

**INTERAÇÃO MIDIATIVISTA / AUDIÊNCIA CONECTADA: A EXPERIÊNCIA DO
STREAMING AO VIVO COMO NOVO LUGAR DO SUJEITO**

Michele Lima¹

Resumo:

A experiência de cobertura midiativista realizada ao vivo, pela Internet, popularizada durante as chamadas “jornadas de junho” ocorridas no Brasil em 2013, abriram a “caixa-preta” do jornalismo tradicional ao trazer a tona controvérsias existentes entre as duas práticas comunicacionais, que podem ser caminhos para compreender a atual “crise” jornalística. Considerando a potencialização da interação entre emissor e receptor como ponto fundamental para contribuir com esse debate, este artigo propõe refletir alguns aspectos dessa característica das narrativas em rede, tendo como base a TAR.

Palavras-chave: Interação. Midiativista. Audiência Conectada. Streaming. Ator-Rede.

Introdução

O jornalismo brasileiro tem vivido momentos difíceis nos últimos anos, não só pelo fato do chamado “passaralho” estar cada vez mais frequente nas redações, mas também por um certo descrédito generalizado do público, que vem rondando os principais veículos da imprensa nacional. É claro que se trata de um cenário complexo no qual diversos fatores precisam ser considerados para entender o que se passa. De qualquer forma, não se pode ignorar nessa análise de mercado o impacto, para o bem e para o mal, da Internet e da evolução e propagação das tecnologias de informação e comunicação.

O recente debate gerado em torno do “fenômeno” Mídia Ninja (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), conhecido especialmente em função das coberturas das manifestações populares de rua ocorridas no Brasil a partir de junho de 2013, pode ser um caso sintomático desse momento. Munidos de celulares inteligentes (*smartphones*) conectados à rede de computadores e a aplicativos de transmissão de vídeo por *streaming*, como o

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). E-mail: minulima@gmail.com.

Twitcasting², a Mídia Ninja levou conteúdo informativo aos seus espectadores por meio de uma narrativa audiovisual diferente da praticada pelos telejornais corporativos.

Com transmissões longas e instáveis, olhar subjetivo sobre os fatos, posicionamento ativista, de dentro dos protestos, não-edição, imagens tremidas, áudio oscilante e, principalmente, uma interação pouco comum com o espectador, o grupo conquistou audiências surpreendentes para um veículo de comunicação alternativo. Além dessa prática de cobertura ter se multiplicado pelo país em pouco tempo com outros grupos e indivíduos, devido à facilidade de acesso e manuseio da tecnologia necessária (*smartphones* conectados à Internet), as versões dos fatos produzidas pelos midiativistas travaram um verdadeiro embate com as dos veículos tradicionais causando, inclusive, a rejeição de repórteres nos protestos. Nesse contexto, questões como a tradicional objetividade do jornalismo e a qualidade do seu conteúdo vieram à tona e tornaram a Mídia Ninja o assunto do momento no período de efervescência das manifestações.

No site Observatório da Imprensa, profissionais e pesquisadores publicaram análises com opiniões diversas sobre o tema. Para Elias Machado (2013), o fenômeno Mídia Ninja não deve ser tratado com preconceito, mas como um “enigma a ser decifrado” antes de ser adotado como parâmetro para o jornalismo tradicional.

Tampouco se pode deixar de perceber as limitações do tipo de cobertura feito pelos Ninja, que desconhece regras elementares de apuração e narrativa audiovisual. Ao longo de quatro séculos o jornalismo aprimorou procedimentos de apuração, produção e edição que são essenciais para garantir a compreensão dos fatos, a interpretação contextualizada das informações e a precisão dos conteúdos (ib., id..).

