
**Notícias e Ativismo em Rede:
teorias da ação política e comunicação contra-hegemônica nas plataformas
digitais¹**

Claudia RODRIGUES²

Leonel Azevedo de AGUIAR³

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

As contranarrativas produzidas pelo ativismo em rede jogam luz sobre a produção contra-hegemônica que se espalha nas plataformas digitais. Essa produção nos remete a conceitos como hegemonia e contra-hegemonia que inspiram as práticas jornalísticas de coletivos midiáticos. A partir de autores como Gramsci, Herman & Chomsky, Traquina, Gitlin e Moraes, o objetivo deste artigo é realizar uma discussão sobre as teorias da ação política que enfatizam a premissa de que as notícias sofrem distorções sistemáticas e que essa manipulação obedece à interesses econômicos, políticos e ideológicos. Com este respaldo teórico, apresentamos estudo de caso em torno das narrativas jornalísticas do coletivo Mídia Ninja com a finalidade de refletir sobre as disputas discursivas nas plataformas digitais.

Palavras-chave: teorias da ação política; hegemonia; contra-hegemonia; contranarrativas; Mídia Ninja.

Introdução

É inegável o tensionamento do campo jornalístico a partir da entrada em cena de novos atores favorecidos pela facilidade de produção e distribuição de notícias na internet. As condições de possibilidade no terreno digital impulsionaram novas dinâmicas noticiosas e a emergência de uma comunicação alternativa em rede. Na contramão das grandes organizações midiáticas, cidadãos e midiativistas encontram suportes para veicular um fluxo de informação contra-hegemônica (AGUIAR; SCHAUN, 2014; MORAES, 2013; MEIKLE, 2003; PERUZZO, 2009).

Durante os oito anos em que ficou na prisão, de 1926 a 1934, e escreveu *Cadernos do Cárcere*, o filósofo marxista, e jornalista, Antonio Gramsci, desenvolveu conceitos como Estado ampliado, sociedade civil, hegemonia e guerra de posição e promoveu

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do PPGCOM da PUC Rio. Mestre em Comunicação pela PUC Rio. Integrante do grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais (PUC-Rio). Jornalista diplomada (UFRJ).

³ Professor do PPG COM da PUC-Rio. Doutor e Mestre em Comunicação (UFRJ). Líder do grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais (PUC-Rio). Jornalista diplomado (UFF).

uma revisão das formulações propostas por Marx e Engels (COUTINHO, 2011). Na perspectiva hegemônica, não é integralmente subtraída, aos grupos subalternos, a construção de uma visão de mundo divergente. “A essa resistência político-cultural é que Gramsci chamaria contra-hegemonia” (COUTINHO, 2008, p.9). No campo oposto, o processo de conformismo tem a imprensa a agir como aliado na coerção e dominação.

[...] Entre os elementos que recentemente perturbaram a direção normal da opinião pública por parte dos partidos organizados e definidos em torno de programas definidos, devem ser postos na linha de frente a imprensa marrom e o rádio (onde estiver muito difundido) (GRAMSCI *apud* COUTINHO, 2011, p. 283).

A crença na capacidade de o sistema midiático exercer interferência na seleção e circulação de informações e de interpretações que ajudam a consolidar a construção de consensos sociais é a base das teorias de ação política (TRAQUINA, 2012). Este pensamento encontra eco em autores como Herman e Chomsky, Stuart Hall, Gítlin, Moraes e Ramonet. A comunicação tornou-se uma matéria-prima estratégica, sustenta Ramonet (2013). Autor de *A explosão do jornalismo – Das mídias de massa à massa de mídias*, Ramonet salienta que os grandes grupos midiáticos não ocupam mais o lugar do “quarto poder” – termo cunhado com base no pressuposto que a mídia tem o poder de fiscalização dos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário – e age, como “ferramentas ideológicas de globalização” (RAMONET, 2013, p.63).

Moraes (2013) pontua que a digitalização contribuiu para a multiplicação do infoentretenimento e acentuou a concentração de setores complementares (imprensa, rádio, televisão, internet, audiovisual, editorial, fonográfico, telecomunicações, informática, publicidade, marketing, celulares, redes sociais, etc.). As corporações midiáticas se apresentam como multiplataformas integradas e estabelecem a combinação de interesses estratégicos em diferentes suportes (MORAES, 2013, p.21).

