo pegar partes do material e transformar em novas notícias através do uso do *hiperlink* (FERRARI, 2010, p. 45).

Apesar do *hiperlink* ser fundamental para manter o leitor dentro do portal e criar uma ordem não linear na leitura e navegação na web, é possível notar um “empilhamento de informações”. Quando foi feita a pesquisa de campo de quantas matérias o portal G1 publicou no período estipulado, o resultado foram 887

publicações *versus* 29 notícias publicadas pela Mídia Ninja. Será que ter mais notícias significa ser mais informativo?

Ferrari (2010) acredita que é um desafio lidar com o volume de notícias no ambiente da web, pois os veículos costumam “quebrar” as matérias e optam pelo desdobramento em outra publicação. Para a autora essa lógica só faz sentido para os jornalistas que conhecem o fato do começo, meio e fim. Agora para os usuários pode ser difícil assimilar tanta informação. A autora ainda acredita que essa busca “incansável” pela quantidade de notícias soa como um teor competitivo entre os veículos de comunicação no espaço web. “É uma cobertura jornalística voltada para o próprio umbigo – jornalista que escreve para outro jornalista”. (FERRARI, 2010, p. 54).

Sobre as regras de titulação, sabemos que cada veículo apresenta um manual de redação com as regras de texto para a web, porém em uma norma geral o autor Pinho (2003) estabelece alguns princípios para “Títulos Noticiosos”. Sendo eles; objetividade e clareza, a presença de verbo na voz ativa - exceção quando um fato se refere a fatos distantes no passado ou no futuro -, evitar o uso de pontuações (ponto, dois pontos, exclamação, interrogação, reticência, parênteses) e utilizar siglas com parcimônia e quando usar, explicá-la no texto, pois o leitor pode ou não ter conhecimento (PINHO, 2003, p. 116).

Na matéria da Mídia Ninja publicada no dia 11 de fevereiro no portal *Medium* – “Meu sonho era terminar a casa e morar com a minha noiva”, afirma sobrevivente de Córrego do Feijão – destaca-se a objetividade e clareza, verbo no passado, porém faz referência há um fato distante e também não há pontuações. A escolha das aspas, é um recurso de frase declaratória que segundo Pinho (2003) atrai a atenção dos leitores.

Figura 08 - Reportagem Portal G1 “Meu sonho era terminar a casa e morar com a minha noiva”, afirma sobrevivente de Córrego do Feijão

“Meu sonho era terminar a casa e morar com a minha noiva”, afirma sobrevivente de Córrego do Feijão (MG)

Celso Henrique de Oliveira trabalhava em uma empresa terceirizada dentro da mina e se salvou porque o rompimento ocorreu antes do seu turno; o jovem de 20 anos, que perdeu parentes e amigos, denuncia o descaso da Vale com a comunidade



Mídia NINJA Following
Feb 11 · 5 min read



Fonte: Medium Mídia Ninja (2019)

O portal G1 também utiliza do recurso de frase declaratória, vejamos o exemplo na matéria do dia 26 de janeiro de 2019.

Figura 09 - Reportagem Portal G1 ‘Certamente há um culpado ou mais de um culpado’, diz Dodge sobre tragédia em Brumadinho.

'Certamente há um culpado ou mais de um culpado', diz Dodge sobre tragédia em Brumadinho

Procuradora-geral da República pediu rigor na apuração durante visita à cidade mineira.

Por MG2 — Belo Horizonte
26/01/2019 20h08 · Atualizado há 9 meses



Fonte: Portal G1 (2019)

Sobre o uso da linha fina, o coletivo Mídia Ninja utilizou em algumas das reportagens. Não há uma regra fixa do coletivo. Por sua vez, o portal G1 utiliza em todas as matérias o recurso da linha fina seguindo a linha dos princípios editoriais do grupo.

O uso da terceira pessoa é uma regra fundamental no texto jornalístico (LAGE, 2005). Os textos da Mídia Ninja sofrem variações, principalmente quando apresentam o teor opinativo e quando é utilizado o pronome “nós”. Porém, nas publicações referente a *Missão Ninja em Brumadinho*, foi preservado em sua maioria o uso da terceira pessoa. No estudo de caso da jornalista Bárbara Bottoni, os ninjas revelaram em entrevista que não existe um padrão textual para as publicações. “Trabalhamos os textos a partir da estrutura que achamos que seja mais atraente e que complete os leitores de cada rede que trabalhamos a partir de cada conteúdo”. (BOTONNI, 2014, p. 40).