Ethevaldo Siqueira (2013) considera a experiência da Mídia Ninja nova e interessante, porém chama atenção para o fato de muitas outras formas de jornalismo estarem nascendo nesse momento. “Seu engajamento político-ideológico, entretanto, pode tornar-se um obstáculo ao jornalismo novo e democrático que ele se propõe construir. Por tudo isso, o Ninja não é o futuro – apenas um desenho experimental dos milhares de futuros possíveis” (ib., id..). Marli Gonçalves (2013) alega que é um erro comparar o grupo à imprensa alternativa surgida na ditadura, quando era preciso fechar jornal na clandestinidade, sem liberdade de expressão. Ela também critica a qualidade de conteúdo produzida pelo grupo, “a linguagem descompassada, o português assassinado, as bobagens ditas no ar, a

² Disponível em <<http://us.twitcasting.tv>>. Acessado em 30 jul. 2015.

desinformação... Ninjas são parte da nossa fantasia, aquela coisa oriental de luta. Os meninos são ninjas de marketing, de sorte de sigla... Não têm qualidade. São fugazes” (GONÇALVES, 2013).

Há quem diga que a experiência forçou uma revisão crítica do jornalismo e que este acabou ganhando ao ver serem confrontados o seu posicionamento distanciado dos fatos e suas imagens “frias”, de cima dos prédios e helicópteros. Nesse sentido, Luciano Costa (2014) explica:

A intensidade da cobertura desses grupos orgânicos nas manifestações, com grande repercussão nas mídias sociais, levou a imprensa dominante a também infiltrar repórteres munidos de telefones celulares nos movimentos de rua, conforme relata Lorenzotti. No fim do processo, ganhou o jornalismo, com as principais emissoras de televisão e os grandes jornais sendo obrigados a olhar mais de perto as causas do descontentamento manifestado nas ruas.

Em entrevista aos jornalistas Cláudia Schüffner e Guilherme Serodio (2013), o professor de jornalismo na Universidade do Texas em Austin e diretor do Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, Rosental Calmon Alves salienta que “estamos diante da transformação da outrora passiva audiência nas atuais redes ativas de pessoas conectadas 24 horas”. Ele argumenta que a “velha mídia” deve ficar atenta às mudanças oferecidas pelas tecnologias digitais para que resista a elas e não corra o risco de morrer. “O jornalismo será bem diferente do que tínhamos antes. Passamos da era dos meios de massa para a era da massa de meios” e ambas podem conviver juntas. O que ocorre é que “o jornalismo não é mais monopólio de jornalistas... é a possibilidade de qualquer pessoa se transformar em mídia, capaz de falar para milhares de outras pessoas, criando audiência e praticamente todas as características do jornalismo”, relata.

Para Muniz Sodré (2013), a novidade na experiência Ninja está exatamente “no uso de *gadgets* eletrônicos e de redes sociais, além do envolvimento com os eventos”, pois o grupo exhibe atributos de empresa em nascimento e utiliza “tática velha da competição em mercado... proclamando-se mídia nova, ataca a velha”. O professor argumenta que há um espaço aberto para experiências mais democratizantes e a comunicação eletrônica oferece recursos para viabilizá-las.

Já em 1920, o educador e filósofo pragmatista John Dewey dizia que o jornalismo tinha de ir além do mero relato objetivo de acontecimentos para se tornar um meio de educação e debate públicos. A imprensa favoreceria o diálogo mais direto entre

cidadãos e jornalistas. Mais do que “reportar”, a atividade jornalística teria em seu âmago a promoção da “conversa” pública (SODRÉ, 2013).

A intensificação do diálogo entre emissor e receptor de conteúdo é um dos elementos característicos dessa comunicação distribuída em rede e, segundo Bruno Torturra, co-fundador da Mídia Ninja, será estruturante para atender ao fundamento jornalístico da checagem dos fatos em experiências como a do grupo. “O repórter será cobrado em tempo real porque ele verá as pessoas falando enquanto transmite”, explica o midiativista à Natália Mazotte (2013). Além disso, o público também será solicitado a compartilhar informações e a contribuir para o entendimento dos fatos. “Estamos vendo emergir o pós-espectador. Começamos a entender que ele não é passivo, que tem uma responsabilidade na hora que replica, que comenta, que dá um ‘like’ [curtir], que usa algo de uma fonte. Ele tem responsabilidade também”, diz o midiativista aos jornalistas Cláudia Schüffner e Guilherme Serodio (2013).

