



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UNICEUB

FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

DISCIPLINA: MONOGRAFIA

PROFESSORA ORIENTADORA: MÔNICA IGREJA DO PRADO

ÁREA: JORNALISMO E NOVAS MÍDIAS

Raquel V. Teixeira dos Santos

RA:21054886

Mídia Ninja:

Uma análise dos textos do Observatório da Imprensa

Brasília

2013

Raquel V. Teixeira dos Santos

**Mídia Ninja:
Uma análise dos textos do Observatório da Imprensa**

Trabalho apresentado à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – FATECS, como requisito para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Brasília

2013

Raquel V. Teixeira dos Santos

**Mídia Ninja:
Uma análise dos textos do Observatório da Imprensa**

Trabalho apresentado à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – FATECS, como requisito para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Brasília, 18 de novembro de 2013

Banca Examinadora

Prof. Mônica Igreja do Prado
Orientadora

Prof. Sérgio Euclides Souza

Prof. Vivaldo Reinaldo de Sousa

Dedico este trabalho à minha mãe Abadia, lutadora, incentivadora e responsável por tudo que sou hoje. Sem ela nada na minha vida seria possível. Por toda dedicação, amor, renúncia a si própria, força e sabedoria. Por enfrentar qualquer barreira em prol da minha educação e do meu futuro. Por ser a minha mãe passarinho, que me guarda no ninho, mas se orgulha de me ver voar. Por todos os “nãos” e pelos “vai na fé”. Tenho imenso orgulho de ser sua filha.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus por sempre guiar meu caminho. Ao meu pai Ures, que deixou saudade e mesmo que não possa partilhar desse momento junto a mim, espero que de onde ele esteja também se sinta orgulhoso dessa etapa alcançada. Agradeço à minha família, em especial meus irmãos, Tina, JP, Tuco e Paulinha, vocês são minha base, sintonia e espelho do que eu sou. E a minha cunhada, Giselle. À minha avó Deolinda, que me ensinou que a melhor forma de comunicação é através de um sorriso. Ao meu *paidrasto* Wilson, por se fazer presente em todos os momentos da minha vida. Ao meu padrinho João e a Tia Aline, por todo incentivo e apoio. Aos amigos que fiz durante esses anos de curso, obrigada por todos os momentos de alegria e loucura. Vocês tornaram minhas manhãs bem mais suportáveis. Aos professores com quem tive a oportunidade de aprender e dividir experiências, obrigada pelos ensinamentos diários. A todos aqueles que de alguma forma estiveram e estão próximos a mim, fazendo esta vida valer cada vez mais a pena. A todos, muito obrigada!

“Eu permito a todos serem como
quiserem, e a mim como devo ser.”
(Chico Xavier)

RESUMO

Esta monografia faz uma reflexão sobre as novas mídias como auxílio para a produção jornalística e o surgimento da Mídia Ninja. Foram utilizados como instrumento de pesquisa 26 artigos publicados no Observatório da Imprensa. Após a análise de conteúdo pode-se verificar Mídia Ninja é uma forma de comunicação que surgiu a partir do desenvolvimento das redes sociais e teve como finalidade a transmissão de informação.

Palavras-chave: Jornalismo. Manifestações Populares. Mídia Ninja.

Sumário

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Fora do Eixo – Mídia Ninja	10
1.2 Justificativa	13
1.3 Objetivos	13
1.3.1 <i>Objetivo geral</i>	13
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	14
1.4 Problema da pesquisa	14
1.5 Metodologia	14
2 JORNALISMO	16
3 A PESQUISA	25
3.1 Coleta de dados	25
3.2 Tratamento dos dados	27
3.3 Análise dos dados	36
3.3.1 <i>Conceito</i>	36
3.3.2 <i>Forma de cobertura - modo de operar</i>	37
3.3.3 <i>Jornalismo: sim ou não?</i>	39
3.3.4 <i>Apartidarismo</i>	40
3.3.5 <i>Futuro</i>	41
3.4 Resultados	43
4 CONCLUSÃO	45
4.1 Limitações da pesquisa	47
4.2 Agenda Futura	48
5 REFERÊNCIAS	48
6 ANEXO: DOS 26 TEXTOS DO O.I.	50

1 Introdução

A comunicação é estruturante da sociedade pós-moderna. Para isso deve-se observar como a mídia participa da vida social e cultural contemporânea. Entender a mídia como um processo é compreender que ela está em constante mutação e se adaptando ao meio em que vive, ou seja, a atualidade.

A sociedade do século XXI recebe informação de mídias em diferentes formatos. Mas não pense que é essa infinidade de conteúdo que irá obrigatoriamente nos tornar cidadãos bem informados. É um desafio saber selecionar e escolher notícias em meio a tantas opções. E fornecer informação com credibilidade e veracidade é parte do dever fundamental de um veículo sério e comprometido com o público.

O objetivo desse trabalho é estudar como é realizado o debate sobre a mídia ninja no Observatório da Imprensa, já que o site consegue compilar textos publicados nos grandes portais de notícias, além de ser um veículo jornalístico focado na crítica da mídia, com presença como site na web desde maio de 1998, antes disso era um projeto original do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor), da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

O site funciona como um fórum permanente onde os usuários da mídia – leitores, ouvintes, telespectadores e internautas –, organizados em associações desvinculadas do estabelecimento jornalístico, poderão manifestar-se e participar ativamente num processo no qual, até há pouco, desempenhavam o papel de agentes passivos.

Informar com qualidade sobre todos os assuntos requer métodos e práticas adequadas, é preciso que existam pessoas destinadas à essa função, especialistas em informar. Para isso servem os jornalistas: informar sem distinção a todos sobre os assuntos que os cercam a fim de promover uma convivência digna.

Foram retirados 26 textos do Observatório da Imprensa, durante os meses de junho, julho, agosto e setembro de 2013. As datas foram estipuladas de acordo com o corte temporal conforme o prazo de pesquisa e entrega deste trabalho.

A base documental teve como foco os acontecimentos que envolveram a Mídia Ninja, levando em conta o estopim na participação durante as manifestações populares ocorridas em 2013. A cobertura desses eventos teve propagação viral dentro das redes de sociais, sites que também servem de base para essa forma de cobertura.

Nos dias atuais percebe-se uma grande variedade de formas de ser informado como consequência do avanço tecnológico. Porém, isso não significa, necessariamente, dizer que a população está sendo bem informada. O objetivo desta pesquisa é conhecer as características fundamentais da Mídia Ninja através de uma base de dados e, deste modo, compreender como as informações são transmitidas.

1.1 Fora do Eixo – Mídia Ninja

A Mídia Ninja (uma abreviação livre de Narrativas Independentes Jornalismo e Ação) é denominada pelos seus integrantes como um meio de comunicação que não obedece à formalidade nem aos rituais da mídia tradicional. É realizada pelo coletivo chamado de Fora do Eixo (FdE), que é explicado como uma rede colaborativa e descentralizada de trabalho. Atuam pelo ativismo sociopolítico, declarando ser uma alternativa à imprensa tradicional.

Iniciada em 2005 por produtores e artistas de estados brasileiros e originalmente conhecido como Circuito Fora do Eixo, o Fora do Eixo atua na área da cultura em todo o Brasil, e em mais alguns países da América Latina. Inicialmente focava no intercâmbio solidário de atrações musicais e conhecimento sobre produção de eventos,

mas cresceu para abranger outras formas de expressão como o audiovisual, o teatro e as artes visuais.

Conforme representantes do FdE, a organização é formada pelos coletivos de cultura que são pautados nos princípios da economia solidária, do associativismo, do cooperativismo, da divulgação, da formação e intercâmbio entre redes sociais, do respeito à diversidade, à pluralidade e às identidades culturais, do empoderamento dos sujeitos e alcance da autonomia quanto às formas de gestão.

Conhecido por participar de processos socioculturais, e por estimular à criatividade, à inovação e à renovação, da democratização quanto ao desenvolvimento, uso e compartilhamento de tecnologias livres aplicadas às expressões culturais e da sustentabilidade pautada no uso e desenvolvimento de tecnologias sociais.

O FdE é composto por Coletivos Locais de cada cidade ou município onde exista um núcleo ou célula de produção cultural, denominados de “Pontos Fora do Eixo”, cuja adesão do indivíduo no coletivo é livre, espontânea, esclarecida e consciente. De acordo com dados da Organização em 2013, são 18 casas, 91 coletivos e 650 coletivos parceiros.

Os primeiros coletivos a constituir a rede localizavam-se em Cuiabá (MT), Rio Branco (AC), Uberlândia (MG) e Londrina (PR). Esses coletivos articulam-se em circuitos estaduais e regionais econômicos, de produção, formação, circulação e comunicação, que se fazem representar por um Colegiado Regional, capilarizando, assim, os preceitos e projetos da rede como um todo.

A Mídia Ninja é apenas um desses coletivos que fazem parte do FdE, teve origem em junho de 2011, por meio da Pós-TV (site que transmite em tempo real os eventos), nessa época eram realizadas coberturas midiáticas de eventos para divulgar os projetos, há quatro anos foi criado um núcleo de comunicação. Depois de começar com transmissão de festivais e eventos artísticos, o conteúdo passou a ser mais social.

O primeiro movimento onde esteve presente foi na Marcha da Maconha¹ daquele mesmo ano. Esse coletivo se destacou por divulgar diretamente imagens das ruas, sem filtros e sem edição. A narrativa é crua. Não tenta (nem seria capaz de) explicar ao espectador o que está acontecendo. Com seu material bruto, coloca o público no centro da ação.

A estrutura da Mídia Ninja funciona com um núcleo central em São Paulo, com mais ou menos 8 pessoas, e com um número flutuante de colaboradores em outros estados, principalmente em capitais como Belo Horizonte, Porto Alegre, Belém do Pará, Brasília, Rio de Janeiro e Salvador.

Para montar uma nova sucursal dos ninjas, os novos voluntários são instruídos a aderir ao projeto através do preenchimento de um cadastro. Nele, a pessoa indica a sua disposição em ajudar, em qual área ela pretende atuar e o que ela tem a oferecer em termos de auxílios materiais.