Não só o texto, mas a informação no jornalismo digital também precisa das mídias áudio visuais para as narrativas. As fotografias e ilustração devem ser planejadas como um complemento para a informação textual. O formato áudio, tem o poder persuasivo com o leitor da web, pois ele propicia o contato direto com a fonte de uma matéria. E o vídeo atrela o visual e o auditivo da informação jornalística, de modo que garante uma transparência e credibilidade para site. (RODRIGUES, 2014).

Diante dos conceitos explorados, vamos fazer uma análise geral da reportagem do Mídia Ninja publicada no dia 06 de fevereiro – Vale Negligencia 600 famílias do MST atingidas pelos rejeitos de lama em Brumadinho.

Figura 10 - Publicação na plataforma *Medium* “Vale Negligencia 600 famílias do MST atingidas pelos rejeitos de lama em Brumadinho”

Vale negligencia 600 famílias do MST atingidas pelos rejeitos de lama em Brumadinho



Midia NINJA **Following**
Feb 6 · 3 min read



Foto: Leo Otero / Midia NINJA

Na tarde desta terça-feira em Brumadinho, representantes do Acampamento Pátria Livre do MST, localizado em São Joaquim de Bicas e atingido pelos rejeitos da barragem, procuram entidades que possam auxiliá-los quanto ao abastecimento de água e alimentos para as 600 famílias acampadas.

De acordo com Josimar, porta-voz do acampamento, as famílias estão absolutamente desamparadas e enfrentam grave escassez. Enquanto outras comunidades presentes na região do Rio Paraopeba tem recebido apoio tanto da mineradora Vale quanto do governo local, o MST informa que tem sido negligenciado e busca alarmar para a seríssima conjuntura de desabastecimento que os assola. Cabe ressaltar que doações aos atingidos chegam à Brumadinho a todo instante e que há disponibilidade de recursos para atender as demandas locais, o que inclui o MST. Nesse sentido, indaga-se os motivos pelos quais o MST tem sido deixado à margem desse abastecimento:

“A estratégia é matar de sede? Criar dificuldades pra que o MST deixe as terras? Os órgãos competentes vão fechar os olhos? Por que razão o socorro não chega aqui?”, questiona Josimar.



Foto: Leo Otéro / Midia NINJA

Na última semana, a preocupação das famílias iniciou-se com a total perda das plantações que proviam o sustento e subsistência da comunidade. Antes do crime, a água do rio era utilizada para irrigar as áreas de cultivo de milho, feijão e leguminosas direcionados para venda. Após o rompimento da barragem, o que se viu foi um cenário de morte paulatina das águas, peixes e plantações às margens do Paraopeba.

De acordo com Adson de Souza, um dos assentados, após um ano de preparo da terra, finalmente se tinha atingido a condição ideal para colheita de produtos que seriam encaminhados para venda.

“As pessoas acham que basta plantar e já se pode colher e vender, mas não é assim. É depois de muito tempo de trabalho que a terra fica boa e dá produtos que podem ser vendidos. A gente ia iniciar a primeira colheita nas próximas semanas, mas agora está tudo morrendo sem água”, ele diz.

O descaso público enfrentado pelos trabalhadores rurais sem terra não é novidade, porém diante da atual situação de emergência sócio-econômica, ambiental e sanitária é de se esperar que os órgãos competentes e a mineradora responsável pelo crime atuem para salvaguarda de todos os indivíduos atingidos pelos desdobramentos do rompimento da barragem.

Aqueles que puderem prestar auxílio às famílias, favor entrar em contato no Facebook com o grupo “Em Luto — Brumadinho Vive” que seu apoio será direcionado.



Foto: Leo Otaro / Mídia NINJA

Brumadinho Mst



Escolha do título na voz ativa, objetivo e com uso dos verbos no presente. Para essa reportagem foi dispensado o uso da linha fina. Composição do *lead*, respondendo quatro perguntas principais. Vejamos: Quem? = Representantes do Acampamento Pátria Livre do MTS. O quê? = Procuram entidades que possam auxiliá-los quanto ao abastecimento de água e alimentos para 600 pessoas. Quando? = Na tarde desta terça-feira. Onde? = Em Brumadinho.

Sobre a estrutura do texto, ele foi escrito em terceira pessoa obedecendo a ordem fundamental das narrativas jornalísticas. Nota-se que entre os parágrafos há a presença das aspas das fontes com uma formatação semelhante ao estilo do *olho* no jornalismo de revista. Não há a explicação do significado da sigla MST em nenhum momento no decorrer da matéria. Não há hiperlinks no corpo do texto. Em compensação, no final há duas *tags*, sendo elas; a *hashtag* Brumadinho e a *Hashtag* MST, evidenciando uma das características do jornalismo digital. Em relação as mídias usadas, foram três fotos. Não há presenças de legendas nelas, apenas os créditos. No final do texto tem a opção comentários abrindo diálogo e interatividade com os usuários da plataforma, outra característica do webjornalismo.