Esse cenário de inquietação sobre o tema, demonstrado no leque de opiniões aqui descrito, delineia um fluxo intenso de controvérsias, que, de acordo com a sociologia das associações e a Teoria Ator-Rede (TAR) defendidas pelo pensador francês Bruno Latour (2012), são “aquilo que permite ao social estabelecer-se e às várias ciências sociais contribuírem para a sua construção” (ib., id., p. 46). Debruçar-se sobre as controvérsias com os métodos da TAR é propor abrir as “caixas pretas” do mundo sob um olhar sociológico, que retira “a segurança da imutabilidade de seu objeto de estudo bem como as fórmulas que se deve empregar para melhor explicá-lo” (ib., id., p. 13). Muito mais do que ampliar o escopo de problematização do que é o social com a ideia de uma sociologia das associações, a TAR tem como principal avanço conceitual a inclusão declarada dos chamados não humanos - suprimidos da experiência coletiva por mais de cem anos de estudos sociológicos - como atores plenos nos cursos das ações.

Nesse sentido, se considerarmos que a experiência de cobertura informativa fomentada pela Mídia Ninja desestabilizou a “caixa preta” do jornalismo tradicional, agora aberta e exposta por meio de controvérsias, não há dúvidas de que a TAR é uma ferramenta estratégica na tentativa de compreendê-la.

A questão da interação entre quem produz e quem consome conteúdo especialmente potencializada pelas redes sociais eletrônicas (característica marcante das transmissões ao vivo feitas pela Mídia Ninja), figura como ponto-chave do debate. Dessa forma, esse artigo

propõe analisar algumas de suas particularidades, num recorte das controvérsias aqui suscitadas, valendo-se da Teoria Ator-Rede como inspiração reflexiva.

Actantes da interação

Algumas das premissas para reagregar o social segundo a TAR são: mapear as controvérsias (nas quais as instabilidades se apresentam) para identificar as associações que ocorrem nos agenciamentos entre os actantes (atores humanos e não humanos), enquanto estes assumem e/ou alternam os papéis de mediador (altera o curso da ação) e intermediário (participa mas não altera o curso da ação), nos grupos e nas redes que se formam e se desfazem na dinâmica social. Considerando tais premissas, caracterizamos abaixo os principais actantes observados na cobertura.

1) Mdiativistas – pessoas que produzem as coberturas por si próprias ou como integrantes de coletivos; vão para as ruas e expõem seus corpos aos acontecimentos, ao encontro com os outros atores presentes nos protestos, para descrevê-los e mostrá-los ao público.

2) Audiência conectada – internautas que se logam na página do Twitcasting e acompanham a transmissão interagindo pelo *chat*. Optam por participar da transmissão e não apenas assisti-la.

3) O conteúdo do audiovisual (imagem e som) e do texto (conversas do *chat*) – imagens, sons e comentários que estimulam a participação dos atores humanos.

A declaração do Filipe Peçanha³, da Mídia Ninja, para o canal Trocando Ideia, veiculado no Youtube, descreve um pouco sobre como se dá a interação entre mdiativista e audiência conectada:

A gente estava em vários lugares do país, conseguiu dar uma narrativa nacional do que eram as manifestações de um ponto de vista muito mais próximo da realidade, o ponto de vista da rua, ponto de vista subjetivo, de uma pessoa que estava vendo aquilo acontecendo, que estava falando seus sentimentos em cima daquilo, e que tinha a possibilidade da pessoa que assistia também interagir. Então é uma coisa meio louca, meio realidade virtual, meio realidade expandida. A galera que está em casa fica nessa pira: vai para um lado! Vai para o outro! Pergunta para fulano tal coisa! E tu se sente