A expansão do poder corporativo e das fusões, com o declínio da radiodifusão pública, conferiram mais influência aos resultados finais e borraram as fronteiras entre departamento editorial e publicidade expõem Herman e Chomsky (2002). A dupla prescreve que as redações foram incorporadas às estruturas corporativas transnacionais, com cortes orçamentários e redução de pessoal, e impacto no entusiasmo pelo jornalismo investigativo que “desafiaria as estruturas do poder” (*ibidem*, 2002, p. XVII).

Mesmo contestado por críticos que enxergam uma visão monolítica do bloco da mídia no modelo da propaganda proposto por Herman e Chomsky, a teoria se mantém como ferramenta de reflexão. Pesquisa realizada, em 2010, pela *Harvard's John F. Kennedy School of Government*, analisou a cobertura da mídia *mainstream*, de 1930 a 2004. Na compreensão do estudo, os quatro veículos analisados – entre eles, *The New York Times* e *The Washington Post* – passaram a nomear como “submarino”⁴ o que antes chamavam abertamente de tortura quando a “técnica de afogamento” passou a integrar a lista de táticas de interrogatório autorizadas pelo presidente Bush, em 2002.

Apenas um conjunto de assuntos ou fatos é posto à disposição da população em geral, quer por censura tácita ou oficial, a condição de diversidade não é satisfeita. Ou se os temas, fatos e perspectivas que se desviam da perspectiva geral estão confinados aos limites dos media e não chegam ao grosso da população, o resultado é o que pode ser chamado de diversidade sem sentido ou “marginalizada” (HERMAN, 1985, p.135).

Este entendimento de déficit comunicacional, e de invisibilidade, inspira ações do coletivo Mídia Ninja – um exemplo de ativismo em rede que despontou nas *jornadas de junho* de 2013. Nas tentativas de agendamento e desconstrução das narrativas da grande mídia que o estudo de caso nos revelou, observa-se a visão parametrizada pelas teorias da ação política que percebem a forma como a mídia dita hegemônica constrói um consenso a partir de enquadramentos.

A construção do consenso

Estudos sobre o jornalismo, a partir da década de 70 (TUCHMAN, 1972; HALL, 1973; MEADOW, 1973, CIRINO, 1970), convergem para investigações no âmbito da parcialidade (*new bias studies*) que tangenciam, de acordo com a teoria democrática, a função da mídia como Quarto Poder, contrapoder e/ou servidor público. A onda de protestos que emergiu, em diversos países, na década de 60, reverberou em questionamentos ideológicos sobre as imbricações políticas e sociais da atividade jornalística. Esta cultura crítica – que atingiu profissionais nas redações – abalou conceitos cristalizados, como a objetividade da mídia, e serviu como fulcro teórico para uma série de investigações acadêmicas (TRAQUINA, 2012, p.162-163).

⁴ O submarino consiste em torturar o preso mergulhando sua cabeça em recipiente com água. Em 2007, a CIA proibiu o uso da técnica denunciada por grupos de direitos humanos como forma de tortura.

O ambiente “de oposição” desperta jornalistas sobre a gestão da informação por parte das instituições do governo, com ingerência especialmente depois da Segunda Guerra Mundial, quando brota a percepção sobre a forma como editores e repórteres seriam instrumentos do governo (SCHUDSON, 2010, 191). Schudson (2010) salienta que parte dos profissionais compreendem que são “temidos e valorizados não pela capacidade de representar a opinião pública mas pelo seu poder de controlá-la” (*ibidem*, 2010, p.192). Cresce o sentimento que o repórter convencional aceita passivamente o testemunho público e que a reportagem interpretativa – que apura o pano de fundo e as questões paralelas – era um trabalho restrito e de pouco alcance (*ibidem*, p.196). Schudson pondera que a “cultura crítica”, então, acentua o impacto político da mídia

(...) nos pressupostos inexplorados nos quais baseavam sua prática profissional e, acima de tudo em sua conformidade em relações às convenções da reportagem objetiva. Sob este ponto de vista, a objetividade não era um ideal mas uma mistificação. A obliquidade do jornalismo não estava no viés explícito, mas na estrutura social da coleta de notícias que reforçava as perspectivas oficiais da realidade social (SCHUDSON, 2010, p.190).