Sobre a entonação do texto, a narrativa segue contando os fatos que levam o descontentamento das vítimas e representantes do MST em relação a falta de assistência da Vale frente ao rompimento da barragem. O jogo entre fato mais entrevista é mantido até o antepenúltimo parágrafo. A partir do penúltimo os ninjas mudam a entonação do texto mostrando o teor opinativo, dispensando o uso da imparcialidade e fecham a matéria prestando “serviço” para o grupo desfavorecido. O que de fato é uma característica da Mídia Ninja, ou seja, dar voz as classes, movimentos e minorias.

A partir das análises, conclui-se que a Mídia Ninja atribui alguns dos elementos jornalísticos no texto, porém não seguem um padrão de regras. O texto é livre, principalmente quando eles utilizam em algumas reportagens a linguagem mais poética.

6 CREDIBILIDADE NA FONTE DE INFORMAÇÃO

Neste capítulo será colocado em pauta a credibilidade das informações ofertadas pelo Mídia Ninja.

No dia 13 de setembro de 2013 no *site* Observatório de Imprensa, o mestre em planejamento urbano Sérgio da Motta e Albuquerque escreveu na coluna “Imprensa em Questão” sobre a Mídia Ninja e o questionamento se pode se chamar de jornalismo o que eles fazem. Albuquerque define o coletivo como uma *startup* alternativa da imprensa pós-industrial. O termo “jornalismo pós-industrial” foi criado pelo jornalista David Searls para definir a atividade “que não mais orbita ao redor de normas de proximidade com o maquinário de produção da indústria da imprensa” (Observatório de Imprensa, 2013 – texto digital).

A definição é bem apropriada para o trabalho dos ninjas, que fazem jornalismo a despeito do descrédito de alguns e da indisfarçável má vontade de outros jornalistas. E agem como vigilantes na entrada que dá acesso à produção e difusão da informação. (OBSERVATÓRIO DE IMPRENSA – texto digital)²⁶

Já no dia 30 do mesmo mês, o apresentador Alberto Diniz trouxe à tona a discussão sobre as práticas jornalísticas adotadas pela rede. Diniz ressalva que a Mídia Ninja passou a simbolizar uma forma individual de colher e transmitir informações em estado bruto, sem passar pela “cosmética” da edição. E o coletivo pode ser visto como militantes, ativista que procuram romper o conformismo do meio tradicional.

Eles se consideram pós-jornalistas, mas há quem os classifique como pré-jornalistas. Certo é que os ninjas saíram da quase clandestinidade e saltaram para a fama ao denunciar a repressão policial no Rio de Janeiro: frequentam as primeiras páginas, o Jornal Nacional, as colunas de opinião. Fenômeno do momento, poderão sacudir a imprensa do seu comodismo, espanar convenções e rotinas. Tal como a imprensa alternativa dos anos 60 e 70, os ninjas podem revitalizar um processo jornalístico que na última

²⁶ Site Observatório de Imprensa: Isso é jornalismo? Disponível em: http://observatoriodaimpresa.com.br/imprensa-em-questao/isso_e_jornalismo/ Acesso em: 19 nov. 2019

década só se preocupou com a sua própria sobrevivência. (Observatório de Imprensa, 2013 – texto digital)²⁷

A credibilidade e ética da informação disseminadas por “cidadãos repórteres” pode colocar em dúvida, caso não tenha um conhecimento formal no exercício da profissão jornalística ou se não possui uma formação em uma instituição credenciada (PRIMO; TRÄSEL, 2006).

Como vimos no capítulo dois, no tópico colaboradores da informação, os ninjas nem sempre possui uma formação jornalística. O que leva ao pensamento sobre a objetividade da informação.

Segundo Lisboa e Benetti (2015) o cenário contemporâneo do jornalismo em redes, problematiza ainda mais a credibilidade e confiança na fonte de informação. Entretanto, apesar dos interesses, dos pontos de vistas e as questões sociais, os valores verdades e justificação são questões centrais na discussão sobre jornalismo e da razão da sua existência.

[...] o jornalismo se torna um conhecimento quando o sujeito qualifica o que antes era apenas uma mera crença, passando a tomar o discurso jornalístico como confiável, já que este discurso demonstra de forma justificada que diz a verdade ou que buscou, por meio de seus procedimentos técnicos e profissionais, chegar à verdade. A crença simples passa a ser uma crença verdadeira e justificada, ou seja, um conhecimento (LISBOA; BENETTI, 2015, p. 22).