Tendo como base e plataforma principal de desempenhos das atividades o meio eletrônico, a internet estrutura e faz valer todo o trabalho da Mídia Ninja. São grupos unidos de aparelhos eletroeletrônicos, dispostos a divulgar em tempo real os protestos de rua e eventuais confrontos com a polícia. São aparatos simples, porém com tecnologia avançada, fruto de uma modernidade cada vez mais acessível ao cidadão brasileiros.

Esse grupo de mídia teve a atuação conhecida pelo ativismo sociopolítico, declarando ser uma alternativa à imprensa tradicional. O grupo tornou-se conhecido mundialmente na transmissão dos protestos no Brasil em 2013. As transmissões da Mídia Ninja são em fluxo de vídeo em tempo real, pela internet, usando câmeras de

¹ Marcha da Maconha (inglês Global Marijuana March) é um evento que ocorre anualmente em diversos locais do mundo. Trata-se de um dia de luta e manifestações favoráveis a mudanças nas leis relacionadas à maconha, em favor da legalização da cannabis, regulamentação de comércio e uso (tanto recreativo quanto medicinal e industrial, tendo em vista as milhares de aplicações da cannabis em várias áreas).

celulares e uma unidade móvel que conta com computadores portáteis. A estrutura da Mídia Ninja é descentralizada e faz uso das redes sociais, especialmente o Facebook, na divulgação de notícias.

1.2 Justificativa

A escolha do tema foi definida de acordo com a atualidade dos fatos e a repercussão das manifestações ocorridas entre os meses de junho e setembro de 2013. O tempo já não avança mais. Só o agora interessa. Com a disseminação da tecnologia digital, nos tornamos escravos do presente.

Suspensa na urgência do momento o público é obrigado a dar conta de tudo ao mesmo tempo. O imediatismo faz com que as formas de mídia tenham que se adaptar a um prazo curto de apuração das informações. Levando em conta o jornalismo como forma de direito à informação e sua principal característica a apuração adequada dos fatos, cabe compreender como é feita a divulgação das informações através da Mídia Ninja.

Compreender como é realizado o processo de formação da notícia de acordo com as técnicas adotadas pelo colaborativo Ninja. Quem faz, como faz, como é a forma de divulgação, se o conteúdo tem caráter noticioso ou apenas informativo.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

- Realiza um estudo acadêmico sobre a temática da mídia ninja.

1.3.2 Objetivos específicos

- Conhecer como acontece o debate da Mídia Ninja no OI a partir de 26 textos selecionados

1.4 Problema da pesquisa

Este trabalho propõe como questão apresentar o que é a mídia ninja. Como forma de análise, cabe também compreender o que é esse novo fenômeno pelos olhos do Observatório da Imprensa.

1.5 Metodologia

Esta monografia tem o objetivo exploratório. Segundo Gil (2006, p. 41), este tipo de pesquisa visa aprimorar conhecimentos e tornar o tema estudado mais explícito. O método de pesquisa escolhido para a elaboração deste estudo foi a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental.

A pesquisa bibliográfica consiste em selecionar, dentre as várias publicações escolhidas para análise, a leitura que possa suprir as necessidades do pesquisador. A pesquisa documental lembra muito à pesquisa bibliográfica. A diferença entre ambas é encontrada nas contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser re-elaborados de acordo com os objetos da pesquisa.

A base documental foi retirada do site Observatório da Imprensa, onde textos sobre a Mídia Ninja foram postados. Tendo como caráter principal a coleta de dados,

textos postados no site Observatório da Imprensa, que remete a autores e diferentes meios de comunicação online, sendo mais presente os portais noticiosos.

Foram retirados 26 textos do O.I durante os meses de junho, julho, agosto e setembro de 2013. As datas foram estipuladas de acordo com o corte temporal conforme o prazo de pesquisa e entrega deste trabalho. Todos os textos foram escolhidos levando em conta as análises realizadas pelos autores sobre o tema.

Segundo Gil (2002, p.44), “[...] a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica está no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente (idem, p.45).

Para dar suporte a análise de dados desta pesquisa foi utilizada uma tabela dividida em categorias. Wilson Corrêa da Fonseca Júnior diz que, “a categorização consiste no trabalho de classificação e reagrupamento das unidades de registro em número reduzido de categorias, com o objetivo de tornar inteligível a massa de dados e sua diversidade” (FONSECA: 2005, p. 298).

A finalidade é colocar o pesquisador em contato com o que já se produziu e se registrou a respeito do tema de pesquisa. Tais vantagens revelam o compromisso da qualidade da pesquisa. Assim, além de permitir o levantamento das pesquisas referentes ao tema estudado, a pesquisa bibliográfica permite ainda o aprofundamento teórico que norteia a pesquisa.

2 Jornalismo

O jornalismo é o resultado de um desenvolvimento social, econômico, político e ideológico das sociedades burguesas do século XVIII. Sabendo que a necessidade de informação é um dos dados fundamentais de toda a vida social, ele é definido como uma atividade de Comunicação.

Ele expande-se a partir da luta pelos direitos humanos nesta que foi a 'revolução símbolo' da destituição da aristocracia, do fim das monarquias e de todo o sistema absolutista herdado da Idade Média, assim como da afirmação do espírito burguês. O aparecimento do jornalismo está associado também à 'desconstrução' do poder instituído em torno da Igreja e da Universidade. (MARCONDES FILHO: 2002, p. 10).

A Revolução Francesa, nesse contexto aparece como um marco na história do jornalismo. Embora já existissem jornais quase um século e meio antes, apenas após a esse período foi conquistado o direito à informação. O primeiro jornalismo, como gosta de chamar Ciro Marcondes Filho, foi o da "iluminação", de 1789 à metade do século 19.

Na história da imprensa, os críticos costumam fazer uma divisão cronológica em modelos explicativos, que refletem as transformações do espaço público. Felipe Pena em sua obra, Teoria do Jornalismo, cita o quadro evolutivo especificado na obra de Marcondes.

A pré-história do jornalismo era caracterizada por uma economia elementar, produção artesanal e forma semelhante ao livro. Primeiro jornalismo, caracterizada pelo conteúdo literário e político, com texto crítico, economia deficitária e comandado por escritores, políticos e intelectuais. (FELIPE PENA: 2005 p. 32)

Desse modo o jornalismo era a forma de a sociedade se esclarecer no campo político e ideológico. "O controle do saber e da informação funcionava como forma de dominação, de manutenção da autoridade e do poder, assim como facilitava a submissão e a servidão" (MARCONDES FILHO: 2002, p. 11). Assim, ao contrário do

que acontecia antes, neste momento tudo deveria ser exageradamente exposto, o direito à verdade e à informação fica eminente.

De acordo com Nelson Traquina, esse novo paradigma do jornalismo fez com que nascessem os valores deste campo que são ainda hoje identificados no meio. “A notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade, e uma noção de serviço ao público” (TRAQUINA: 2005, p. 34).

O jornal funcionou como uma força política, a partir da invenção de Johannes Gutenberg, em 1447, surgiram os jornais modernos, que tiveram grande circulação entre comerciantes, para a divulgação de notícias mercantis, havia ainda jornais sensacionalistas escritos a mão. Os assuntos locais passaram a ser mais abordados na primeira metade do século XVII, mas a censura era uma prática comum, não sendo possível noticiar algo que pudesse provocar insatisfação popular contra o governo.

Segundo Jornalismo: 1830 a 1900. Imprensa de massa. Marca o início da profissionalização dos jornalistas, a criação de reportagens e manchetes, a utilização da publicidade e a consolidação da economia de empresa. Terceiro Jornalismo: 1900 a 1960. Imprensa monopolista, marcada por grandes tiragens, influência das relações públicas, grandes rubricas políticas e fortes grupos editoriais que monopolizam o mercado. (FELIPE PENA: 2005, p. 32)

Deixando de lado as lutas sociais, os donos dessas mesmas empresas jornalísticas, que estimulavam as lutas a favor do livre pensar tão valorizadas pelo povo, já estavam pensando em utilizar o jornalismo de outra forma, como um tipo de negócio gerador de novas mercadorias. “Começava agora a se constituir como grande empresa capitalista: todo o romantismo da primeira fase será substituído por uma máquina de produção de notícias e de lucros com os jornais populares e sensacionalistas” (MARCONDES FILHO: 2000, p. 13).

O segundo jornalismo citado por Marcondes tem como maior justificativa às inovações tecnológicas que surgem a partir da Revolução Industrial, da metade do

século 19, como por exemplo, nos modos de produção, principalmente no domínio da técnica tipográfica, na reprodução de imagens e nos avanços com relação à rapidez de transmissão da informação.

Essa revolução tecnológica atingiu também as organizações econômicas de imprensa e, conseqüentemente, mudou a forma de se confeccionar jornais. “Com o objetivo de fornecer informação e não propaganda, os jornais oferecem um novo produto – as notícias, baseadas nos ‘fatos’ e não nas ‘opiniões’” (TRAQUINA: 2005, p. 34).

Para tanto, as empresas jornalísticas precisariam agora de uma capacidade financeira de autossustentação para poderem modernizar suas máquinas e não perderem para a concorrência tanto no aspecto tecnológico quanto mercadológico. É a chamada imprensa de massa.

A grande mudança que se realiza nesse tipo de atividade noticiosa é a inversão de importância e da preocupação quanto ao caráter de sua mercadoria: seu valor de troca – a venda de espaços publicitários para assegurar a sustentação e a sobrevivência econômica – passa a ser prioritário em relação ao seu valor de uso, a parte puramente *redacional/noticiosa* dos jornais. (MARCONDES FILHO: 2000, p. 14).

De acordo com Traquina o jornalismo se transformou então, em um negócio com um número cada vez maior de proprietários com o intuito único de lucrar e o objetivo maior seria a expansão da circulação.