Althusser compreende a imprensa como um dos Aparelhos Ideológicos de Estado que elaboram, difundem e unificam visões da classe dominantes (entre eles, os AIEs escolar, familiar, jurídico e sindical). A característica destes poderes constituídos na esfera privada é funcionar pela ideologia em vez de pela repressão, embora Althusser aponte um amálgama no jogo tácito entre “Aparelho (repressivo) do Estado” e os Aparelhos Ideológicos. Dessa forma, mesmo na diversidade, operam unificação em torno da ideologia da classe dominante que detém o poder de Estado (ALTHUSSER, 1970). “Nenhuma classe pode duravelmente deter o poder sem exercer sua hegemonia sobre e nos Aparelhos Ideológicos de Estado”, parametriza Althusser (*ibidem*, p. 49).

Dentro dessa perspectiva, Moraes aponta a imprensa e os jornalistas como “agentes históricos essenciais no direcionamento da opinião pública, interferindo nos processos de conservação ou modificação das formas de hegemonia político-culturais” (MORAES, 2013, p.105). Sob influência do pensamento gramsciano, Hall observa que os pontos de vistas consensuais presentes na sociedade tornam-se representações que, de forma equivocada, denotam a inexistência de rupturas culturais ou econômicas e/ou importantes conflitos de interesse entre classes e grupos.

Os media definem para a maioria da população os acontecimentos significativos que estão a ter lugar, mas também oferecem interpretações ponderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos. Implícitas nessas interpretações estão orientações relativas a acontecimentos e pessoas ou grupos nelas envolvidos (HALL *et al. apud* TRAQUINA, 1993, p. 228).

Diferente de Herman e Chomsky, Hall reconhece uma relativa autonomia dos jornalistas frente ao controle econômico – o que faz Traquina (2012) enquadrá-lo também na teoria estruturalista⁵. Além disso, compreende a mídia como AIE por construir “mapas de significado” (HALL, 1973, p.226). Herman e Chomsky, por sua vez, argumentam que os jornalistas internalizam as prioridades quanto a noticiabilidade, que se conforma com a política da instituição, e demonstram dependência nas fontes governamentais e do segmento empresarial.

O modelo da propaganda proposto pelos americanos observa a restrição da autonomia dos *media* em virtude de seu alinhamento aos interesses institucionais e econômicos, a partir de sua natureza capitalista que privilegia lucro e publicidade (HERMAN; CHOMSKY, 2012). A partir de análises de coberturas da *mainstream media*⁶ americana, Herman e Chomsky apontam enquadramentos que incorrem em percepções seletivas e significados como os rótulos impostos ao termo terrorismo ou à vítimas “dignas” e “indignas” que ajudam a justificar, por exemplo, ações na esfera internacional lideradas pelo governo americano contra países “inimigos”.

A partir desta lógica, o enquadramento imposto pela grande imprensa induz a leituras e interpretações em desacordo com o pensamento dos que não se coadunam com a esfera dominante (HERMAN; CHOMSKY, 2002; GITLIN, 2003, BAILEY *et al.*, 2007; COULDRY, 2002). Traquina, contudo, assinala que o modelo da propaganda se atém à questões da política exterior americana, com base em estudos de caso limitados que não consideram assuntos domésticos onde a “elite econômica” pode estar mais vulnerável às cisões (TRAQUINA, 2012, p.168).

A construção do dissenso

⁵ De acordo com o estruturalistas, o processo de produção das notícias pressupõe a natureza consensual da sociedade que sublinha o papel das notícias no reforço da construção da sociedade como consensual (TRAQUINA, 2012, p.179)

⁶ Herman e Chomsky analisaram coberturas realizadas pela mídia americana sobre as guerras do Vietnã e Camboja, sobre eleições em El Salvador, Guatemala e Nicarágua, sobre a tentativa de assassinato do Papa João Paulo II, sobre a União Soviética e a era Putin.

As formulações de Gramsci sobre contra-hegemonia vinculam projetos jornalísticos alternativos à expressão da diversidade informativa com práticas de resistência cultural, permitindo-nos refletir sobre a reversão dos consensos estabelecidos. Gramsci define ações contra-hegemônicas como instrumentos para criar uma nova forma ético-política, cujo alicerce programático é denunciar e tentar superar as condições de marginalização e exclusão impostas a amplos estratos sociais pelo modo de produção capitalista. (MORAES, 2013, p.105-106).