Sobre os valores tanto de objetividade e imparcialidade enquanto propagadas no ambiente acadêmico, ganha novos ares no espaço web. Primo e Träsel atribui a *internet* um lugar de “oferta da informação” e espaço infinito para publicações. Conseqüentemente cresce a demanda por mais notícias contando outras perspectivas do fato jornalístico. “O webjornalismo participativo não é uma ameaça ao jornalismo tradicional ou ao próprio webjornalismo e sim mais uma opção na oferta de notícias, e que cria novo relacionamento dos sujeitos com o noticiário”. (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p. 16).

²⁷ Um olhar sobre a Mídia Ninja. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/oitv/um-olhar-sobre-a-midia-ninja/>> Acesso em: 19 nov. 2019

Em entrevista ao Instituto Humanitas Unisions On-Line no dia 05 de janeiro de 2013, Fabio Malini fez referência das narrativas da Mídia Ninja e o modo como eles se apresentam nas coberturas nas ruas. O grupo se identifica como “ninjas” e não revelam suas identidades durante um movimento, protesto, entre outros eventos como é feito na competência de um veículo tradicional. E também não só cobrir, mas eles são agentes participativo do movimento. Malini (2013) pontua que o ato de se colocar na reportagem consiste em um relato de “presença e fraqueza” o que pode dar credibilidade à cobertura.

Não é uma narrativa onde o narrador quer se esconder por trás de um nome e não revelar sua presença em cena, como faz o jornalismo tradicional. É um relato de presença e franqueza. Isso é um resgate incrível de uma escola fantástica do jornalismo que, nos anos 30 e 40, *contra* a ditadura varguista, para fugir da censura política, construía um modo próprio de narrativa jornalística, como a de Joel Silveira, que se colocava em cena, se arriscava. E era punido por isso. (MALINI, 2013 – texto digital)²⁸

Bentes (2015) intitula a prática do jornalismo de ação para as coberturas da Mídia Ninja. Para a autora o midialivrista, diferente do jornalismo da mídia tradicional, não está em um movimento, protesto ou evento apenas para reportar, “ele é um corpo da multidão e a comunicação é uma das formas de mobilizar organizar, expressar, essa multidão”. (BENTES, 2015, p. 14).

O jornalismo de ação vai a campo, faz parte do movimento e adquire conhecimento. “Concretamente, as postagens da Mídia NINJA e de outros coletivos, mesmo quando não vêm assinadas, explicitam sua parcialidade e de onde se fala. [...] Cada ‘matéria’ traz uma causa, um afeto, um horizonte de mundos em forma de ‘notícia’”. (BENTES, 2015, p. 16).

Não existe alinhamento ideológico automático ou financiamento de nenhum partido político (o que não significa que a Mídia NINJA se omita, ou que não declare apoio às pautas de parlamentares de partidos diferentes inclusive). O compromisso é com a luta por direitos fundamentais, e mais do que direitos: é uma luta para dar visibilidade e efetuar a infinidade de mundos possíveis que precederam e ultrapassaram o que chamamos hoje de capitalismo. (BENTES, 2015, p. 17).

²⁸ Imprensa nas redes sociais: autoridade sem centralidade. Disponível em: <http://www.labic.net/cartografia/imprensa-nas-redes-sociais-autoridade-sem-centralidade/> Acesso em: 19 nov. 2019

A Mídia Ninja acredita que as grandes corporações de mídia estão vivenciando uma crise intensa. E essa crise está relacionada a dois aspectos, o primeiro no âmbito econômico, “onde ocorre a venda de anúncios e a circulação física de publicações que não conseguem se adaptar aos novos tempos digitais” (MÍDIA NINJA – texto digital). E a credibilidade, que sofreu omissão por anos e sofre manipulação em prol do poder econômico e de grupos políticos de seus interesses.

A velha mídia está amarrada a uma linguagem e a um padrão de qualidade que são paradigmas do jornalismo comercial, com pouca abertura para experimentação e adaptação às novas formas de produção e interação com a informação permitidas pela explosão das redes sociais. (MÍDIA NINJA – texto digital)²⁹

Para romper com esse paradigma da mídia tradicional, o coletivo acredita que a colaboração e cooperação são princípios básicos de novas formas de sociabilidade na sociedade contemporânea. Os ninjas acreditam que o surgimento das mídias independentes tem o objetivo de descentralizar e democratizar a comunicação. “Apenas com a união e colaboração entre as mídias independentes é que poderemos apresentar novas alternativas de jornalismo e comunicação e fazer contraponto a uma mídia tradicional”. (MÍDIA NINJA – texto digital).