Já no século XX se constitui o terceiro jornalismo, o de monopólios. “O mais importante deste século será o desenvolvimento [...] da indústria publicitária e de relações públicas como novas formas de comunicação que competem com o jornalismo até descaracterizá-lo” (MARCONDES FILHO: 2000, p. 14). E mais tarde com a intromissão da tecnologia

Quarto Jornalismo: de 1960 em diante: Caracterizado pela informação eletrônica e interativa, como ampla utilização da tecnologia, mudança

das funções dos jornalistas, muita velocidade na transmissão de informações, valorização do visual e crise da imprensa escrita.” (FELIPE PENA: 2005 p. 32)

Todas essas mudanças ao longo das décadas refletem as mudanças pelas quais a sociedade passa. Diante de todos esses fatores é importante que se discuta, a fim de se poder fazer uma crítica mais detalhada do papel social do jornalismo, o que é o jornalismo e suas funções.

Segundo autores que teorizam sobre o assunto, o jornalismo é muito mais complexo e importante. Neste caso, deve-se pensar a imprensa com parte integrante da mídia e, conseqüentemente, dos meios de comunicação. Wladimir Hudec define o jornalismo como “um fenômeno, próprio apenas da cultura moderna, de tipo extremamente ideológico”. (1981, p. 36).

De acordo com Nelson Traquina, “poeticamente podia-se dizer que o jornalismo é a vida, tal como é contada nas notícias de nascimentos e de mortes” (TRAQUINA: 2005, p. 19). Para ele o jornalismo é um conjunto de estórias e os jornalistas são os modernos contadores dessas mesmas estórias da sociedade contemporânea. O autor prefere se referir ao jornalismo como campo jornalístico.

Para Traquina (2005, p. 20), a maior parte da sociedade (não só a atual, mas também a antiga) deseja receber informações sobre o que se passa ao redor delas. E é por meio do jornalismo que a população pode saber do que está acontecendo. O autor compara o profissional jornalista com os antigos contadores de estórias (mas somente de histórias não ficcionais).

De acordo com ele, as notícias, principal produto do jornalismo contemporâneo, não são inventadas pela imprensa. Elas retratam a realidade. Desse modo, o autor sustenta que a primeira obrigação da mídia diante dos acontecimentos é “dar resposta com notícias, rigorosas e se possível confirmadas, o mais rapidamente possível, perante a tirania do fator tempo”.

Comparar, alertar, prevenir e explicar são alguns dos termos que caracterizam o função jornalística. Os encargos do jornalista vão além do que meramente informar. Transformar informação em notícia é a primeira função do bom jornalista, o que implica em separar e classificar as informações obtidas vinculá-las a um processo de edição. Não é preciso ser jornalista para ser informante, uma vez que tudo que ocorre ao nosso redor é considerado informação. O informante, por sua vez, deve ser considerado uma fonte do jornalista.

Além de propiciar a crítica sobre assuntos de relevância pública, os meios de comunicação também são uma indústria, uma forma de manifestação dos desejos da sociedade e servem também como meio de entretenimento das massas. O jornalismo tenta retratar a realidade, a partir de aspectos sociais, políticos, econômicos e culturais. Diante dessa consideração, pode-se dizer que o jornalismo exprime as ideologias e interesses de classes diferentes dentro de uma sociedade.

No entanto, o jornalismo do século XX tem como principal objetivo o interesse comercial, ou seja, ser parte de uma indústria capitalista, cuja principal função é a mercadológica. O jornalismo convencional desde os primórdios deveria atuar de forma presencial, apurar, conhecer e então divulgar os fatos. Entende-se por jornalismo:

Conjunto de materiais escritos ou impressos, falados ou visuais, muitas vezes em combinação, que de uma forma documental, descrevem a realidade social atual, especialmente a de importância universal, e que através da multiplicação por diversos meios de comunicação social têm impacto de massas sobre um público diferenciado. (HUDEC, 1981, p. 36).

De acordo com, Wladimir Hudec, o jornalismo se tornou inevitável pelo menos para alguns produtores da época. Isso acontecia para que eles pudessem se adequar ao funcionamento da economia e o seu ininterrupto desenvolvimento. A partir de então a necessidade de informação e a propaganda tornaram-se indispensáveis na luta de classes.

As novas condições socioeconômicas também serviram de ligação para o desencadeamento da nova forma de comunicação que foi o jornalismo. “O grau de desenvolvimento tecnológico tornou possível não só escrever e editar jornais como também publicá-los em edições cada vez maiores para um vasto público com interesses diferentes, e assegurar a sua difusão maciça” (HUDEC, 1981, p.23).

Esse novo conceito ocasionou uma porcentagem maior de lucro por parte das empresas, e, posteriormente, transformou-se uma ferramenta de promoção em todas as esferas da vida social. Traquina diz também que o jornalismo interage com diversas fontes de informação e, silenciosamente, com a sociedade.

[...] na sua definição das notícias, os jornalistas também interagem silenciosamente com a sociedade, por via dos limites com que os valores sociais marcam as fronteiras entre normal e anormal, legítimo e ilegítimo, aceitável e desviante. As notícias têm uma estrutura profunda de valores que os jornalistas partilham, como membros da sociedade, com a sociedade (TRAQUINA, 2005, p. 29)

2.1 Jornalismo na era da internet

A difusão de informações está cada vez mais deixando de ter intermediários, chegando aos cidadãos de uma forma mais simples e direta. O jornalismo digital ainda encontra dificuldades para ser definido, pois envolve os termos webjornalismo, jornalismo on-line e cyberjornalismo, entre outros. Foi o advento da internet que possibilitou o novo gênero e ele veio para revolucionar as relações profissionais e as rotinas produtivas.

Esse tipo de jornalismo pode ser definido como uma disponibilização de informações jornalística em ambiente virtual, considerado como o cyberespaço, organizadas de forma hipertextual com potencial multimidiático e interativo. Apesar da

busca por informações através do meio online não ser um processo tão atual, ele se difere dos modelos tradicionais: impressos e audiovisuais.

Pierre Levy (1999) foi um dos pioneiros nos estudos sobre a questão do homem e as novas mídias. Em “As Tecnologias da Inteligência” ele discute amplamente os processos cognitivos que derivam desta relação. Levy considera que a inteligência e a cognição são o resultado de redes complexas onde interagem atores humanos, biológicos e técnicos. Afirma ainda, que sozinho o homem não pode ser considerado inteligente:

Não sou ‘eu’ que sou inteligente, mas ‘eu’ com o grupo humano do qual sou membro, com minha língua, com toda uma herança de métodos e tecnologias intelectuais. (...) Fora da coletividade, desprotegido de tecnológicas intelectuais, ‘eu’, não pensaria. O pretense sujeito inteligente nada mais é que um dos microatores de uma ecologia cognitiva que o engloba e restringe. (LÉVY, 1999, p.135)

Na segunda metade da década de 1990, houve o boom da internet e vários jornalistas migraram para essa nova mídia. O cyberspaço influenciou tanto na vida humana, quanto no jornalismo, em todas as fases de produção e recepção da notícia. Na internet, devido a sua velocidade, as formas de levar informação estão em constante mudança, embora a linguagem para congregar as suas potencialidades pareça não ter sido encontrada.

Não é de hoje que os websites, os portais e os blogs estão aumentando as oportunidades de obter informação. Como toda a informação está sendo tratada por computadores, é rápido colher informações sobre usuários e leitores, assim se torna fácil oferecer a mídia que mais interessa ao público. Esta personalização de conteúdo pode se realizar de diversas maneiras:

Muitos portais dão ao leitor a oportunidade de escolher os temas que lhe interessam e a partir de então ele receberá apenas notícias sobre os temas escolhidos,

ao acessar a página. Os Feeds² e o sistema RSS³ são duas formas que estão se tornando populares, o objetivo delas é filtrar apenas informações que o leitor acha relevante.

Essa nova sintaxe das notícias, organizadas em níveis de profundidade a partir do hipertexto e influenciadas pelas bases de dados. É preciso preparar as redações e os jornalistas para as transformações da profissão, desenvolvendo uma visão multidisciplinar e a capacidade de trabalhar com diversas mídias. (FELIPE PENNA, 2005, p.178)

De acordo com Silverstone (2003), apesar de estarem acontecendo transformações positivas com o uso das novas tecnologias, também está acontecendo uma mudança nos usuários que estariam virando “ciborgues, cibernautas. (...) Os usuários são transformados por seu uso. E, como consequência, a natureza humana é, com igual certeza, transformada”. (Silverstone, 2003, p. 48).

O autor também coloca que “nossa mídia, especialmente, ampliou sua extensão e seu alcance, conferindo-nos imenso poder, mas também modificando o ambiente em que este poder é exercido”. (Silverstone, 2003, p. 48)

Nosso envolvimento com elas é impregnado pelo sagrado, mediado por ansiedade e, de quando em quando, arrebatado por alegria. (...) O desespero que nos invade quando somos privados do acesso a elas – o telefone como ‘janela para o mundo – é completo (...). Nesse contexto (...), podemos ver a tecnologia como cultura: ver que as tecnologias, no sentido que inclui não só o quê, mas também o como e o por quê da máquina e seus usos. (Silverstone, 2003, p.:50)

O aparecimento de novos meios de comunicação social introduziu novas rotinas e novas linguagens jornalísticas. O jornalismo escrito, o jornalismo radiofônico e o

² Feed (vindo do verbo em inglês "alimentar") é um formato de dados usado em formas de comunicação com conteúdo atualizado frequentemente, como sites de notícias ou blogs. Distribuidores de informação, blogueiros ou canais de notícias disponibilizam um feed no qual os usuários podem se inscrever, no formato de um link.

³ A tecnologia do RSS permite aos usuários da internet se inscreverem em sites que fornecem "feeds" RSS. Estes são tipicamente sites que mudam ou atualizam o seu conteúdo regularmente. Para isso, são utilizados Feeds RSS que recebem estas atualizações, desta maneira o leitor pode permanecer informado de diversas atualizações em diversos sites sem precisar visitá-los um a um.

jornalismo televisivo utilizam linguagens adaptadas às características do respectivo meio.