Em contraponto ao material veiculado pela *Indymedia* – coletivo midiático que se sobressaiu na cobertura do encontro da Organização Mundial do Comércio (OMC) em Seattle, em 1999, com narrativas que capturaram imagens de violência contra manifestantes –, Bailey, Cammaerts e Carpentier explicitam que a *mainstream media*

[...] usou principalmente fontes oficiais de informação e opinião e negou, aos manifestantes, o acesso e a chance de apresentarem seus pontos de vista. O resultado deste tipo de cobertura foi a demonização dos manifestantes como ultraviolentos e a construção de um consenso geral em favor da globalização econômica; a mídia desperdiçou uma oportunidade de informar ao público questões referentes ao livre comércio a partir de várias perspectivas. (BAILEY *et al.*, 2007, p. 16)

Neste sentido, a ação da mídia alternativa – categoria em que se enquadra o coletivo *Indymedia* –, como observam Bailey, Cammaerts e Carpentier, é um fenômeno que está intimamente vinculado à ideia de sociedade civil. Sem ignorar a fragmentação e a diferenciação embutidas no conceito de sociedade civil, os autores ressaltam que é, nesta esfera, que se articulam as ideias dos cidadãos, a mobilização e a pressão por mudanças sociais (BAILEY *et al.*, 2007, p. 20).

Consideramos importante introduzir o conceito de modelo minimalista proposto por Gramsci em que a esfera da sociedade civil se sobrepõe e se relaciona com as esferas do estado e do mercado de forma autônoma e independente. Gramsci compreende que a sociedade civil é um espaço onde a hegemonia, por consenso, se engendra. Mas o pressuposto gramsciano é que a hegemonia pode ser contestada na esfera da sociedade civil uma vez que esta se constitui uma arena onde é possível despontar visões alternativas a respeito da política e da economia (BAILEY *et al.*, 2007, p. 21).

Na época em que a *Indymedia* surgiu não se falava em *web 2.0*, e a telefonia móvel ainda engatinhava em vários países. A conexão sem fio por dispositivos móveis não havia se popularizado. Ainda assim, eram dados os primeiros passos em direção à

constituição de um modelo de comunicação guiado pela convergência de formatos, pelo espalhamento de conteúdos e pela colaboração nos processos de produção e circulação (BITTENCOURT, 2014, p. 89).

Com respaldo no pressuposto do “Quarto Poder”, Ramonet (2013, p.99) sugere que as redes sociais atuam como um “quinto poder”, através do qual cidadãos criam “contraopinião pública”. A internet se constitui lugar de transmissão de conteúdo contra-hegemônico que questiona o neoliberalismo e a globalização, sentencia Moraes (2007). O “ecossistema virtual” é propício para as práticas comunicacionais, como convocação, articulação, cobertura e socialização de atos públicos, e manifestações em tempo real, como tuitos⁷ ou viralização de *posts* compartilhados (MORAES, 2013, p.104).

O grau de ressonância dos meios contra-hegemônicos na *web* está associado à competência dos coletivos em se afastar do “formato discursivo e do maniqueísmo das máquinas midiáticas” (MORAES, 2007, p.5). De acordo com essa lógica, Jenkins, Ford e Green (2013) cunham a expressão “ativismo avatar” para se referir ao emprego de técnicas da contemporaneidade tecnológica com o objetivo de operar propagabilidade.

A propagabilidade diminui os custos do discurso político. Como resultado, grupos ativistas acham mais fácil conceber e circular conteúdos de mídia convincentes, construindo afiliações mais fortes com um público que desempenha um papel muito mais ativo na propagação de sua mensagem. Essas táticas funcionam porque criam mídia (como os vídeos do You Tube) que é de fácil circulação, prestam atenção às motivações sociais que estimulam os adeptos e os visitantes mais casuais a compartilharem esse conteúdo. (JENKINS *et al.*, 2013, p. 271)

Moraes chama atenção para convergências e singularidades existentes no amálgama do ativismo em rede. Como ponto de interseção, o autor enumera a atuação multimídia com possível utilização de vídeos, arquivos sonoros, tecnologia flash, WebTV, WebRadio e *streaming*. Na perspectiva comum de democratizar a informação e criar “novas dinâmicas noticiosas”, cita as agências alternativas de informação na América Latina que apresentam diferentes objetivos e graus de autonomia (MORAES, 2013, p. 121).

