

A narrativa do Mídia Ninja sobre o impacto nos camponeses da indicação de Kátia Abreu ao Ministério da Agricultura

Maria Clara Aquino Bittencourt

Mestre e Doutora em Comunicação e Informação. Pós-Doutoranda Capes/PNPD no PPGCCOM/UNISINOS. aquino.mariaclara@gmail.com

Resumo: O texto analisa a narrativa construída pelo Mídia Ninja na cobertura sobre o impacto nos camponeses da indicação de Kátia Abreu ao Ministério da Agricultura. Na tentativa de compreender o encaideamento dos fatos narrados a partir de duas ferramentas nas quais o coletivo inseriu publicações sobre esse acontecimento, a fanpage no Facebook e o portal do coletivo, observa-se que a narrativa é impulsionada pelo espalhamento do conteúdo, que promove a composição da história ao mesmo tempo em que gera múltiplas interpretações e sentidos. A composição da narrativa é iniciada pelo Mídia Ninja, mas constantemente apropriada e ressignificada por múltiplos atores que se envolvem no espalhamento dos conteúdos, demonstrando assim os contornos da mediatização do ativismo.

Palavras-chave: mediatização do ativismo, narrativas colaborativas, Mídia Ninja.

Abstract: The paper analyzes the narrative constructed by Mídia Ninja in coverage of the impact on farmers of Kátia Abreu's indication to the Ministry of Agriculture. Trying to understand the chain of events narrated from twotools in which the collective input posts about this event, a fanpage on Facebook and a portal, it is observed that the narrative is driven by the spreading of content, which promotes composition of the history while generating multiple interpretations and meanings. The narrative's composition is initiated by Mídia Ninja, but constantly appropriated and re-signified by multiple actors, who engage in the spreading of the contents, thus demonstrating the contours of activism mediatization.

Keywords: activism mediatization; collaborative narratives; Mídia Ninja

Introdução

Na noite de 19 de novembro de 2014 a presidente Dilma Rousseff convidou a senadora Kátia Abreu (PMDB-TO) para assumir o Ministério da Agricultura. Atual Presidente da Confederação Nacional da Agricultura (CNA) e líder da bancada ruralista no Congresso, a senadora sinalizou positivamente. A repercussão do convite gerou a ocupação, no dia 22 de novembro, por 2 mil jovens, da Fazenda Pompilho, de cerca de 2 mil hectares de milho transgênico, à beira da BR 158, que liga Palmeira das Missões, no Rio Grande do Sul, à região oeste de Santa Catarina. A ocupação protestou contra o modelo do agronegócio e a produção de alimentos transgênicos, defendidos por Kátia Abreu, e contra a possível nomeação da senadora ao ministério.

Kátia Abreu é duramente criticada por camponeses por atuar de forma contrária à reforma agrária no Brasil, defendendo a política de uso de sementes alteradas em laboratório. Assim que o convite para o ministério foi anunciado, não faltaram manifestações nas imprensas tradicional e independente sobre sua possível nomeação. Entre 21 e 24 de novembro, o site do G1, por exemplo, colocou no ar três publicações¹ que abordavam a possível ocupação desse ministério por Kátia Abreu: duas anunciando o convite feito pela presidente e a sinalização de uma possível aceitação pela senadora e uma sobre a ocupação da fazenda, no dia 22 de novembro. Outro exemplo foi o *Estadão*, que aprofundou as consequências da ocupação do ministério por Kátia Abreu através de quatro matérias na editoria de política² e duas análises em *blogs*

1 Dilma convida Kátia Abreu para a Agricultura: <http://goo.gl/v13CQR/> Colunista do G1 revela convite à Kátia Abreu para ser ministra da Agricultura: <http://goo.gl/R5EwqK/> MST ocupa fazenda no RS contra possível nomeação de ministra: <http://goo.gl/mmtOA6> - Acesso: 26/11/14

2 Presidente também atende à indústria e ao agronegócio: <http://goo.gl/4NpFXG/> Reclamação sobre indicação de Kátia Abreu é 'dor de cotovelo', diz petista: <http://goo.gl/mvrI9a/> Temer afirma que não há decisão sobre Kátia abreu na Agricultura: <http://goo.gl/4J0aV7/> Indicação de Kátia para Agricultura agrada lideran-

do portal, assinadas por João Bosco Rabello e Marcelo Moraes³. Nenhuma das publicações no Estadão mencionou a ocupação da Fazenda Pompilho. Por outro lado, a cobertura feita pelo Mídia Ninja direcionou a abordagem para o impacto nos camponeses da possibilidade de a senadora assumir o ministério. Foram oito publicações no *Facebook* e duas publicações no portal do coletivo, entre os dias 22 e 24 de novembro, e que tiveram como foco a ocupação.