Com o aparecimento da internet verificou-se uma rápida migração das mídias já existentes para o novo meio. “Com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece, tendo um produto completamente novo: a webnotícia”. (CANAVILHAS, 2001, p. 2)

Se, para o jornalista, a introdução de diferentes elementos multimédia altera todo o processo de produção noticiosa, para o leitor é a forma de ler que muda radicalmente. Perante um obstáculo evidente, o hábito de uma prática de uma leitura linear, o jornalista tem de encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção que lhe foram impostas pelos meios existentes.

“O grande desafio feito ao webjornalismo é a procura de uma “linguagem amiga” que imponha a webnotícia, uma notícia mais adaptada às exigências de um público que exige maior rigor e objetividade”. (CANAVILHAS, 2001, p. 2)

3 A pesquisa

A Mídia Ninja teve sua exposição através das manifestações ocorridas nos meses junho, julho e agosto nas cidades metropolitanas. A coleta de dados foi realizada através do site Observatório da Imprensa.

Para definir melhor as características encontradas e conseguir apontar as definições e observações feitas pelos autores dos textos, a análise foi dividida em cinco categorias: “conceito”, “modo de operar”, “Apartidarismo”, “jornalismo: sim ou não?” e “futuro”. Dos mais de 100 que o Oi publicou sobre o assunto, foram selecionados 26, que permitem a análise dessas categorias selecionadas.

3.1 Coleta de dados

Após pesquisa realizada entre os dias 1º de julho de 2013 e 20 de setembro de 2013 no site Observatório da Imprensa, foram encontrados 26 textos que trazem questões relacionadas à Mídia Ninja e temas correlatos. Os textos encontrados datam de 25/06/2013 a 17/09/2013.

O corte temporal da pesquisa foi realizado mediante o tempo de entrega deste trabalho, para que a análise pudesse ser feita de forma criteriosa. Os textos coletados estão todos postados ou “*repostados*” no site Oi. A grande maioria dos textos são postados originalmente no site, porém alguns são tirados de outras mídias noticiosas online e repostados.

Devido ao curto tempo para a pesquisa, os critérios utilizados para a escolha dos textos foi a presença obrigatória das seguintes questões: se o texto aborda sobre o que é a mídia ninja, como se faz esse novo tipo de mídia, quem faz e como ela afeta as práticas midiáticas. Durante o período de seleção foram postados mais de 100 textos

sobre o tema no site pesquisado, desse modo os textos escolhidos para esta análise mostram de forma simplificada o debate da Mídia Ninja no OI.

No final dos quatro meses de análise, obteve-se uma amostra de 26 matérias, escolhidas de acordo com o potencial explicativo sobre o que é, como funciona e o que faz esse tipo de mídia. Sendo 17 textos produzidas para publicação direta no site OI, 1 para o site O Globo, 2 para o site O Estadão, 1 para o site Diário do Centro do Mundo e 5 para blogues pessoais do autor da matéria: 2 para o blog do Luís Nassif, 1 para o Blog do Jornalismo das Américas e 1 para o blog Fernando Moliaca e 1 para o Blog do Grinde. Os links das matérias utilizadas estão em anexo.

Todos os textos foram checados em sua fonte de origem, para ter a certeza de que nenhum deles tivesse sido adulterado. Feito isso se pode notar que todas as postagens são na íntegra. Para definir melhor as características encontradas e conseguir apontar as definições e observações feitas pelos autores dos textos, a análise foi dividida em cinco categorias: “conceito”, “modo de operar”, “Apartidarismo”, “jornalismo: sim ou não?” e “futuro”.

A categoria “conceito” tem como base explicar o que o debate nos textos diz ser a mídia ninja. “Modo de operar” destaca como essa nova mídia faz para atuar na apuração e divulgação das informações, essa categoria leva a próxima: “Apartidarismo” que tem como objetivo mostrar não o lado político, mais sim o lado social do termo - tomar partido – uma vez que a mídia ninja se coloca como engajada.

“Jornalismo: sim ou não?”, pretende mostrar as diferenças entre as práticas conceituais da profissão de jornalista, como as informações são divulgadas dentro dos parâmetros do jornalismo convencional, e como é de fato feita a divulgação pela Mídia Ninja. A categoria “futuro” mostra como esse fenômeno pode se desenvolver e afetar a comunicação.

3.2 Tratamento dos dados

A presente pesquisa analisou 26 textos publicados no site Observatório da Imprensa no período de 25 de junho a 17 de setembro de 2013. Durante este período, 13 edições foram lançadas, dando a média de dois textos por edição. Para a escolha dos dias levou-se em consideração o momento durante as manifestações populares ocorridas nos meses de junho e junho e o pós desse momento.

O tempo de análise também foi determinado de acordo com o as datas estipuladas para o tratamento dos dados e entrega deste trabalho. Apesar de embrionado em 2011, o colaborativo midiático conhecido como Mídia Ninja veio à tona através desse momento de inquietude popular durante as manifestações ocorridas no mês de junho de 2013

Em relação ao enfoque das matérias, todas foram a respeito da atuação da Mídia Ninja durante as manifestações. De acordo com uma observação inicial dos textos, eles foram divididos em: edição e data de publicação, autor, título e um breve resumo do conteúdo de cada um. Para análise as categorias foram distribuídas em um quadro que sintetiza e torna inteligível a categorização realizada.

3.2.1 Quadro – Síntese

Após leitura dos textos selecionados foi elaborado um quadro dividido em cinco itens: fonte, data, crédito, título e resumo. O objetivo aqui é destacar o que dizem e como dizem os 26 textos sobre a Mídia Ninja no âmbito do jornalismo e acima de tudo se falam sobre o que é esse fenômeno.

Fonte	Data	Crédito	Título	Resumo
Observatório da Imprensa - edição 752	25/06/2013	Elizabeth Lorenzotti	POSTV, de pós-jornalistas para pós-telespectadores.	Nesses tempos de fora do eixo se encontra um novo paradigma, talvez seja este o embrião da nova mídia do futuro que já é hoje – uma POSTV feita por pós-jornalistas, para pós-telespectadores. Com seus smartphones e câmeras, eles protagonizam uma grande novidade na cobertura das manifestações e na alternativa à mídia tradicional. Segundo um dos ninjas, Bruno Torturra, trata-se de outra concepção de mídia. E sua diferença com a tradicional começa pela “honestidade, a ética, o posicionamento integrado dentro dos protestos e não lançando mão de analistas; sem drones, sem helicópteros, mas testemunhando. E a credibilidade pela não edição, a não mediação de interesses comerciais. A grande mídia teve e tem grande papel no tamanho da alienação política do país”.
Observatório da Imprensa - edição 753	04/07/2013	Luciano Martins Costa	A mídia sem filtro	Durante os protestos, as emissoras de televisão foram obrigadas a encher seus noticiários com imagens feitas de helicópteros ou do alto dos edifícios, mas ao mesmo tempo colocaram nas ruas repórteres munidos de smartphones e pequenas câmeras para registrar os acontecimentos. Um coletivo de jornalistas, estudantes e outros profissionais que produzem documentários, reportagens e coberturas diretas de eventos que não estão necessariamente na pauta da imprensa tradicional. O movimento, ainda recente, tem chamado atenção de pesquisadores e representa um fenômeno a ser observado no contexto de mudanças trazidas pelo desenvolvimento das tecnologias digitais.
Observatório da Imprensa - edição 754	13/07/2013	Camila Hessel	No meio do redemunho (SIC)	O funcionamento do Mídia Ninja partindo do laptop, um cabo conectado ao iPhone. O sinal da rede 3G. Ou o wi-fi de alguém da redondeza. Às vezes um modem 4G conectado ao mesmo laptop. Está armada a “unidade móvel” do Mídia Ninja. A maioria dos participantes não tem formação jornalística, o formato

<u>Retirado:</u> <u>Estadão</u>	06/07/2013			de transmissão permite uma intervenção imediata do público por meio da seção de comentários. Os ninjas acreditam que a disputa por narrativas criou novos parâmetros e demandas.
Observatório da Imprensa - edição 754	13/07/2013	Sylvia Debossan Moretzsohn	A Mídia Ninja ataca outra vez	A Mídia Ninja cumpriu um belo papel ao reportar em tempo real, de vários ângulos, o que ocorria, mas a crítica à grande mídia permanece relevante, especialmente porque o acesso à internet em banda larga não alcança a maioria da população. Fora do circuito tradicional, a Mídia Ninja conseguiu, mais uma vez, dar um quadro amplo do que ocorria, com sua câmera nervosa e a imagem frequentemente precária, dependente da qualidade da conexão, além das interrupções inevitáveis para a recarga do equipamento. Ofereceu, enfim, o mais amplo testemunho dos acontecimentos daquela noite.
Observatório da Imprensa - edição 756	23/07/2013	Sylvia Debossan Moretzsohn	A militância e as responsabilidades do jornalismo	Finalmente, é preciso considerar o comportamento dos repórteres. Uma coisa é assumir de que lado se está, outra é ignorar a necessidade de preservar o papel de mediador que todo jornalista precisa exercer, independentemente da ideologia. Para esclarecer: mediação não significa imparcialidade, nem mesmo equilíbrio – se pensarmos na metáfora do fiel da balança –, porque o jornalismo produzido numa sociedade desigual não pode forjar um equilíbrio inexistente; significa filtrar as informações para estabelecer um quadro compreensível da realidade. Mesmo o jornalismo explicitamente militante tem essas obrigações éticas, não pode simplesmente mergulhar nos acontecimentos e ignorar suas responsabilidades.
Observatório da Imprensa - edição 757 <u>Retirado:</u> <u>Blog</u> <u>Jornalismo nas Américas</u>	30/07/2013 25/07/2013	Natalia Mazotte	Jornalistas independentes da mídia ninja ganham atenção	As transmissões da Mídia Ninja são feitas em grande parte por celulares e dispositivos 4G, mais na base do improvisado do que de um roteiro predefinido. As transmissões de debates na internet partem do chamado <u>PósTV</u> , mantido por integrantes do coletivo Fora do Eixo. Se a prática de transmitir atos públicos não é nova, a visibilidade que ela ganhou com o grupo surpreende, chegando a bater a marca dos 100 mil espectadores. Os ninjas divulgam seu conteúdo pelas redes sociais e têm uma resposta do público que supera em muito a interação vista em páginas de veículos da grande mídia brasileira. Apesar do sucesso midiático, a conduta jornalística do grupo foi alvo de críticas.
Observatório da Imprensa - edição 758	06/08/2013	Carlos Castilho	Ninja, um novo modelo de jornalismo	A mesmice da imprensa convencional no Brasil começa a ser sacudida pelo fenômeno Ninja. Depois da internet e do surgimento do fenômeno da massa de mídias (o oposto do conceito de mídia de massa), o valor de uso da notícia se tornou muito mais importante do que sua capacidade de ser monetizada. A colaboração é a troca do conteúdo da notícia, onde ela ganha mais valor ou relevância na medida em que incorporar mais elementos como causas, consequências, os beneficiados e prejudicados. Mas eles estão fazendo muito mais pelo futuro da profissão do que a mídia convencional.