A Aporrea, na Venezuela, por exemplo, está alinhada com o governo, a mexicana Cimac destina-se aos direitos étnicos e da mulher, e a chilena Azkintuwe defende povos

⁷ Manifestações através de publicação intensa via Twitter.

originários como o Mapuche. A Agência de Informação Frei Tito para América Latina (Adital), o coletivo uruguaio Rebelarte e o jornal Brasil de Fato, como as demais citadas, têm, em comum, “a visão de que a mídia hegemônica não retrata adequadamente a realidade social da América Latina” (MORAES, 2013, p.122). Buscam apontar incongruências, limitações ou distorções na mídia, como também publicizar reivindicações dos movimentos populares (MORAES, 2013, p.122).

Devemos atentar para a forma como as representações sobre a realidade determinadas pela imprensa implicam práticas discursivas atravessadas por relações de poder-saber que ultrapassam a modalidade de jornalismo em questão. “O processo de produção de informação se configura como um espaço público de lutas micropolíticas, no qual diversas forças sociais, políticas e econômicas disputam a produção de sentido sobre o real” (AGUIAR, 2009, p.179-180).

Midiativismo: estratégias e narrativas da Mídia Ninja

A formação do coletivo Mídia Ninja – Narrativas **I**ndependentes, **J**ornalismo e **A**ção – está intrinsecamente ligada ao ciclo aberto pelos movimentos *Occupy* que se disseminaram nos países árabes, Europa e Estados Unidos a partir de 2011. Foram gestados no espaço autônomo e livre da internet onde emissores selecionam seus destinatários em uma interação horizontal, de difícil controle (CASTELLS, 2012)⁸. Este pano fundo histórico imprimiu uma conjuntura favorável para a disseminação de novas práticas comunicacionais que influenciaram outros coletivos no exterior e no Brasil. Através da transmissão de assembleias, via *streaming*, o coletivo espanhol *15 M* unia manifestantes em diferentes cidades espanholas numa *calle* global.

Os ecos dos *Occupy* instigaram *Ocupas* em cidades brasileiras e a reunião de coletivos em torno de atividades como o encontro *Preliminares*, em 2012, uma conferência na capital paulista que colocou em pauta novas formas de fazer ativismo digital e o futuro do midialivrisimo no Brasil. A conjuntura política nacional, marcada por protestos contra o aumento das passagens, desde o começo de 2013, serviu como estopim para o surgimento de coletivos como a Mídia Ninja.

⁸ Castells chama a interação na esfera digital de *autocomunicação* das massas que possibilita a mobilização a partir de mensagens de muitos para muitos, com a utilização de redes como Twitter e Facebook (CASTELLS, 2012, P. 6-7).

A Mídia Ninja⁹ foi concebida como braço midiático do coletivo cultural Fora do Eixo¹⁰ com a finalidade de veicular contranarrativas. O FdE já havia feito incursões neste segmento através do Centro Multimídia Fora do Eixo e do canal digital POSTV. A proposta de jornalismo independente foi explicitada em sua nota de lançamento, em 27 de maio de 2013, no Facebook.

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 e fotos, memes e streaming, atrás de câmeras ou celulares, eles estão por toda parte. (...) Reduzindo filtros entre fatos e o público. Já não precisamos de veículos. Somos os veículos (Mídia Ninja, 2013)¹¹.

A explosão das *jornadas de junho* de 2013 deu notoriedade ao coletivo que narrou, em tempo real, os acontecimentos a partir do lócus do manifestante. Apoiado na subversão do uso do de smartphones e acesso 3G, via plataforma Twitcasting, foi protagonista de denúncias contra a violência da Polícia Militar nos protestos. A conectividade das redes promoveu crescimento exponencial de seguidores e agenciamento coletivo. D’Andrea (2014) observa o forte poder mobilizador da audiência conectada pelas coberturas midiativistas via *streaming* que radicalizaram a imprevisibilidade.