³ Trecho da entrevista do Filipe Peçanha, também co-fundador da Mídia Ninja, ao canal Trocando Ideia, no Youtube, disponível em <<https://www.youtube.com/watch?feature=youtu.be&v=LHPcBZcoTiE&app=desktop>>, em 9:04 minutos. Acessado em 25 ago. 2015.

quase como um personagem da parada... ao mesmo tempo que isso vai despertando para várias coisas que às vezes tu não viu, informações que estão por fora e que tu não teria acesso. Isso vai tendo uma mescla de realidade muito doida... Eu fiz muitas transmissões no Rio e em outras cidades também e é sempre uma experiência diferente (PEÇANHA, 2015).

Nos registros das coberturas verificamos diversos momentos nos quais um e outro se comunicam com perguntas, comentários, provocações, etc. Como exemplo, podemos citar interações ocorridas em uma das transmissões das manifestações de Greve dos Garis da capital do Rio de Janeiro⁴, durante o Carnaval de 2014. Em determinado momento, um internauta solicita através de mensagem no *chat*: “Midianinja pergunta sobre o próximo ato [de greve]”. Na primeira oportunidade surgida, o midiativista entrevista um gari: “Quando que é o próximo ato, amigo? Depois desse ato aqui tem algum outro?”

Da mesma forma, o midiativista se reporta à audiência: “Vamos espalhar o link aí pessoal. Greve dos Garis do Rio de Janeiro, eles estão 24 horas em greve e prometendo não varrer nenhuma rua, nenhuma praça do Rio de Janeiro durante o Carnaval”. E imediatamente vê-se a audiência conectada atendendo à interação: “Ao vivo, agora, no link @midianinja greve dos garis. Divulguem!”, responde uma internauta. “#grevedosgarisrj”, completa outra. E quando algum internauta pergunta sobre uma informação que já foi passada anteriormente na transmissão, outro o atualiza: “Quanto ganha por baixo um gari?”, “R\$ 804”; e um terceiro replica: “Caraca! Salário de fome”. Ou alguém cria uma *hashtag* e outros aderem: “#naovaiterlimpeza”; “Curti o #naovaiterlimpeza”. E ainda uma entrevista feita pelo midiativista provoca reações como a com o gari que apanhou da polícia: “PM sempre na covardia” e “Polícia acha que qualquer manifestação é vandalismo”.

4) O aplicativo/rede social Twitcasting – os elementos que compõem os templates para quem transmite e para quem acompanha definem horizontes e limites da interação entre os participantes da transmissão.

⁴ Disponível em < <https://educacaoradiofrequenciada.wordpress.com/category/analise-final/>>. Acessado em 30 jul. 2015.



Figura 1 – Visão do template do site do Twitcasting para a audiência. Foto: Michele Lima

No caso do template da audiência, verifica-se que há a visão integrada da tela de transmissão e do *chat*, o que potencializa a interação. Os internautas podem conversar entre si e com o midiativista por mensagem de texto, *hashtags*, compartilhamento de links. Não é permitido compartilhar fotos e vídeos na *timeline*. Para assistir, não é necessário logar na ferramenta. Já para utilizar as outras ferramentas como postar comentário no *chat*, optando por exibí-lo no perfil do Twitter ou não, se tornar torcedor de algum perfil, receber notificações de *lives*, enviar itens interativos como a “moeda de continuar”, que estende a transmissão em 30 minutos (vide na parte inferior do lado esquerdo da imagem), é necessário criar *login* no próprio Twitcasting ou aproveitar contas existentes do Twitter ou do Facebook. Ou seja, a interação depende não só do acesso a um computador com internet, mas também de aprender a utilizar a ferramenta.