Observatório da Imprensa - edição 759 <u>Retirado: Blog Luiz Nasiff</u>	13/08/2013 06/08/2013	Luís Nassif	A explosão do novo	A entrevista dos representantes dos Ninja ao Roda Viva é mais um capítulo relevante do extraordinário processo de mudanças na sociedade brasileira, impulsionado pelas redes sociais. A Casa Fora do Eixo e Mídia Ninja –, montaram-se estruturas colaborativas em rede para substituir a figura do intermediário – no caso da música, as gravadoras; no caso da notícia, as empresas de mídia. Quando a indústria fonográfica entrou em crise, afetou a cadeia produtiva como um todo, os artistas e corpos técnicos que montavam shows e excursões no rastro do lançamento dos seus CDs. As Casas Fora do Eixo surgiram para suprir essa lacuna e acabaram se espalhando por todo o país.
Observatório da Imprensa - edição 759 <u>Retirado: Blog do Gindre</u>	13/08/2013 07/08/2013	Gustavo Grinde	O jornalismo na era da convergência	A grande mídia teve sua parcialidade exposta pelo simples contraste com a cobertura em tempo real dos ninjas. A inerente interatividade da internet coloca em xeque os modelos unidirecionais da grande mídia. O Mídia Ninja não é a resposta para todos os problemas gerados pelo oligopólio da grande mídia. Eles não são nem mesmo a resposta completa para o desafio de construirmos um jornalismo realmente democrático. Aliás, seria muito injusto cobrar-lhes algo desta envergadura. A grande mídia também cumpriu um importante papel de construir pautas coletivas, que orientassem o debate na sociedade.
Observatório da Imprensa - edição 759 <u>Retirado: O Globo</u>	13/08/2013 08/08/2013	Cora Rónai	Um pouco de tudo	Não há um mundo dividido entre “mídia clássica” de um lado e “mídia ninja” de outro, como se a existência do modelo tradicional de jornalismo estivesse ameaçada pela emergência do jornalismo participativo. O modelo tradicional de jornalismo anda abalado pelo desenvolvimento da web, que veio bem antes dos ninjas e que mudou, de forma drástica, a maneira como nos informamos. Todos os jornais do mundo sempre usaram, e continuarão a usar, cada vez mais, imagens de agências de notícias, de gente que ia passando e até mesmo de outras emissoras. A Mídia Ninja é um pouco disso tudo. Ainda não inventaram, e eu espero que não inventem nunca, emissora capaz de estar em todos os lugares ao mesmo tempo.
Observatório da Imprensa - Ed. 758	08/08/2013	Cátia Guimarães	‘O Globo’ e o jornalismo do Mídia Ninja	A narrativa Ninja, que já está sendo seguida por muitos outros grupos, organizados ou não, além de interferir diretamente na condução política dos fatos pós-manifestações, pode contribuir também para redefinir o que é jornalismo. Os movimentos pela democratização da comunicação, que lutam pela desconcentração dos meios, há muito tempo buscam garantir um lugar para outras vozes (e outras versões) além das grandes corporações midiáticas. A objetividade nada imparcial dos Ninja talvez venha acrescentar a importância de se garantir também um outro modo de se compreender e fazer jornalismo, a ressignificação de uma prática que foi aprisionada num modelo profissional

				desenhado para caber nos moldes da mídia empresarial.
Observatório da Imprensa - Ed. 759	13/08/2013	Luís Nassif	Os obstáculos brasileiros ao aparecimento do novo	O grupo é coletivista, sim, mas trabalha de acordo com leis de mercado. As Casas Fora do Eixo são comunidades espalhadas por todo o país coordenando shows, turnês de grupos, abrindo espaço para artistas de diversas regiões e da periferia. É praticamente impossível que ambas as formas de produção se tornem hegemônicas - e reside aí outro vício da crítica. "Jamais poderão substituir as formas tradicionais", são propostas alternativas válidas e que fazem o contraponto, assim como fazem blogs e portais alternativos. Essa é a raiz da democracia e do mercado: a criação de novos ambientes que permitem o florescimento de práticas alternativas, algumas das quais poderão ganhar dimensão maior, outras desaparecendo na poeira. Hoje em dia, no ambiente da Internet e da produção audiovisual vicejam essas formas novas de produção, de parcerias, de sistemas horizontais de produção. O futuro já chegou no dia-a-dia dos TICs (Tecnologia da Informação e da Comunicação) e nas experiências mais radicais dos rapazes do Fora de Eixo.
<u>Retirado: Blog Luís Nassif</u>	11/08/2013			
Observatório da Imprensa - Ed. 759	13/08/2013	Ethevaldo Siqueira	Apenas mais uma utopia	Acreditar que essa forma alternativa de mídia é algo parecido como o modelo do jornalismo do futuro soa como delírio ideológico. Claro que o novo jornalismo pós-industrial – muito mais democrático aberto e viral – poderá prestar grandes serviços ao cidadão e à sociedade, na defesa dos direitos individuais, na denúncia de corrupção, na derrubada de ditaduras em todos os cantos do mundo e no combate cotidiano a todos os desvios governamentais e de grandes corporações. A grande tendência desse jornalismo digital nascente, entretanto, é tornar-se muito mais segmentado, fragmentado, em especial, com o desaparecimento dos grandes veículos de comunicações de massa que viveram sua era de ouro ao longo do século 20. Nesse novo cenário jornalístico pós-industrial, o Ninja será, na melhor das hipóteses, uma das centenas ou milhares de nichos, de segmentos, pioneiros e importantes.
Observatório da Imprensa - Ed.759	13/08/2013	Muniz Sodré	A velha nova mídia	A Mídia Ninja apresenta características de empresa em nascimento: tem patrocinadores, espalha-se em rede, arrisca um vocabulário próprio e ataca as corporações de jornalismo, ou melhor, ataca nas ruas os supostos colegas de jornalismo. Isso é tática velha da competição em mercado, ainda que os jovens possam não se dar conta do fato: proclamando-se mídia nova, atacam a velha. Em contrapartida, a tecnologia eletrônica ao alcance da "classe mídia" (celulares, câmeras baratas, redes sociais) favorece um fenômeno como o da Mídia Ninja – ou pelo menos o favorece em contextos de efervescência social, como os das recentes manifestações de rua, quando se abre espaço para uma cobertura participante dos acontecimentos por meio de técnicas "precarizadas".

Observatório da Imprensa - Ed.759 <u>Retirado:</u> <u>Diário do</u> <u>Centro do</u> <u>Mundo</u>	13/08/2013 8/8/2013	Por Kiko Nogueira	Fora do Eixo virou um problema para a Mídia Ninja	A Mídia Ninja é financiada pelo Fora do Eixo. Quem trabalha para o colaborativo não recebe salários ou cumprem uma carga horário dentro dos parâmetros das leis. Na grande maioria são jovens que são pressionado a abandonar suas faculdades para se dedicarem integralmente ao Fora do Eixo. Quanto menos autonomia intelectual e financeira estas pessoas tiverem, melhor para os responsáveis pelo projeto. Na prática, o FdE é uma cooperativa de pequenos produtores de eventos, que arrecadam dinheiro mas não repassam para os colaboradores.
Observatório da Imprensa - Ed.759	13/08/2013	Por Jorge Alberto Benitz	Mídia Ninja e o fenômeno dos protestos	A mistura entre cobertura jornalística com militância é bom dizer que muitas críticas feitas eram pertinentes e os entrevistados tiveram a humildade de reconhecer que cometeram erros e que tinham muito a aprender como jornalistas. O que se percebe no tom da maioria das perguntas e questionamentos feitos no referido programa é uma tentativa de enquadramento no velho paradigma do que se entende por militância de esquerda e o insucesso desta empreitada na busca de entendimento deste novo fenômeno que constituiu a atuação dos jovens nas manifestações de junho, seja como militante, seja como um híbrido de militantes e jornalistas.
Observatório da Imprensa - Ed.759	13/08/2013	Por Sergio da Motta e Albuquerque	Isso é jornalismo?	A dúvida sobre a atividade da Mídia Ninja ser ou não jornalismo chamou minha atenção no programa Roda Viva. A Mídia Ninja, com todos os vínculos que tem com a contracultura, pode ser entendida como uma start-up alternativa da imprensa independente pós-industrial. 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. O que é o jornalismo desta nova era das notícias e identificar quem são os novos atores e os novos jornalistas do século 21.
Observatório da Imprensa - Ed.759	13/08/2013	Por Sylvio Costa	Os ninjas, a mídia convencional e o Brasil	A sociedade sempre sai ganhando quando emergem novas vozes na comunicação. Sobretudo quando elas possibilitam renovar a linguagem ou a organização de trabalho. A ousadia de fazer isso por meio de uma rede de voluntários, espalhados nacionalmente, que se soma aos jornalistas do grupo – em geral, bem jovens. O que permitiu aos ninjas estar em alguns locais – como prédios públicos ocupados – fora do alcance dos jornalistas da mídia que chamaremos aqui de convencional. Tal proximidade não tiraria a credibilidade do jornalismo que fazem? Cadê a imparcialidade ninja?
Observatório da Imprensa - Ed.759	19/08/2013	Por Luciano Martins Costa	O linchamento da Mídia Ninja	Não se pode dizer que esse movimento (Mídia Ninja) seja organizado, da mesma forma como se planeja uma pauta de jornal, mas são fortes as evidências de uma estratégia comum em suas iniciativas. A necessidade de construir um novo formato de mídia que possa comunicar e entreter as pessoas,