Neste sentido, a investigação¹² sobre as narrativas da Mídia Ninja no período de 2013 a 2016 revelou práticas midiativistas que extrapolam a produção de conteúdo veiculado no Facebook e no site do coletivo. Durante a observação participante realizada em duas casas coletivas – a Casa Fora do Eixo, em São Paulo, e a Casa das Redes, em Brasília, em 2015 –, percebemos que os integrantes atuam como articuladores dos movimentos ou dos coletivos que apoiam. A parceria se estabelece na prévia organização e divulgação do evento e posterior cobertura. O material fotográfico é reutilizado com frequência na elaboração de arte gráfica que serve para mobilizar¹³ e

⁹ Disponível em <http://midianinja.org/> e <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/>

¹⁰ O Fora do Eixo é um coletivo cultural formado por coletivos parceiros com expertise em comunicação midiática adquirida na organização de festivais de música. Seus membros vivem em casas coletivas com caixa coletivo. Na época da pesquisa, eram oito espalhadas por cidades brasileiras. A sustentabilidade é garantida também por verbas oriundas de editais e de fundações. Informações de Rafael Vilela em entrevista, em 27 ago. 2015.

¹¹ Disponível em

<https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/164308703727283/?type=3&theater> Acesso em 01 dez. 2015.

¹² A metodologia da pesquisa combinou observação participante (uma semana na casa coletiva de São Paulo e uma semana na casa coletiva de Brasília), cinco entrevistas e análise de conteúdo da produção da Mídia Ninja veiculada no Facebook e na página Oximity durante 2013 e 2016. O site passou por uma reformulação em 2017 com veiculação de artigos de opinião de colonistas.

¹³ Exemplo disponível em <https://www.facebook.com/events/281418555526299/> Acesso em 04 jul. 2016.

promover escraço – narrativa visual carregada de deboche e irreverência¹⁴. Bentes (2015) propõe que o midialivrista se difere do jornalista corporativo porque não está no ato apenas para fazer o registro. “Ele é um corpo na multidão e a comunicação é uma das formas de mobilizar e organizar, expressar essa multidão (BENTES, 2015, p.14).

O objetivo declarado da Mídia Ninja é “mudar o imaginário coletivo” e “fazer um contraponto à mídia hegemônica”¹⁵. Os midiativistas rejeitam os paradigmas da objetividade e imparcialidade jornalística. Em uma lógica inversa, calcada em narrativas humanas, tentam desconstruir imagens negativas que acreditam ser reforçadas pela mídia. Percebe-se clara tentativa de ressignificação simbólica em pautas recorrentes como MST¹⁶, MTST e *Black Blocs*¹⁷. O resultado são notícias que priorizam o ponto de vista dos movimentos. Foi o que aconteceu nas postagens massivas contra a redução da maioria penal¹⁸, a favor da cassação do ex-presidente da Câmara dos Deputados Eduardo Cunha, em 2015, e em torno dos atos contra o *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff, em 2016.

Compreendemos que a ideia de fluxo para o coletivo encontra sustentação na Teoria da Agenda de McCombs, conceito que percebe a capacidade de a mídia pautar e enquadrar assuntos relevantes para o público. A organização impôs um ritmo frenético de publicações no Facebook, a partir de março de 2016 com postagens sobre atos contrários ao *impeachment*¹⁹. Em dois atos nacionais, nos dias 18/03/2016 e 31/03/2016, foram publicados, respectivamente, 118 e 179 posts na timeline da Mídia Ninja no Facebook; no dia 17/04/2016, data da sessão de votação para abertura do processo de *impeachment*, foram feitas 256 postagens. Houve silenciamento a respeito de protestos favoráveis ao processo de afastamento. Inferimos, a partir desta constatação, uma tentativa de agendamento de cenário de mobilização e resistência.

¹⁴ Exemplo disponível em

<https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.235526863272133.1073741870.164188247072662/533965756761574/?type=3&theater> Acesso em 14 nov. 2016.

¹⁵ Rafael Vilela em entrevista, em 27 jul 2015, em São Paulo.

¹⁶ Disponível em <https://medium.com/@MidiaNINJA/a-trajetoria-e-as-lutas-do-mst-a02e6d9b64dd>. Acesso em 27 jun. 2018.

¹⁷ Disponível em

<https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/233169286841224/?type=3&theater> Acesso em 19 maio 2016.

¹⁸ A Mídia Ninja se engajou numa campanha contra a redução da maioria penal e pelo afastamento do então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha. Disponível em

<https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/51267145557671/?type=3&theater> Acesso em 3 abr. 2016.

¹⁹ Disponível em

<https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/624958420995640/?type=3&theater> Acesso 5 abr. 2016.