²⁹ O que a Mídia NINJA pensa sobre a mídia tradicional. Disponível em: <http://midianinja.org/perguntas-frequentes/> Acesso em: 19 nov. 2019

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vivemos em uma sociedade em constantes transformações sociais, econômicas, culturais e tecnológicas. Essas transformações impactam no comportamento do indivíduo e no modo como ele passa a consumir a informação. Como vimos nas teorias de Castells (2010) a chegada da *internet* abriu portas para uma sociedade em rede e a experiência com o ciberespaço Lévy (1999). Agora, todos podem ser produtores de conteúdo e compartilhar suas ideias usando a inteligência coletiva e se apropriando das comunidades virtuais.

O jornalismo também teve que se reconfigurar e adotar essas mudanças tecnológicas, os veículos de comunicação migraram para a web depois da popularização da *internet* e criaram um novo modelo de jornalismo adaptando as ferramentas para esse espaço. A web também abriu portas para outras mídias atuarem de forma independente de transmissão de notícia como é feito nas competências de um veículo que está vinculado a uma empresa. Geralmente essas redes independentes utilizam a autonomia da *internet* para propagar a democratização da informação, através de produções colaborativas.

O teor da mensagem muitas vezes é questionado pelos profissionais jornalistas ou até mesmo a sociedade que consome a informação se é de caráter jornalístico. Uma vez que as produções e disseminação dos conteúdos são pautadas em temáticas de caráter humanitário, cobertura e promoção de movimentos sociais e práticas ativistas/ciberativistas.

De acordo com Malini e Antoun (2013) os chamados “midialivrista” ou “midiativista” atuam dentro do ciberespaço e dialogam com a interface, através do uso da tecnologia móvel como, os *smartphones*, *ipads* e a conectividade 4G disseminando as informações para as comunidades virtuais. Essa corrente geralmente é desenvolvida por qualquer pessoa ou por coletivos que buscam produzir e criticar o modo da narração jornalística praticada pela mídia tradicional.

A conectividade das redes, os movimentos militantes, os movimentos sociais e as críticas ao modelo de jornalismo praticado pela mídia tradicional promoveram o

crescimento significativo das redes independentes. Entre eles, Jornalistas Livres, Barão de Itararé, Nexo e Mídia Ninja, este último foi *corpus* da minha análise.

A escolha do coletivo Mídia Ninja em primeiro lugar foi com minha experiência pessoal quando os conheci em uma das disciplinas da grade do curso de jornalismo. Naquele dia, houve um debate em sala de aula sobre o modo de fazer jornalismo e foi apresentado a turma um vídeo documentário que mostrava a rotina de produção da rede. Logo, passei a acompanhá-los nas redes sociais e me interessar mais pelas temáticas do jornalismo independente.

A Mídia Ninja ganhou notoriedade durante as manifestações de junho no ano de 2013, como vimos no capítulo dois. Os ninjas realizaram coberturas ao vivo durante os protestos e manifestaram suas opiniões abertamente, diferente da mídia tradicional que trabalha a imparcialidade. A repercussão da cobertura dos protestos fez com que a rede ganhasse o *Shorty Awards our Social Media Profile*, um evento anual de premiação que homenageia os melhores criadores de conteúdo em forma de curtas no microblogging Twitter e nas redes sociais.

Alvos de críticas da grande mídia, coloquei em questionamento se a informação que eles disseminam realmente é de caráter jornalístico. A conclusão é que existe uma essência jornalística, ou seja, possui algumas das características do jornalismo. Porém existe uma liberdade nas produções do coletivo, seja ela na forma como seleciona as pautas, na forma de como se relaciona com as fontes, na forma como padroniza os textos, entre outros.

Para entender como seria o “ideal” de modo de fazer jornalismo, optei pela análise comparativa entre uma mídia tradicional e uma independente. A minha escolha foi o portal G1, pertencente ao Grupo Globo, e seguiu os mesmos critérios para a escolha da Mídia Ninja, ou seja, publicação regular dos conteúdos no portal e nas redes sociais e número de seguidores nessas plataformas. A ideia não é revelar qual o melhor veículo e quem faz o jornalismo mais correto. O objetivo é utilizar o portal G1 como parâmetro comparativo de uma mídia tradicional e uma mídia independente frente as técnicas jornalísticas.

A escolha da cobertura da tragédia de Brumadinho foi levada em consideração por ser uma pauta de grande repercussão nos principais veículos

jornalísticos e que impactam a sociedade não só na questão ambiental, mas também humanitária. O portal G1, utilizando o famoso jargão “G1 em 1 Minuto” fez valer a proposta e trouxe atualizações sobre a tragédia em tempo real. Chegando no seu auge de publicações no dia 30 de janeiro de 2019 com 109 matérias. A Mídia Ninja optou por uma abordagem diferente anunciando na página do *Facebook*, a “Missão NINJA em Brumadinho” na plataforma *Medium*. O coletivo postou vinte e nove reportagens especiais.