Como parte de uma pesquisa que estuda produção e circulação de conteúdo por coletivos midiáticos no contexto dos movimentos em rede, observa-se a narrativa construída pelo Mídia Ninja na cobertura desse acontecimento. Através das publicações no portal e na fanpage do coletivo, durante três dias, busca-se identificar como características da narrativa jornalística digital foram ou não apropriadas na construção dessa narrativa sobre o impacto sobre os camponeses da hipótese de ocupação do ministério pela senadora Kátia Abreu. O estudo do caso fornece apontamentos sobre o impacto do espalhamento (JENKINS, FORD E GREEN, 2013) e da multiplicidade de interpretações e sentidos na formação da narrativa.

184 2. A midiaticização do ativismo por narrativas colaborativas

O Mídia Ninja se orienta pela colaboração na produção e circulação dos conteúdos. Segundo descrição em seu próprio portal (<http://ninja.oximity.com>), o Mídia Ninja “busca evidenciar, no ambiente da comunicação, aquilo que o FdE (Fora do Eixo) já havia demonstrado no campo cultural: os velhos intermediários não têm condições de enxergar o novo.” A frase é uma referência a modelos políticos e econômicos, mas também ao modelo comunicacional da mídia de massa, baseada em processos distributivos e unilaterais de produção, circulação e consumo. O próprio Mídia Ninja se considera parte do movimento de midialivrismo⁴ e é entendido aqui como um coletivo midiático: grupo que através do uso de sites

ças: <http://goo.gl/Sv3oWx> Acesso: 24/11/14

³ Carlos Guedes deve ir para Desenvolvimento Agrário e Rosetto para Secretaria Geral: <http://goo.gl/DJFbQ3> / Recuo improvável: <http://goo.gl/n9Hwqq> Acesso: 24/11/14

⁴ Malini e Antoun (2013) usam os termos midialivrismo de massa e midialivrismo ciberativista. O de massa engloba experiências de movimentos na produção de mídias comunitárias e populares, dentro de um paradigma de radiodifusão. O ciberativista, no qual pode-se enquadrar o Mídia Ninja, trata de experiências que constroem e fazem uso de dispositivos, tecnologias e processos compartilhados, baseados na colaboração social em rede, produção livre e sem níveis de hierarquia.

de redes sociais, plataformas e dispositivos móveis de comunicação digital produz e espalha conteúdos sobre protestos decorrentes de mobilizações organizadas dentro e fora das redes digitais, e que atuam de forma independente da mídia de massa, podendo ou não participar da organização de atos de rua.

A partir das manifestações de 2013 no Brasil, o Mídia Ninja ganhou visibilidade no cenário da produção independente de conteúdo, realizando coberturas ao vivo dos protestos nas ruas do Brasil, além de outros acontecimentos nacionais e internacionais. Essa diversidade de coberturas amplia o próprio entendimento de coletivo midiático aqui proposto, ainda que a maior parte de suas coberturas envolva movimentos sociais e a atuação de ativistas de causas diversas no Brasil e no mundo. Diante do crescimento desse coletivo⁵ justifica-se o recorte para estudar sua narrativa, através de um caso, a partir da premissa de midiaticização do ativismo, que observa práticas empreendidas na fanpage (<http://www.facebook.com/midiaNINJA>) e no portal (<http://ninja.oximity.com>).

A configuração do Mídia Ninja, e de coletivos⁶ que abraçaram as ruas como objeto de atenção para produção e circulação de conteúdos, reflete como a midiaticização do ativismo se dá na medida em que cada vez mais a apropriação de tecnologias de comunicação fazem parte do cotidiano de movimentos em rede, como recupera Castells (2012) ao trabalhar a questão a partir de diferentes movimentos ao redor do mundo desde 2009. Nesse sentido, a apropriação se torna conceito central para pensar a narrativa jornalística em uma sociedade midiaticizada, já que é capaz de interferir diretamente nas relações entre mídia e sociedade. Fausto Neto (2008), sobre o conceito de midiaticização a partir da intensificação das tecnologias em meios, chama a atenção para como essa conversão se desenrola a partir de apropriações sociais. O caso do Mídia Ninja é marcado por exemplos de como a atuação de diferentes atores se apropriam da tecnologia para impulsionar ações de rua e reportar acontecimentos que são omitidos ou pouco ganham visibilidade através da mídia tradicional.