Figura 2 – Visão do template do aplicativo do Twitcasting no celular para o midiativista.
Foto editada de original da Mídia Ninja

A interface do aplicativo Twitcasting para o midiativista divide a tela entre as imagens transmitidas e o *chat* no qual a audiência conectada se comunica. Diferente dos internautas, o midiativista pode tanto interagir com áudio e imagem produzidos por ele como com comentários escritos no *chat*. Ao pé da tela ainda se encontram outras funções como os botões de “*live*”, silenciador de áudio, edição do perfil, comentários no *chat*, atualizar e configurações. Ou seja, a tela é pequena, com muitas informações e requer habilidade de quem transmite para conseguir se dividir entre tantas opções, o que influencia diretamente no ato de cobrir.

5) Celular e bateria – para que a transmissão ocorra, o celular precisa ter as funções necessárias (*smartphone*) para conexão à Internet e estar devidamente carregado.

O aparelho funciona como uma verdadeira extensão do corpo do midiativista. Ele é a câmera que o permite transmitir e narrar os acontecimentos. O fato do aparato ser móvel, leve e pequeno interfere diretamente na sua performance dentro dos protestos, dando a ele

flexibilidade e mobilidade, que acabam definir muito do que é a estética das imagens e do som emitidos para os espectadores. E como se trata de um celular e não uma câmera profissional, um aspecto “amador” complementa a aparência do produto audiovisual. Para que a transmissão ocorra sem contratempos, é necessário manter o aparelho carregado por muito tempo. O midiativista busca alternativas para sustentá-lo ligado durante a transmissão como levar baterias extras, carregá-las conectando-a um computador guardado na mochila ou mesmo buscar fontes de energia durante o seu trajeto.

Uma das transmissões⁵ realizadas pelo Filipe Peçanha, da Mídia Ninja, se tornou emblemática, pois ele conseguiu cobrir a sua própria prisão pela polícia para a audiência que o assistia. No momento em que percebe que será encaminhado ao carro policial e sua bateria está acabando, começa a gritar aos manifestantes que o cercam presenciando o abuso policial: “Eu preciso de um *smartphone*! Minha bateria está acabando! Eu preciso de um *smartphone*!” Em seguida, um desconhecido lhe entrega um aparelho para que ele consiga manter sua atividade de comunicação, como se o aparelho fosse sua arma protetora naquele momento de fragilidade.

6) Internet – para baixar e utilizar o aplicativo e realizar a transmissão, é necessário estar conectado à rede de computadores. A qualidade e a estabilidade da rede de dados utilizada impacta diretamente na transmissão. Utilizando wi-fi compartilhado, internet 3G ou 4G, o midiativista convive com as dificuldades de manter a transmissão no ar. Quando por algum motivo ela cai, a audiência conectada logo interage para saber o que houve com perguntas do tipo: “Caiu?”, “Aconteceu alguma coisa?”, “Caiu aí também?”, “Alguém tem outro link de transmissão?”, etc. O midiativista quando volta, normalmente, explica o que houve. Em muitos dos casos, é a conexão que foi interrompida.

Considerações finais

Adotando como inspiração teórico-metodológica os princípios propostos pela sociologia das associações, na qual a TAR reflete sua aplicação, identificamos que a repentina popularização da experiência de cobertura midiativista durante os protestos populares no

⁵ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=aDO6tr6kgAk>>. Acessado em 30 jul. 2015.

Brasil, realizada por *streaming* ao vivo com celular conectado à Internet e com o aplicativo/rede social Twitcasting, levantou diversos debates entre profissionais e pesquisadores da área de comunicação após colocar em xeque parâmetros do jornalismo tradicional e conquistar audiências significativas para um veículo alternativo.

Ao ser aberta a “caixa-preta” que estabiliza o jornalismo destacamos a interação entre emissor e receptor de conteúdo informativo como fator fundamental para entender as controvérsias colocadas em discussão. Os principais actantes identificados nessa interação são formados por humanos e não humanos e ambos têm influência direta no curso das ações que constroem a transmissão, podendo alterar suas posições entre mediadores e intermediários, dependendo da situação.