Um dos traços que podemos apontar e que foi colocado no desenvolvimento da análise é a diferença de volume de informações de ambos os veículos. Adorno e Horkheimer chamaria o comportamento do portal G1 um espelho da industrial cultural, Ferrari (2010) atribui ao fenômeno de empacotamento da notícia. Enquanto o G1 trazia os desdobramentos da tragédia, as atualizações, as notas simples, as reportagens de colaboradores, os links ao vivo, as fotos e os vídeos, a Mídia Ninja optou por fazer uma abordagem mais segmentada.

Sobre o texto jornalístico, seguindo as regras de Lage (1999), Ferrari (2010), Pinho (2003) e Rodrigues (2014) pode-se concluir que a Mídia Ninja utiliza o recurso do *lead*, hora respondendo algumas das perguntas (O quê? Quem? Quando? Onde? Por que? Como?), hora eles optam pela liberdade poética/literária lembrando até mesmo do *lead* de revista. O recurso de pirâmide invertida, também é bastante utilizado pelos ninjas.

Titulação, linha fina, utilização dos verbos e outras particularidades do jornalismo digital. A Mídia Ninja atende algum dos recursos. Os títulos são os padronizados para a plataforma digital como ensina Pinho (2003), o coletivo utiliza até mesmo as frases declaratórias, um dos recursos que é utilizado para atrair o leitor para a notícia. Linha fina é uma exceção, elas nem sempre estão presentes nas matérias. O *hiperlink* também não é usado nas publicações do coletivo. O texto hora é escrito em terceira pessoa, hora é escrito em primeira pessoa. Conforme os ninjas, eles não seguem um padrão textual para as publicações, mas a linguagem é adaptada conforme cada plataforma que eles têm conta.

Sobre os processos produtivos da notícia, a Mídia Ninja utiliza a lógica de colaboração, definida por Castells (2010) a rede *peer-to-peer*. O coletivo conta com grupos de colaboradores em todo o Brasil, existem as casas coletivas, onde os eles

moram e trabalham ao mesmo tempo. As informações chegam a todo momento por *inbox*, por *chats*, por fontes ligadas a movimentos. Os editores, os “*lastros*”, fazem o papel “*gatekeeper*” filtrando as pautas e decidindo as coberturas.

A Mídia Ninja dá voz as minorias que não tem espaço na mídia tradicional, são pessoas que buscam participação da política pública, são grupos que defendem uma causa, como por exemplo, negros, mulheres, LGBT, estudantes entre outros. O coletivo se dedica especialmente na cobertura segmentada dos movimentos sociais e atende os critérios de noticiabilidade definido por Traquina (2013), bem como as teorias do jornalismo defendidas pelo autor.

As fontes de informação são pessoas que participam dos movimentos, classes desfavorecidas e os próprios ninjas. O coletivo parte do pressuposto que está dentro de um movimento é ser capaz de ser um agente transformador da sociedade e obter conquistas públicas da sociedade. Por conta disso, eles sabem que estão na contramão do sistema dos veículos corporativo do Brasil.

Um exemplo, é o relacionamento e apoio a movimentos que estão ligados a partidos políticos, como o MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra). Os ninjas apoiam esse movimento e afirma que ouvem o que eles querem falar. Uma relação de confiança. Uma quebra de imparcialidade, outra característica que os ninjas não seguem e que está nas competências jornalísticas. Pode-se concluir que a Mídia Ninja não esconde a sua posição e o público que os seguem, teoricamente, estão cientes do teor da mensagem transmitida.

Para os ninjas a parcialidade é fundamental para a transformação social, o coletivo busca alinhar a informação com o conjunto de valores e direitos sociais com o qual eles têm compromisso em prol a uma narrativa social, mais comunitária e afetiva. A questão da imparcialidade me lembra uma famosa frase do Paulo Freire “Não existe imparcialidade. Todos são orientados por uma base ideológica. A questão é: sua base ideológica é inclusiva ou excludente?”.

Sobre a credibilidade da fonte de informação. Os colaboradores podem ou não ter uma formação acadêmica em jornalismo. A teia midiativista seria a formação do coletivo, são as faculdades Fora do Eixo, onde o colaborador experiente compartilha seu conhecimento e assim por diante. É a prática do jornalismo cívico, o

jornalismo participativo, o jornalismo de rua, o webjornalismo participativo. Os ninjas conforme Alberto Diniz são os pós-jornalistas que revitalizam um jornalismo da década de 1970. Um grupo que acredita que a união e colaboração das mídias independentes é capaz de construir formas alternativas em contramão a mídia tradicional.