Sobre a relação que um novo ativismo estaria estabelecendo com as mídias, Assis (2005) entende que os ativistas buscam realizar ações que acabem fazendo parte da realidade midiática e que sejam representadas de forma a contribuir para os objetivos de

⁵ A fanpage do coletivo possui mais de 308 mil curtidas, o perfil no Twitter mais de 36 mil seguidores. Dados do dia 02/12/14.

⁶ RioNaRua (<http://rionarua.org>) e BhnasRuas <http://www.facebook.com/BHnasRuas> são coletivos que surgiram ao longo das Jornadas de Junho e também atingiram altos níveis de visibilidade no cenário da comunicação independente.

transformação social do movimento. O desenvolvimento da internet e das tecnologias digitais libera ativas das amarras da mídia tradicional, abrindo-lhes oportunidades midiáticas (CAMMAERTS, 2013), de forma que o trabalho de coletivos como o Mídia Ninja ilustram como a busca pela independência é motor de construção de novas práticas e narrativas. O que não quer dizer, obviamente, que o trabalho desses coletivos seja livre de práticas baseadas em modelos unilaterais de comunicação. Entende-se que seus objetivos são direcionados para a construção de novas práticas e modelos de produção, circulação e consumo de conteúdos, mas entende-se também que esses objetivos fazem parte de um processo de busca ainda em desenvolvimento, sujeito à hábitos e atitudes ainda presos a modelos anteriores.

O entendimento que Assis (2006, p. 24) tem do ativista como “agente engajado, movido por sua ideologia a práticas concretas [...] que visam desafiar mentalidades e práticas do sistema sócio-político-econômico, construindo uma revolução a passos pequenos”, fundamenta o pensamento sobre o indivíduo engajado no Mídia Ninja; não apenas aquele que vai para as ruas cobrir acontecimentos, também aquele compartilha o conteúdo nas redes e assim amplia a visibilidade dessa produção que ocorre em paralelo ao distribuído pela mídia de massa.

Nesse sentido, quando se fala em midiatização do ativismo questiona-se as formas como movimentos e coletivos se apropriam das tecnologias para organizar e reportar ações e demais acontecimentos, sem mais depender de grandes veículos nacionais e internacionais para alcançarem visibilidade. Essa midiatização do ativismo também implica no repensar sobre como a sociedade se relaciona com esse conteúdo e como a própria mídia tradicional enxerga, e se apropria ou não, de práticas baseadas na colaboração.

O tripé do que Ugarte (2008) chama de “empoderamento individual” é útil para traçar aqui um paralelo com a noção de midiatização do ativismo. Discurso, ferramentas e visibilidade, na visão do autor, são as principais vias para pensar o ciberativismo, que é potencializado pela ampliação da autonomia comunicativa (CASTELLS, 2009). Ugarte (2008) entende que o ciberativista usa a rede para espalhar um discurso, além de disponibilizar ferramentas para que as pessoas retomem o poder e a visibilidade controlados pelas instituições. Considerando o ciberativismo como a luta pela inserção de pautas na agenda pública da mídia, traça-se aqui um comparativo com as apropriações feitas pelo Mídia Ninja de ferramentas já disponíveis, bem como a criação de suas

próprias, como o portal, na tentativa de transformar um modelo comunicacional estabelecido através de processos de produção e circulação de conteúdos baseados na colaboração e na participação. No caso do coletivo já não se trata de interferir no discurso da mídia tradicional, mas de subverter suas lógicas na tentativa de criar “uma nova rede de comunicação independente”⁷.

3. A narrativa jornalística digital (e colaborativa)

A narrativa jornalística tem como principal função o relato dos acontecimentos, a verdade dos fatos, com base na objetividade.

A prática jornalística de noticiar é um exercício instrumental de busca da máxima objetividade, de uma referencialidade limpa de juízos de valor, como exigência profissional [...]. O que faz do jornalismo um mediador especializado da realidade social, na qual é agente construtor e re-significador, é sua credibilidade para 'contar a realidade histórica tal como ela é'. O jornalismo fala à população mediante um 'contrato' de veracidade, produz continuamente o efeito de real. Relata aquilo que apura como fato acontecido. Não faz ficção (MOTTA, COSTA E LIMA, 2004).