				acabou desencadeando os colaborativos. Esse é o caso da Mídia Ninja. O que chama a atenção é o custeamento dessa nova mídia, ou melhor, a falta de explicação sobre as finanças do grupo.
Observatório da Imprensa - Ed.760 <u>Retirado: Estadão</u>	20/08/2013 16 de agosto de 2013	Fernando Gabeira	Mídia Ninja e o futuro desfocado	As manifestações de junho revelaram ao País a Mídia Ninja, grupo de jovens que usa smartphones para divulgar ao vivo os protestos de rua e eventuais confrontos com a polícia. O que as redes sociais fizeram foi metabolizar os escândalos e deslizes amplamente registrados nos grandes veículos de comunicação. Mídia Ninja deram a entender que há uma crise na imprensa clássica e eles representam uma verdadeira alternativa a ela, no futuro. Isso se choca com meio século de experiência no ofício e o exame de outras tentativas, mundo afora, de achar um caminho para as limitações da imprensa, sobretudo as que se revelaram com o impacto da revolução digital.
Observatório da Imprensa - Ed.760	20 de agosto de 2013	Mauro Malin	Não é livre, não é jornalismo, mas vai ficar	O barateamento do custo de transmissão de som e imagem em tempo real para mostrar o que a grande imprensa não tinha enxergado e não conseguia exibir. Em âmbito conceitual, a simples narrativa feita por indivíduo participante de manifestação pública – tão importante quanto, numa democracia, a que fosse feita por alguém distante, alheio, ou mesmo contrário ao ato, porque o direito de votar de ambos é idêntico – não pode ser chamada de jornalismo. Os Ninjas pautaram o que outros não pautaram, viram o que outros não viram, narraram o que outros não narraram. E isso aconteceu porque são fruto da movimentação de uma rede de coletivos – movimentos sociais, políticos, culturais e artísticos – alheia aos circuitos convencionais, aos quais a mídia jornalística serve acriticamente (teria bastado ser um pouquinho crítica para dar mais atenção ao que está fora do sacramentado).
Observatório da imprensa. Ed.760	20/08/2013	Por Sylvia Debossan Moretzsohn	A censura em nome da liberdade	Uma indignação difusa, supostamente espontânea, de pessoas comuns revoltadas contra a atuação da grande mídia, embora seja sempre importante lembrar que palavras de ordem não surgem do nada: alguém “puxa” e o coro corresponde. Agora é diferente, porque há um pequeno grupo organizado que delibera quem pode ou não trabalhar, quando e como. Quem impede a imprensa de trabalhar provavelmente imagina estar agindo de maneira mais eficaz na contestação a esse poder. Opta pela ação direta, despreza a via institucional. Mas o exercício da censura em nome da liberdade, além de um absurdo lógico, significa apenas a inversão de sinais e o afastamento de qualquer hipótese de projeto democrático. “É possível afirmar a luta pela democratização da comunicação quando se discrimina quem pode e quem não pode trabalhar numa cobertura?”

Observatório da imprensa. Ed.760	Por em 20/08/2013	Massimo Di Felice	Massas de mídia	No futuro as manifestações ficarão conhecidas pelo momento quando a mídia de massa e sua lógica centralizadora foram superadas pelas redes digitais, pela cultura colaborativa e sua lógica descentralizada. O velho e o novo neste momento se separam, a difusão nas redes de uma grande quantidade de imagens captadas e divulgadas por qualquer indivíduo através de telefones celulares multiplicou os pontos de vista e as perspectivas, inviabilizando a permanência de um único ponto de vista central. O modelo dos diálogos socráticos baseado em um ecossistema comunicativo no qual a comunicação acontece somente através da colaboração e da contínua interação entre diversos atores, criando a construção colaborativa de narrativas e conteúdos feitos por muitos atores e resultantes em uma pluralidade de pontos de vista. As mídias em redes como a Mídia Ninja atuam através de uma forma comunicativa de construção colaborativa de conteúdo. Faz parte de uma transformação que agrega, num novo tipo de sociedade, tecnologias, informações e seres humanos.
Observatório da imprensa. Ed.760	21/08/2013	Por Luciano Martins Costa	O midiativismo se multiplica	O midiativismo não é uma contracorrente, em relação à mídia tradicional: ele acontece à revelia da imprensa clássica. Nem é mesmo resultado de um ânimo contracultural: é a manifestação de uma enorme convergência que se expressa à revelia das instituições. É um novo fruto do processo de multiplicação do jornalismo “ninja”, que dinamiza e diversifica o ambiente comunicacional. Trata-se do mais genuíno exercício de liberdade de informação e expressão, aquele que é produzido por muitos, por quem quiser, e publicizado no “não-lugar” das redes, o campo aberto cujos limites ainda não são definidos por interesses desta ou daquela empresa de comunicação. A qualquer momento, o fluido que escorre pelas ruas e se expressa nas redes digitais vai acabar se consolidando em nova instituição. Nesse momento, aquilo que costumávamos chamar de imprensa terá encolhido até caber num nicho específico do ecossistema de informações.
Observatório da imprensa. Ed.762	03/09/2013	Por Antonio Brasil	A cineasta ninja e a banalidade do mal	Quando um jovem jornalista portando sua câmera conectada à internet decide nos mostrar a violência policial sem cortes e edições, quando ele grita palavras ao vivo pela rede, ficamos chocados. Mas não fazemos nada. Talvez valesse a pena pensar que o igualmente jovem jornalista ninja que mostrou e gritou contra a violência cometida pelos policiais contra a sua colega cineasta tenha com isso atraído para si as agressões. Talvez tenha sido exatamente essa “ação” do jornalista que evitou o mal ainda maior. Chamam isso de Jornalismo-Ação. Prefiro dizer que é Jornalismo. A “banalidade do mal” acontece sempre quando deixamos de pensar e agir. Todo o jornalista ou policial que abre mão de pensar corre o risco de se tornar um “monstro”.
Observatório da imprensa.	17/09/2013	Fernando	Ideário Ninja	Os ativistas do Mídia Ninja querem que o espaço público seja apenas deles. “As frases revelam uma espécie de ideário dos ninjas e de seus cúmplices que não

Ed.764 <u>Retirado:</u> <u>Blog</u> <u>Fernando</u> <u>Molica</u>	08/09/2013	Molica		têm coragem de mostrar o rosto, os integrantes do tal movimento Black Bloc.” O que não pode é que vocês tentem impor apenas uma versão dos fatos. Quem diz defender o pluralismo e, por conta disso, condena TVs e jornais, não pode temer outras visões. Esta atitude revela o quanto vocês, que dizem combater o autoritarismo, são autoritários, ditatoriais e antidemocráticos.
---	------------	--------	--	---

3.3 Análise dos dados

A partir da análise dos textos selecionados no OI para a compreensão do que se fala sobre a Mídia Ninja, foram encontrados dissonâncias entre algumas características desse fenômeno. Cabendo a esta análise procurar apontar quais são as peculiaridades observadas pelos autores em seus textos.

3.3.1 Conceito

Dos 26 textos, todos descrevem o significado da sigla N.I.N.J.A, Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação. Essa primeira análise traz à tona o tipo de mídia que o colaborativo ninja pretende ser. Conceitua o fenômeno como uma forma de ativismo, que é explicado pelo envolvendo dos Ninjas em todo o processo midiático.

Eles destacam que não estão apenas levando informação, mas sim participando ativamente do movimento. Outra característica comum entre os textos é a “mídia sem filtro”, o colaborativo é apresentado como antipartidarista, ganha mais credibilidade, porque seus agentes atuam no meio da multidão, postando imediatamente as imagens e entrevistas, sem edição de imagem.

Outro ponto destacado é o ambiente por onde a informação é transmitida. A interatividade junto com a abundância informativa faz com que o seu valor da notícia se torne altamente mutável. A notícia que é importante para mim agora pode não ser daqui a alguns minutos, quando outra notícia passa a me interessar mais, ou seja, ter mais valor de uso.

Ao ganhar valor de uso, a notícia dá origem a dois outros processos: a colaboração e o escambo. A colaboração é a troca do conteúdo da notícia, onde ela

ganha mais valor ou relevância na medida em que incorpora mais elementos como causas, consequências, beneficiados e prejudicados. Esses elementos permitem ampliar o interesse direto de uma notícia para pessoas e comunidades, bem como consolidam a sua credibilidade.

Outra característica é a compartimentalização de ideias, grupos ou trabalho. Dentro do colaborativo todas as ideias e processo de formação das informações são realizados em conjunto. O novo desse fenômeno é representado pelo trabalho em rede.

3.3.2 Forma de cobertura - modo de operar

Descrito em um dos textos como “coletivo de jornalistas, estudantes e outros profissionais que produzem documentários, reportagens e coberturas diretas de eventos que não estão necessariamente na pauta da imprensa tradicional”.

No texto publicado por Elizabeth Lorenzotti, no dia 25 de junho fica evidente a forma de transporte rápido de informações. Dando a Mídia Ninja o caráter de imediatismo da informação, utilizando como base a cobertura via internet.

A cobertura via internet chama-se *streaming* (...) fluxo de mídia, é uma forma de distribuir informação multimídia numa rede através de pacotes. É frequentemente utilizada para distribuir conteúdo multimídia através da internet. Em *streaming*, as informações multimídia não são, usualmente, arquivadas pelo usuário que está recebendo o stream (...) – a mídia é reproduzida à medida que chega ao usuário, desde que a sua largura de banda seja suficiente para reproduzir os conteúdos em tempo real. Isso permite que um usuário reproduza conteúdos protegidos por direitos de autor, na internet, sem a violação desses direitos, similar ao rádio ou televisão aberta. (Lorenzotti, 2013)

As transmissões são feitas em grande parte por celulares e dispositivos. A maioria dos participantes não tem formação jornalística, o formato de transmissão permite uma intervenção imediata do público por meio da seção de comentários. Os ninjas acreditam que a disputa por narrativas criou novos parâmetros e demandas.