Nos conteúdos analisados – coberturas envolvendo *black blocs*²⁰, greve dos garis em 2014²¹, MOE (Movimento Ocupa Estelita) e pautas que fazem referência à legalização da maconha²² – torna-se evidente a inversão de critérios de noticiabilidade largamente utilizados pelos media como relevância, notoriedade, significatividade e dramatização (GALTUNG; RUGE, 1993). Verifica-se, portanto, um dissenso na forma de seleção e enquadramento. No caso dos garis, enquanto o jornal O Globo abordava o caos na cidade, a partir de uma apuração que privilegiou fontes do governo, a Mídia Ninja buscou construir um contraponto à narrativa apresentada pela grande imprensa a partir do viés ideológico da categoria.

[...] Os movimentos acionam a gente antes dos veículos por que confiam. Nossa relação é orgânica. [...] de pessoas interessadas em falar sobre aquilo. A relação de fonte está ligada à imparcialidade e a gente não acredita nisso. Não é só fonte. É um sujeito ativo no processo político. Ele está fazendo fluxo de informação para facilitar a visibilidade do que ele acredita (VILELA, 2015)²³.

Dessa forma, o coletivo Mídia Ninja tornou-se suporte para veiculação de narrativas que se contrapõem, na forma e no conteúdo, ao que é produzido pela mídia *mainstream*. À luz das formulações de Gramsci, observamos como a Mídia Ninja imprime um caráter contra-hegemônico em sua produção jornalística ao abordar temas marginalizados e, com isso, procurar dar visibilidade a temas “invisibilizados”. A práxis do coletivo se constitui, em última análise, uma resistência político-cultural.

Considerações finais

Perante o prisma gramsciano que expõe o processo de construção de consenso, a mídia exerce um papel crucial uma vez que reforça o pensamento hegemônico da sociedade capitalista. Esta é a ótica que inspira autores vinculados às teorias da ação política (TRAQUINA, 2012) e funciona como um princípio na definição das estratégias comunicacionais contra-hegemônicas demarcadas conforme os parâmetros adotados por coletivos, dentre os quais a Mídia Ninja.

²⁰ Na prisão dos manifestantes no dia 17 de outubro de 2013, publicação sob o título “Ditadura 2.0” denunciava “Estado de exceção”. Disponível em <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/235758636582289/?type=1&theater> Acesso em 22 março 2016.

²¹ Disponível em <https://medium.com/@MidiaNINJA/other-carnivals-1fab2f577664> Acesso 27 jun. 2018.

²² Disponível em <http://midianinja.org/news/10-anos-de-marcha-da-maconha-autonomia-feminismo-e-quebrada/> Acesso em 27 jun. 2018.

²³ Rafael Viela em entrevista em 27 ago. 2015, em São Paulo.

Ao apontar a autonomia restrita da mídia em face à submissão a interesses políticos e econômicos, Herman e Chomsky (2002) assinalam que as informações divergentes e “inconvenientes” veiculadas pela mídia evidenciam que o sistema não é monolítico mas argumentam que estas permanecem à margem, sem alcance suficiente para interferir na agenda oficial. Isso não implica, contudo, que qualquer “propaganda” proveniente da mídia seja eficaz (*ibidem*, p. XXII).

Ao fazer uma revisão das práticas do ativismo em rede, é possível classificar tais táticas enquanto “ações coletivas reativas aos contextos histórico-sociais nos quais estão inseridas” (AGUIAR; SCHAUN, 2010, p.199). Também podemos comparar a atuação dos midiativistas à *comunicação alternativa em rede* definida por Moraes: trata-se de mídia que se vale de discursos e dinâmicas editoriais guiadas pela tentativa de “romper crivos e controles da mídia convencional” (MORAES, 2007, np). Na esfera digital, “ativistas veiculam vozes dissonantes e desafiam o consenso imposto pela grande mídia sobre o que deve ser informado à esfera pública” (MEIKLE, 2003, p.61).

Um desafio para os ativistas na internet é desenvolver formas de contar histórias que não repliquem a estrutura narrativa dos conflitos (BIRD; DARDENE, 1993). Outra armadilha é a priorização de pautas, com tratamento crítico, inspiradas na agenda da grande mídia. O resultado é a reprodução dos fatos mais repercutidos pela cobertura midiática, fenômeno verificado na produção da Mídia Ninja que resultou na redução de sua teia noticiosa e da visibilidade que pretende alcançar. O comportamento reverso, pontua Moraes (2007), é o estreitamento do público-alvo com conteúdos de cunho mais ideológico que atingem mais especificamente os convertidos.