Os autores descrevem tudo o que se idealiza sobre jornalismo, quando na realidade essa mediação é marcada por traços de subjetividade, interpretação e até ficção. Mas, logo em seguida desmistificam dizendo que “mesmo as notícias jornalísticas objetivas são agentes construtores de uma realidade discursiva e não mera reprodução como um espelho da realidade na medida em que narram histórias.” Quando destacam o caráter narrativo das notícias, afirmam que não se tratam de narrativas individuais acabadas que se resumem a uma notícia, mas de um conjunto delas sobre o mesmo assunto. Ressaltam a importância de se acompanhar fatos que se sucedem ao longo dos dias ou semanas, conformando uma história.

Assim, através do trabalho colaborativo em rede com foco na transformação de um modelo comunicacional que consideram incompatível com a atual configuração social, dinamizada pelas redes digitais, coletivos como o Mídia Ninja trabalham para gerar alternativas, potencializando a narrativa dos movimentos e dessa forma impactando no jornalismo nas redes. Resta saber o quanto dessa colaboração efetivamente trabalha com as potencialidades das ferramentas e tecnologias digitais de comunicação e como as características da narrativa jornalística digital são, ou se não são, exploradas nas práticas diárias de pro-

⁷ Fonte: <http://goo.gl/dq9wCT> Acesso: 27/11/14

dução e circulação.

Ao apontar características do jornalismo digital, Pavlik (2001) enfatiza a possibilidade que o jornalista adquira de construir narrativas com os melhores formatos para cada história. Oportunidades de personalização e multimídia ampliam a contextualização dos fatos, ainda que, segundo o autor, a incorporação dessas potencialidades tenha sido tardia por empresas jornalísticas. Assim, como Pavlik (2001), Palacios et al. (2002) e Mielniczuk (2005) também apontam, ao longo do desenvolvimento do jornalismo digital, uma evolução lenta por parte das empresas, decepções e avaliações não satisfatórias. Não ignoram avanços conquistados, mas relatam que grandes veículos de comunicação demoraram em se apropriar da rede e suas ferramentas tirando efetivo proveito de suas características intrínsecas. Analisando as principais transformações da narrativa jornalística no ciberespaço, Bertocchi (2006) recorre à retórica ciberjornalística e identifica suas bases no que chama de tríplex exigência, formada pelas possibilidades do hipertexto, multimídia e interatividade. Das características do jornalismo digital apontadas por esses autores, interatividade, multimídia, hipertextualidade (BERTOCCHI, 2006), personalização, memória (PALACIOS ET AL., 2002) e instantaneidade (MIELNICZUK, 2003) podem ser reunidas aqui para pensar a narrativa construída pelo Mídia Ninja no caso aqui analisado.

É válido igualmente mencionar que o desenvolvimento da *web 2.0* e de ferramentas e possibilidades baseadas na colaboração e na participação foi um dos principais fatores que redirecionou o jornalismo digital (TRÄSEL E PRIMO, 2006; GILMOR, 2004). Além disso, a comunicação móvel (SILVA, 2008; CANAVILHAS E SANTANA, 2011), permitida pela expansão de infraestrutura, conexão sem fio e tecnologias móveis, também acarretou mudanças fundamentais no desenvolvimento e na reflexão sobre o jornalismo digital, culminando no impacto do que se convencionou chamar de mídias sociais (MALINI, 2008). Essas diversas apropriações acarretam transformações no jornalismo, em grande parte a partir do espalhamento⁸ (JENKINS, FORD E GREEN, 2013), da circulação e da recirculação (ZAGO, 2013) de conteúdos.

O caráter experimental, que falta aos veículos

8 Jenkins, Ford e Green (2013) estudam o que chamam de mídia de espalhamento abordando a constituição de um modelo híbrido de comunicação através da proliferação de ações que estimulam a circulação de conteúdos através de práticas colaborativas e participativas.

tradicionais, faz parte da rotina de coletivos que desenvolvem online apropriações diversas. Na condução dessas apropriações é preciso observar como a história é contada. Motta, Costa e Lima (2004) consideram que “é na observação da sequência de notícias que compõem uma cobertura jornalística que se pode observar a conformação de um enredo que compõe então uma história completa”.