A transmissão é realizada através de canais gratuitos de transmissão de vídeo na internet. Como por exemplo, o Youtube, site que permite que qualquer um de seus usuários carregue e compartilhe vídeos em formato digital. O material encontrado no Youtube pode ser disponibilizado em blogs e sites pessoais de maneira fácil e rápida. Esse mecanismo torna o trabalho realizado pelos Ninjas mais eficiente.

Para atrair espectadores, redes sociais como o Facebook e o Twitter são as principais plataformas de divulgação. A dinâmica de compartilhamentos dessas redes sociais consegue monitorar quem está assistindo e acompanhando as divulgações. Dessa forma não somente aqueles que têm ligação direta com os colaborativos podem divulgar. Os espectadores dessas novas mídias servem como mediadores das informações ao compartilharem com seu grupo de amigos ou seguidores as informações.

As facilidades encontradas pelos ativistas em propagar as informações aconteceu a partir das imagens feitas pelos *smartphones* e a distribuição em grande escala através das redes sociais. Bastava estar conectado em uma rede WiFi para poder enviar os conteúdos para qualquer lugar do país que tivesse suporte de internet.

As imagens são transmitidas em tempo real, sem edição. Não há tomadas aéreas ou imagens de alto de prédios ou de longe, todas as divulgações são feitas de dentro dos eventos. No caso das manifestações o ponto de vista é o mesmo do manifestante. Essas características também estão presentes na TV comercial, o que difere os dois meios de comunicação é a necessidade de manter um quadro programático.

Enquanto na web o espectador pode procurar pela informação e ter acesso automaticamente, na televisão é necessário que se tenha programas específicos noticiosos, como é o caso dos telejornais ou em casos extremos plantões de notícias que interrompem a programação por não mais que cinco minutos e dão apenas uma noção básica dos acontecimentos.

A apuração se restringe a ao espaço físico em que os integrantes da Mídia Ninja estão colados. Enquanto que as emissoras comerciais a tendência é contextualizar a informação. As imagens são tremidas noticiadas pela Pos-tv, levam uma narrativa que não tem a intenção de explicar ao espectador o que está acontecendo. Com esse material bruto, o público é colocado no centro da ação.

Ficou extremamente didático o contraste entre as duas formas de pensamento. No pensamento antigo tudo é compartimentalizado – posições ideológicas, partidos políticos, formas de fazer jornalismo, modo de produção. Na nova narrativa há a explosão de todas as formas de compartimentalização e o estímulo a toda forma de trabalho coletivo, em rede. (Nassif)

3.3.3 Jornalismo: sim ou não?

O jornalismo tradicional contemporâneo tem tido dificuldade em aceitar qualquer inovação que possa dificultar a posição estabelecida na sociedade pelos profissionais da imprensa. Alguns profissionais parecem agora engessados na moldura rígida de uma atividade que tem revelado problemas em lidar com qualquer tipo de ruptura da prática tradicional estabelecida através da História.

Dos 26 textos escolhidos para análise, 8 levam termos referentes ao jornalismo logo no título. O papel de reportar em tempo real, de vários ângulos, o que ocorria, mas a crítica à grande mídia permanece relevante, especialmente porque o acesso à internet em banda larga não alcança a maioria da população.

Uma coisa é assumir de que lado se está, outra é ignorar a necessidade de preservar o papel de mediador que todo jornalista precisa exercer, independentemente da ideologia. Para esclarecer:

A mediação não significa imparcialidade, nem mesmo equilíbrio – se pensarmos na metáfora do fiel da balança –, porque o jornalismo produzido numa sociedade desigual não pode forjar um equilíbrio inexistente; significa filtrar as informações para estabelecer um quadro compreensível da realidade. Mesmo o jornalismo explicitamente militante tem essas obrigações éticas, não pode

simplesmente mergulhar nos acontecimentos e ignorar suas responsabilidades.
(Sylvia Debossan Moretzsohn)

A narrativa da Mídia Ninja se caracteriza pela vontade de romper os paradigmas clássicos da profissão de jornalista, ao mesmo tempo em que retoma sua função essencial. Retomar para a causa do jornalismo e da comunicação seu papel ativista de servir como olho público e fornecer informações cada vez mais qualificadas para defender a democracia.

A mídia democrática não deveria imputar um sentido único para os fatos. O jornalismo não pode abdicar do seu papel social, ao fazer a cobertura ao vivo, o colaborativo ninja acaba não oferecendo ao telespectador o poder de construir cenários, analisar contextos, propor alternativas e sugerir nexos causais. Muita informação sem contexto pode acabar sendo informação nenhuma.

Jornalista é aquele que está fora do fato (...) é aquele que observa de forma quase antropológica eventos e pessoas (...) que não pode se indignar com a violação dos preceitos democráticos na repressão violenta levada a cabo pela polícia e justificada pelas autoridades, sendo impedido, portanto, de pedir explicações ao policial no calor da hora, sob o risco de “provocar” a notícia em vez de “apenas revelá-la”, (...) por fim, aquele que deve se manifestar sempre a favor da liberdade de imprensa e de expressão. (Cátia Guimarães)

A crise do jornalismo industrial que conhecemos é também a crise do ser jornalista. Porque ficou difícil em nossos tempos definir com precisão o que são as novas formas de produzir notícias, que parecem vir do futuro a um presente pleno de profissionais atônitos e mal preparados para interpretar, com a exatidão necessária, o que é o jornalismo desta nova era das notícias e identificar quem são os novos atores e os novos jornalistas do século 21.

3.3.4 Apartidarismo

A Mídia Ninja leva na definição de seu nome o termo ação, que de acordo com a pesquisa é conhecido como ativismo. Ou seja, eles além de levarem a informação para determinado público, também participam do evento.

Como no caso das manifestações, onde os Ninjas se confundiam com a população que reivindicava pelo Movimento do Passe Livre. Eles também estavam ali protestando e apoiando a ação, escolheram estar do lado da população e mostrar o que essas pessoas gostariam de ver.

Coletivos de repórteres, como o do grupo Mídia Ninja, se destacaram por divulgar diretamente imagens das ruas, sem filtros e sem edição, o que permitiu desmascarar manipulações de algumas emissoras (Luciano Martins Costa, 2013)

Durante as coberturas realizadas pelo colaborativo, fica claro a necessidade de ir confrontar o jornalismo convencional. O grande alvo são as emissoras de televisão, que prezam pelas edições e são confrontadas pela manipulação de imagens para aumentar a audiência do canal. Não editar não significa que não manipulou as imagens, dependendo do que está sendo gravado pode apenas mostrar um recorte da realidade, seja Mídia Ninja ou convencional.

Assumir um lado é comum o que problematiza os confrontos entre o velho e o novo. Desta forma, identifica-se uma inversão nos valores éticos do jornalismo uma vez que tanto na imprensa tradicional como no jornalismo colaborativo, a isenção do jornalista ou do colaborador com relação ao assunto que está sendo noticiado é critério básico para que se atribua credibilidade ao conteúdo publicado. O único interesse que deve estar embutido na veiculação de notícias é o interesse público.

3.3.5 Futuro

A Internet é um novo meio de disseminação, hierarquização, seleção e organização da informação, mas devemos estar atentos aos problemas que a informação em rede nos causa. Estes problemas estão ligados ao fato de que a informação não tem dono enquanto está na rede.

Mas por outro lado esta nova tecnologia transforma a forma de ler o jornal, através da hipertextualidade, multimídia e interatividade e ainda ajuda os jornalistas na instantaneidade da divulgação das notícias. As notícias chegam ao usuário em tempo real.

A notícia através da web há um pouco mais de 10 anos vem conquistando o Brasil e o mundo. O Cyberespaço cada vez mais se mostra vasto, fluído e surpreendente. O ambiente jornalístico no mundo digital segue algumas tendências que o fazem ser cada vez mais usado pela sociedade.

Nas manifestações que tomaram as ruas de várias capitais, ganhou maior visibilidade e chegou a picos de audiência de 120 mil espectadores. O que significa uma marca de 1,2 dos ibopes oficiais – e não é pouco, pois muitos programas da TV aberta não o atingem. (Elizabeth Lorenzotti)

Atualização instantânea, com possibilidade de rápida correção de erros, pequenos ajustes quando forem necessários ou acréscimos de informação em uma notícia.

A multiplicidade é a possibilidade de oferecer caminhos para quem quiser. Essa característica inclui série de relacionamentos da informação: links para notícias anteriores relacionadas, para notícias do mesmo segmento, para sites relevantes à informação, para lugares onde o usuário possa se aprofundar nela.

E por último a leveza que é a preocupação de como o leitor irá absorver a mensagem. Pode ainda ser caracterizada pela simplicidade na exposição da mensagem é importante para o entendimento do receptor. Mesmo não sendo característica exclusiva do texto online, os textos curtos, os parágrafos pequenos, são características cruciais para a notícia na web ser consumida.

Se os jornais não se empenham em cobrar uma aceleração do processo de reforma, é de se questionar por onde a sociedade irá se informar sobre o que anda acontecendo nos bastidores do poder. Os blogueiros independentes ainda não conseguiram formar um conjunto capaz de atrair grandes audiências

e a agenda institucional segue dominada pelas corporações de mídia. (Luciano Martins Costa, 2013)

3.4 Resultados

O objeto de análise desse estudo foi compreender o que é a Mídia Ninja de acordo com o Observatório da Imprensa. O período analisado foi de 13 semanas, do dia 25 de junho de 2013 a 17 de setembro do mesmo ano. Esse trabalho permitiu-nos inclusive saber que o ambiente on-line, serve como plataforma ágil e acessível para a disseminação da Mídia Ninja.