Referências bibliográficas

AGUIAR, Leonel Azevedo de. A validade dos critérios de noticiabilidade no jornalismo digital. In: RODRIGUES, Carla (org.). **Jornalismo online**: modos de fazer. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2009.

_____; SCHAUN, Angela. Híbrido Glocal, Ciberativismo e Tecnologia da Informação. **Polêmica**, v. 9, n.4, pp. 130-147, out./dez. 2010.

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e os Aparelhos Ideológicos de Estado**. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

BAILEY, O.; CAMMAERTS, B.; CARPENTIER, N. **Understanding Alternative Media - issues in cultural and media studies**. Berkshire: Open University Press, 2007.

- BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas**. Rio de Janeiro: MauadX, 2015.
- BIRD, S. Elizabeth; DARDENNE, Robert. Mito, registro e ‘estórias’: explorando as qualidades narrativas das notícias. *In: TRAQUINA, Nélon (org.) Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993, p. 263-277.
- BITTENCOURT, M.C.A. A Mídiação do ativismo nas coberturas do G1 e do Mídia Ninja. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v.2, n.30, jan./abr. 2014.
- CASTELLS, Manuel. **Network of Outrage and Hope**. Cambridge: Polity, 2012.
- CIRINO, Robert. **Don’t blame the People: How the News Media Use Bias, Distortion and Censorship to Manipulate Public Opinion**. Los Angeles: Diversity Press, 1970.
- COULDRY, Nick. Mediation and alternative media, or relocating the centre of media and communication studies. **Media International Australia**, Queensland, n. 103, 2002.
- COUTINHO, C.N. (Org.). **O leitor de Gramsci**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2011.
- _____. **Comunicação e contra-hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.
- D’ANDRÉA, Carlos. Conexões intermediárias entre transmissões audiovisuais e redes sociais online: possibilidade de tensionamentos. XXIII Encontro Anual da Compós, 2014, Belém (PA). **Anais...**, 2014.
- HALL, Stuart *et al.* A produção social das notícias: o *mugging* nos media. *In: TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.
- HERMAN, Edward S. Diversity of news: Marginalizing the opposition. **Journal of Communication**, v. 35, n. 3.
- HERMAN, E.S.; CHOMSKY, N. **Manufacturing Consent: the political economy of mass media**. New York: Pantheon Books, 2002.
- GALTUNG, J.; RUGE, M. H. A estrutura do noticiário estrangeiro. *In: TRAQUINA, N. Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa: Vega, 1993, p. 61-73.
- GITLIN, Todd. News Is What Newspapermen Make It. *In: DEXTER, A; MANNING, D.M. People Society and Mass Communication*. Nova York: Free Press, 1964.
- GRAMSCI, A. **Cadernos do Cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture**. New York: New York University, 2013.
- MEADOW, R.G. Cross-media Comparison of Coverage of the 1972 Presidential Campaign. **Journalism Quarterly**, v. 50.
- MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MEIKLE, Graham. **Future Active - media activism and the internet**. Nova York: Routledge,

2003.

MORAES, Denis. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista Eptic**, vol. 9, n.2, mai./ago. 2007.

_____. Agências alternativas em rede e democratização da informação na América Latina. *In*: MORAES, D. *et al.* **Mídia, poder e contrapoder** – Da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

PERUZZO, Cicília. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Galáxia**, n. 17, jun. 2009.

_____. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que o gigante acordou. **Matrizes**, v.7, n. 2, 2013.

RAMONET, Ignacio. Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados? *In*: MORAES, D. *et al.* **Mídia, poder e contrapoder** – Da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

SCHERER-WARREN, Ilse. **Cidadanias em fronteiras**: ações coletivas na era da globalização. São Paulo: Hucitec, 1999.

SCHUDSON, Michael **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2012, vol.1.

TUCHMAN, Gaye. Making News by doing Work: Routinizing the Unexpected. **American Journal of Sociology**, v. 79, n.1, 1973.

VILELA, Rafael. Entrevista presencial concedida em 27 de julho de 2015.