Trago à tona a observação sobre o financiamento das casas coletivas, fazer jornalismo não é barato, será que só as doações e patrocínios suprem as necessidades da rede? Outro ponto a destacar é o ambiente acadêmico para a formação do profissional. A universidade ainda é o local que podemos abrir discussão sobre o modo de fazer jornalismo. Será que o modelo de “Universidade Fora do Eixo” tem preparado esses produtores independentes de notícias para disseminar informações para a sociedade de maneira ética como condiz a profissão?

Se a Mídia Ninja atende esses objetivos, cabe uma pesquisa futura com um grau de complexidade maior como é proposto pelos desafios metodológicos. Porém pode-se concluir que a rede independente instiga a opinião pública. Um jornalismo praticado com seleção de pauta, fontes e notícias enraizados com clara exposição do posicionamento político e valores culturais do grupo. Um jornalismo que nega a imparcialidade porque acredita que ela é fundamental para a transformação social. A Mídia Ninja, em uma observação pessoal, seria um resgate do jornalismo dos anos 30 e 40, seria a figura midialivrista do jornal O Pasquim dos anos 60 na sociedade midiaticizada do século XXI.

REFERÊNCIAS

- BENTES, Ivana. **Mídia-multidão**. Rio de Janeiro: Mauad, 2015.
- BOURDIE, Pierre. Espaço social e gênese das classes. *In*: TOMAZ, Fernando. **O poder simbólico**. 10 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- BONNER, William. **Jornal Nacional: modo de fazer**. São Paulo: Globo, 2009.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede a era da informação: Economia, Sociedade e Cultura**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2010.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. 5. ed. São Paulo. Editora Ática, 1999.
- MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **#Internet e a rua, A - Ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Editora Sulina: Porto Alegre, 2013.
- MAZZARINO, Jane M. **Primeira parte – A urdidura**. *In*: Tecelagens comunicacionais: midiáticas no movimento socioambiental. Lajeado: Editora Univates, 2013.
- MESSEDER, Carlos Alberto. **O que é contracultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.
- PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet – Planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Editorial Summus, 2003.
- RODRIGUES, Bruno. **Webwriting - Redação para mídia digital**. São Paulo: Atlas, 2014.
- RODRIGUES, Claudia. **Mídia Ninja: Narrativas jornalísticas em disputa**. Florianópolis. Editora: Insular, 2018.
- SATUF, Ivan. O discurso da mídia independente como prática metajornalística. Disponível em: https://www.academia.edu/26828541/O_discurso_da_m%C3%ADdia_independente

_como_pr%C3%A1tica_metajornal%C3%ADstica. **Revista Comunicado**, v. 5, n. 1, 2016.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito além do jardim botânico**. São Paulo: Summus, 1985.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Editora Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2013. v II.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. Lisboa: Presença, 1999.

WEBGRAFIA

O QUE É ARPANET. s/d. Disponível em: <https://sites.google.com/site/sitesrecord/o-que-e-arpamet>. Acesso em: 28 abr. 2019

CANAVILHAS, João. (Org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Livros Labcom, 2014. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf Acesso em: 21 nov. 2019

CIBERCULTURA. Pierre Lévy. Disponível em: <http://lelivros.love/book/download-cibercultura-pierre-levy-em-epub-mobi-e-pdf/> Acesso em: 28 abr. 2019

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. O jornalismo como crença verdadeira justificada. **BrazilianResearchJournalism**, v. 11, n. 2, 2015. Disponível em: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/664/666> Acesso em: 20 nov. 2019

MALINI, Fabio. **Imprensa nas redes sociais: autoridade sem centralidade.** Laboratório de estudos sobre Imagem e Cibercultura, Espírito Santo, 5 jul. 2013. Disponível em: <http://www.labic.net/sem-categoria/imprensa-nas-redes-sociais-autoridade-sem-centralidade/> Acesso: 19 nov.2019

MIDIATIZADO. **Imagens Bitmap x Imagens Vetoriais.** Disponível em: <https://www.midiatizado.com.br/2010/08/imagens-bitmap-x-imagens-vetoriais/> Acesso em: 19 maio. 2019.