O processo de pesquisa teve início na análise da história do jornalismo e sua evolução desde seus primórdios. Esta teorização se deu a partir das classificações do jornalismo feitas por Ciro Marcondes Filho (2002): primeiro, segundo e terceiro jornalismo. Feita esta contextualização, a reflexão partiu para o papel social do mesmo e para a análise da ética na profissão.

Ficou claro que a ambição declarada da Mídia Ninja é fugir de formatos padrão e evitar clichês. Aqueles que fazem esse tipo de divulgação, acreditam que a disputa por narrativas criou novos parâmetros e demandas. Além disso, mostra que a internet é a plataforma com maior rapidez e retorno do público.

A análise também levantou que para ser jornalismo a atuação do colaborativo necessitaria ser realizada de outra forma. Levando em conta que as informações transmitidas por eles não possuem nenhuma edição, os ninjas acabam não oferecendo ao telespectador um conteúdo com qualidade jornalística.

O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação. A produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público.

De acordo com o código de ética dos Jornalistas Brasileiro, a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas.

Pode-se verificar também, que para ser um trabalho realizado por um jornalista é necessário ter distanciamento dos fatos para que não existam opiniões tendenciosas no conteúdo final. Jornalista é aquele que está fora do fato, isso significa que existe a necessidade de filtrar as informações para estabelecer um quadro compreensível da realidade.

4 Conclusão

A partir do estudo teórico e da análise realizada do site Observatório da Imprensa sobre o que é a Mídia Ninja entende-se que diante dos pontos tratados no decorrer dessa pesquisa, foi possível concluir que a Mídia Ninja é uma forma de comunicação que surgiu a partir do desenvolvimento das redes sociais e teve como finalidade a transmissão de informação.

Apesar de ser caracterizada pelos próprios participantes como uma prática jornalística, a pesquisa realizada mostrou que para ser tratado como tal é necessário seguir algumas regras. Quando falamos em jornalismo pensamos em uma atividade a qual deve servir a sociedade. Seu papel pode-se dizer, vai além de informar. Ele, como parte integrante da mídia, influencia as pessoas e faz com que sejam criados elos dialógicos entre o produtor da notícia e o receptor desta.

Exercer o jornalismo implica, antes de qualquer coisa, em compromisso com a verdade, com a liberdade de informação e ausência de ligação com governos e partidos sejam eles quais forem. Ser contra o governo e esses tais partidos também são formas de manter ligação com apenas um lado dos fatos. Sendo assim, a Mídia Ninja não é jornalismo.

O colaborativo ninja é uma maneira de informar, que soube de forma contemporânea utilizar os recursos tecnológicos e assim diminuir a distância entre a informação, em seu estado bruto, e o público. A iniciativa é importante para o desenvolvimento de mídias engajadas, desde que honesta toda forma de mídia é bem-vinda e agrega valor.

Ter rigor é necessário e não se pode usar como justificativa o engajamento para desqualificar o jornalismo profissional. O que a Mídia Ninja faz é apenas um recorte da realidade, e não a realidade propriamente dita. A falta de contexto e de análise crítica

sobre os fatos reportados pelos ninjas faz dela uma ótima iniciativa e apenas mais uma forma de informar.

O jornalismo permite as pessoas observarem seus arredores, ou seja, saber de tudo que acontece ao redor delas fazendo com que seja possível a análise de suas ações, de seu ser. Permite também a comunicação entre diferentes povos em uma sociedade democrática, o que torna possível a cooperação entre os povos, fornece uma imagem do mundo como um todo, o qual não seria possível sem os mediadores (jornalistas), transmite culturas entre os tempos, diverte e possibilita o consumo.

Esse trabalho permitiu, inclusive, saber que o ambiente online serve como plataforma estrutural, ágil e acessível para a disseminação da Mídia Ninja. A mídia tradicional já perdeu a exclusividade de detentora da informação por causa da internet. As informações são publicadas e chegam ao público hoje independentemente da apuração da imprensa.

A falta de formação prévia de jornalismo, de uma base de critérios básicos de noticiabilidade, como interesse público e veracidade por parte do público, pode resultar mais em opinião do que em informação. O bom repórter se concentra nas coisas do mundo lá fora e esquece um pouco de si mesmo, embora suas crenças estejam lá, e influenciando, é claro.

Mas público e jornalistas trabalhando em conjunto poderiam gerar resultados positivos no tocante à veiculação de informações úteis à sociedade. Essa interação pode resultar em jornalismo mais completo, em notícias mais bem apuradas e de interesse público, construídas por diferentes olhares e pontos de vista.

A existência do FdE, e por consequência da Mídia Ninja, está fortemente ligada a transformações por que passamos nos últimos anos com o surgimento de novas formas de comunicação pela internet. Esse fenômeno atrelado ao desenvolvimento de novas tecnologias tem grande capacidade de expansão.

É importante lembrar, que o FdE, com a Mídia Ninja, é fruto de um momento em que está em pauta uma nova maneira de se provocar debates no nível da cultura e no fluxo das notícias. O futuro dessa mídia é apenas uma questão de especulação. Como fenômeno de mídia, estamos diante de uma situação que coloca em xeque a maneira habitual com a qual lidamos com a comunicação de massa.

Na era das redes sociais, para o bem e para o mal, o alcance de uma notícia, sobre um acontecimento qualquer, está além dos tradicionais canais de comunicação. Os meios de comunicação convencionais (radio e TV), que são os mais acessíveis e populares, estão perdendo a força para a facilidade de encontrar informação na internet.

Mesmo não sendo o único meio, a web têm mostrado um alto poder de imediatismo. Essa sendo uma característica cobrada pelo público adepto as redes sociais e que deixa a desejar a veracidade e apuração das informações publicadas. Mesmo com as tecnologias em evidencia o jornalismo não perdeu a essência nem a necessidade de seguir regras pré-estabelecidas.

4.1 Limitações da pesquisa

Como se trata de uma discussão recente não há bibliografia que trate do assunto especificamente, por isso a pesquisa foi realizada por meio de leitura crítica de textos publicados na internet que abordam de alguma forma a Mídia Ninja.

O corte temporal da pesquisa foi realizado mediante o tempo de entrega deste presente trabalho, para que a análise pudesse ser feita de forma criteriosa. As manifestações de cunho popular até o prazo estipulado não haviam terminado, podendo assim não permite uma visão completa de como foi realizada toda a cobertura desses eventos.

4.2 Agenda Futura

Vale a partir desta análise acompanhar como a Mídia Ninja se desenvolveu após o período de manifestações. Se a divulgação de informação realizada através dela acarretou um impacto na sociedade e na forma de levar conteúdo para os telespectadores.

Sendo apenas um dos colaborativos que faz parte da organização Fora do Eixo, é recomendável que possa ser realizado um estudo sobre os demais grupos midiáticos participam desse tipo de divulgação.

5 Referências

ANDRADE, Maria Margarida de. Como preparar trabalhos: noções praticas. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CANAVILHAS, João Messias. (2001) Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. Metodologia Científica. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

FILHO, Ciro Marcondes. O Capital da Notícia, São Paulo: Ed. Ática S.A, 1989.

FONSECA JÚNIOR, Wilson C. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. p. 290-303.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HUDEC, Wladimir. O que é jornalismo? 2º Editora. Lisboa: Guide – Artes, 1981.

LÉVY, Pierre. Cibercultura, São Paulo :Editora 34 , 1999

LÉVY, Pierre. As Tecnologias da Inteligência, Rio de Janeiro. Editora 34, 1993

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. 2º Edição. SP: Ed. Contexto, 2008.

SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia. São Paulo. Edições Loyola, 2004.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo Vol. I, Porque as noticias são como são, 2º Edição, Santa Catarina: Editora. Insular Ltda, 2005.

6 Anexo: Links dos 26 textos do OI

POSTV, de pós-jornalistas para pós-teleespectadores	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/postv_de_pos_jornalistas_para_pos_teleespectadores
A mídia sem filtro	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_midia_sem_filtro
No meio do redemunho (SIC)	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed754_no_meio_do_redemunho
A Mídia Ninja ataca outra vez	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_midia_ninja_ataca_outra_vez
A militância e as responsabilidades do jornalismo	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed756_a_militancia_e_as_responsabilidades_do_jornalismo
Ninja, um novo modelo de jornalismo	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/_1
A explosão do novo	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_exposao_do_novo
O jornalismo na era da convergência	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_jornalismo_na_era_da_convergencia_1
Um pouco de tudo	http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/um_pouco_de_tudo
'O Globo' e o jornalismo do Mídia Ninja	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed758_o_globo_e_o_jornalismo_do_midia_ninja
Os obstáculos brasileiros ao aparecimento do novo	http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/os_obstaculos_brasileiros_ao_aparecimento_do_novo
Apenas mais uma utopia	http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/penas_mais_uma_utopia
A velha nova mídia	http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_velha_nova_midia
Fora do Eixo virou um problema para a Mídia Ninja	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/fora_do_eixo_virou_um_problema_para_a_midia_ninja
Mídia Ninja e o fenômeno dos protestos	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/midia_ninja_e_o_fenomeno_dos_protestos
Isso é jornalismo?	http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/isso_e_jornalismo

Os ninjas, a mídia convencional e o Brasil	http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/os_ninjas_a_midia_convencional_e_o_brasil
Mídia Ninja e o futuro desfocado	http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,media-ninja-e-o--futuro-desfocado-,1064592,0.htm
O linchamento da Mídia Ninja	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_linchamento_da_midia_ninja
Não é livre, não é jornalismo, mas vai ficar.	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed760_ao_e_livre_ao_e_jornalismo_mas_vai_ficar
A censura em nome da liberdade	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed760_a_censura_em_nome_da_liberdade
Massas de mídia	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/midia_de_massa_vs_massa_de_midias
O midiativismo se multiplica	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_midiativismo_se_multiplica
A cineasta ninja e a banalidade do mal	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_cineasta_ninja_e_a_banalidade_do_mal
Ideário Ninja	http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed764_ideario_ninja