A interação é facilmente perceptível na análise do conteúdo das transmissões: a construção da narrativa se dá em conjunto entre emissor e receptor; o midiativista é frequentemente chamado a atuar sob a orientação da audiência conectada e vice-versa; entrevistas, imagens e sons transmitidos são comentados e repercutidos entre os internautas, com ou sem o envolvimento do midiativista, durante a exibição; os internautas contribuem com o ambiente comunicativo trazendo conteúdos de outras fontes de informação; a credibilidade jornalística se dá com base nesse diálogo e na transmissão orgânica e crua dos fatos; a postura ativista declarada, ao conviver com opiniões favoráveis e contrárias, carregam a cobertura de sinceridade; os aparatos tecnológicos são definidores de muitos aspectos que compõem a narrativa quando aproximam os atores com ferramentas do template, quando definem a linguagem e a estética do produto final, quando atuam na definição da possibilidade dele ocorrer ou não, entre outras situações.

Ou seja, para compreender a atual “crise” do jornalismo tradicional, é preciso considerar a emergência desse novo espectador, que interage, atua, exige, reposicionando o lugar do emissor, e, juntos, se agenciam com as novas tecnologias para produzir uma comunicação mais dialógica e menos informativa. Esses novos lugares do sujeito podem ser visualizados como experiência inicial na narrativa midiativista aqui considerada.

Referências

BENTES, Ivana. Estéticas Insurgentes e Mídia-Multidão. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p. 330-343, maio 2014. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/704/479>. Acesso em: 16 jul. 2015.

BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8 ed. Revista. São Paulo: Brasiliense, 2012. – (Obras Escolhidas v.1).

CASTAÑEDA, Marcelo. As manifestações de 2013: imbricamentos sociotécnicos e perspectivas. In: CAVA, Bruno. COCCO, Giuseppe. **Amanhã vai ser maior: o levante da multidão no ano que não terminou**. São Paulo: Annablume, 2014. P. 107-118.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da internet**. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

COSTA, M. L. **Mídia Ninja e a imprensa factual**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/midia_ninja_e_a_imprensa_factual/>. Acesso em: 30 jul. 2015.

CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

GONÇALVES, M. **Mestre Dines, ousou discordar**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed760_mestre_dines_ousou_discordar/>. Acesso em: 30 jul. 2015.

GUMBRECHT, Has Ulrich. **Produção de Presença: o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2010.

HARDT, Michael. NEGRI, Antonio. **Multidão – Guerra e Democracia na Era do Império**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

LATOURETTE, Bruno. **Reagregando o Social: uma introdução à teoria Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012.

LEMOES, André. **A Comunicação das Coisas. Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede – Etiquetas de Radiofrequência em Uniformes Escolares na Bahia**. Disponível em: <http://www.seminariosmv.org.br/textos/Andre%20Lemos.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2015.

MACHADO, E. **O enigma dos Ninjas**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/_ed764_o_enigma_dos_ninjas/>. Acesso em: 30 jul. 2015.

MALINI, F. AUTOUN, H. **A Internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MAZOTTE, N. **Jornalistas independentes da Mídia Ninja ganham atenção**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/monitor-da-imprensa/_ed757_jornalistas_independentes_da_midia_ninja_ganham_atencao/>. Acesso em: 30 jul. 2015.

SCHUFFNER, C. SERODIO, G. **A narrativa que se engaja nas manifestações**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed758_a_narrativa_que_se_engaja_nas_manifestacoes/>. Acesso em: 30 jul. 2015.

SIQUEIRA, E. **Apenas mais uma utopia**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/apenas_mais_uma_utopia/>. Acesso em: 30 jul. 2015.

SODRÉ, M. **A velha nova mídia**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a_velha_nova_midia/>. Acesso em: 30 jul. 2015.

TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo: por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004a. v. 1.