MÍDIA NINJA. **Perguntas Frequentes.** Disponível em: <http://midianinja.org/perguntas-frequentes/> Acesso: 17 nov.2019

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **Um olhar sobre a Mídia Ninja.** Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/oitv/um-olhar-sobre-a-midia-ninja/> Acesso em 19 maio. 2019

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **Existe Mídia Independente?** Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/radio/existe-midia-independente/> Acesso em: 19 maio. 2019

Princípios Editoriais do grupo Globo. Disponível em:
<http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.pdf> Acesso em: 19 nov. 2019

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo R. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. Contracampo** (UFF). Disponível em:
<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf> Acesso em: 19 nov. 2019

ANEXO A – Autorização para a divulgação do Trabalho Acadêmico no Catálogo Online da Biblioteca Dr. Milton Soldani Afonso e permissão de cópia

ANEXO 4

JORNALISMO

Autorização para divulgação do Trabalho Acadêmico no Catálogo On-Line da Biblioteca Dr. Milton Soldani Afonso e permissão de cópia

Eu, Vitória Araújo Torres, abaixo identificado (a) como autor (a), autorizo a biblioteca da Universidade Santo Amaro a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação abaixo discriminada, de minha autoria, em seu *site* ou *portal*, em formato PDF, para fins de leitura e / ou impressão, a partir da data de hoje. Igualmente está autorizada a divulgação do mesmo no catálogo on-line da *Biblioteca Dr. Milton Soldani Afonso*, além de cópias para fins acadêmicos.

Titulo da publicação: Análise das técnicas jornalísticas da rede independente mídia Ninja: cobertura Missão Brumadinho

Dados do autor(a): Análise das técnicas jornalísticas da rede independente mídia Ninja: cobertura Missão Brumadinho

Nome do aluno(a):
Vitória Araújo Torres

Curso:
comunicação social - jornalismo

Identidade:
50.138.869-2

Data:
09 de dezembro de 2019

Assinatura:
Vitória Araújo Torres.

ANEXO B – Autorização para utilização de voz (Rádio/Vídeo/Mídia Digitais)

ANEXO 5 JORNALISMO

Autorização para utilização de voz (Rádio / Vídeo / Mídias Digitais)

Eu, Viviana Anúgio Torres,
portador da cédula de identidade RG Nº 50.138.964-2 e CPF
Nº 470.005.918-46, autorizo, prévia e expressamente, a utilização
de minha voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código
Civil, para a **Universidade Santo Amaro (UNISA)**, sem qualquer custo, por tempo
indeterminado, desde que para utilização em Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC), em
consultas acadêmicas e reproduções, **sem fins lucrativos**, inclusive por outras emissoras,
canais de televisão e demais veículos de comunicação que respeitem a finalidade desta
autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a
presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 09 de Dezembro de 2019.

Viviana Anúgio Torres
Cedente

Assinaturas das Testemunhas:

ANEXO C – Termo de compromisso de cessão de direitos de participação individual

ANEXO 6

JORNALISMO

Termo de Compromisso de Cessão de Direitos de Participação Individual

Pelo presente instrumento particular, Vitória Anúgio Torres,
RG. 50.138.804-2, CPF. 470.005.918-46, na qualidade de CEDENTE,
cede à UNISA - Universidade Santo Amaro, inscrito no CNPJ.: 18.301.267/0004-27, com sede
nesta Capital, na Rua: Isabel Shimidt, 349, Santo Amaro, São Paulo, na qualidade de
CESSIONÁRIO, os direitos de publicação, exibição pública e / ou privada, de sua participação
individual, compreendendo imagem, voz, nome em artes e obra, nas gravações, reproduções
em vídeo, transmissões ao vivo e pré-gravadas por televisão (**Canal Universitário de São
Paulo**), **gravados, editados ou concebidos para atividades acadêmicas**, para avaliação ou
não, e nas obras delas derivadas do qual é participante, podendo ser veiculado não só por
ocasião do evento acima especificado, mas também, de circuito interno, inclusive em eventos
abertos ou fechados, de natureza acadêmica.

A presente cessão é outorgada em caráter definitivo, irrevogável e irrevogável, para uso
irrestrito dos programas da referida série, sendo certo que o (a) CEDENTE abre mão de toda e
qualquer remuneração pelo uso da citada obra, a título de participação individual, ficando o
CESSIONÁRIO expressamente autorizado pelo CEDENTE a reproduzir o programa acima
especificado, não tendo o CEDENTE, também nesta hipótese, nada a receber, pedir, ou
reclamar, oferecendo, para tal, desde já, plena e rasa quitação, ficando todo o produto auferido,
integral e exclusivamente, a favor e de propriedade do CESSIONÁRIO.

Pela presente cessão as partes, inclusive por seus eventuais sucessores, de maneira recíproca,
de forma irrevogável e irrevogável, em face do todo supra avençado, oferecem a mais ampla e
geral quitação, nada tendo a pedir ou reclamar, seja a que título for, inclusive no que diz
respeito ao direito de imagem ou eventual pleito de dano moral ou material.

São Paulo, 09 de Dezembro de 2019.

Vitória Anúgio Torres
Cedente