No ambiente midiático, Motta (2012) considera que novas tecnologias e produtos midiáticos consolidam o desenvolvimento de novas narrativas. Assim, pensar a narrativa construída pelo Mídia Ninja a partir das características do jornalismo digital aqui elencadas requer uma análise da trajetória que o coletivo construiu para contar a história a partir de um ponto de observação.

4. Análise das publicações

Entre diversas manifestações de repúdio à indicação de Kátia Abreu ao ministério, que se espalharam por sites e redes sociais, foi mesmo no campo que se pode ver a dimensão dessas críticas, através da ocupação da Fazenda Pompilho. Como defensor do Movimento Sem Terra (MST) e de causas e movimentos que lutam pela reforma agrária, o Mídia Ninja utilizou a ocupação como mote central da cobertura que realizou a partir de 22 de novembro, com uma publicação no portal do coletivo [figura 1].

A publicação foi compartilhada pela primeira vez na fanpage do coletivo no *Facebook*, com o texto: “Falta de políticas para agricultura familiar e a possibilidade da Senadora Kátia Abreu participar de Ministério de Dilma provocam reações no campo nesse sábado”. A publicação ainda foi compartilhada mais três vezes na fanpage, todas no dia 22 de novembro. A primeira vez que a publicação apareceu no *Facebook* gerou 1050 compartilhamentos, 2094 curtidas e 93 comentários – sendo que dentro desses 93, outros comentários foram feitos em resposta uns aos outros. As outras três republicações também tiveram uma alta repercussão, reunindo um total de 377 compartilhamentos, 1513 curtidas e 78 comentários. Além desses números, foram feitos mais de 12 mil compartilhamentos diretamente do portal, mais 77 comentários, que podem ou não aparecer no *Facebook* – é o indivíduo que comenta quem define isso.

No dia 24 de novembro, foi publicado no portal um vídeo da ocupação da fazenda, com trechos da matéria do dia 22 e uma nova imagem da ocupação [figura 2].

Novamente a publicação foi compartilhada três


Figura 1

 Fonte: <http://goo.gl/OJMKrI> Acesso: 27/11/14

Figura 2

 Fonte: <http://goo.gl/ezkCri> Acesso: 27/11/14

vezes na *fanpage*, gerando 750 compartilhamentos, 2046 curtidas e 144 comentários, além das discussões internas de cada comentário. Direto do portal foram feitos mais de 5.5 mil compartilhamentos e 27 comentários.

As duas publicações no portal compõem a cobertura, em termos de conteúdo produzido, feita pelo Mídia Ninja dessa ocupação como repúdio ao convite feito pela presidente Dilma à senadora Kátia Abreu para o cargo de ministra. As publicações no Facebook não agregam conteúdo novo, a não ser os textos que as acompanham, podendo ser encaradas como uma ação do coletivo com o objetivo de dar visibilidade às publicações no portal e fazer esses conteúdos se espalharem. De fato, a visibilidade foi atingida pela hipertextualidade através dos links das publicações do portal compartilhados de forma recorrente pelo coletivo no dia em que foram ao ar. Essa hipertext-

tualidade foi maximizada pelos compartilhamentos feitos pelos seguidores do coletivo no *Facebook* e no *Twitter*. Ainda que o coletivo não tenha publicado nenhum tweet sobre a ocupação e as publicações feitas no portal, seus seguidores levaram as publicações ao *Twitter*. Foram 84 *tweets* na primeira e 59 na segunda, a partir do botão de compartilhamento que acompanha cada publicação no portal. Percebe-se que a apropriação partiu dos seguidores, que colaboraram para espalhar o conteúdo produzido do coletivo, criticando ou apoiando as publicações, mas fomentando a discussão.

A multimídia foi marcante nas duas publicações. A primeira apresenta texto detalhado, opinativo, com fontes diversas e críticas à postura de Kátia Abreu no setor agrícola. É evidente a postura do Mídia Ninja como porta-voz dos ocupantes. Além do texto, as imagens e suas legendas carregam forte

tom ativista, de repúdio à senadora, e denunciam a insatisfação dos camponeses diante dos problemas no campo. Estranha-se nessa publicação, a ausência de vídeos, prática já comum nas coberturas do Mídia Ninja⁹. É então que a segunda publicação recupera trechos da primeira e acrescenta um vídeo de dois minutos e cinquenta e nove segundos com uma série de imagens, intitulado *Contra o inimigo cultivado e a Rosa Branca*¹⁰. A sequência foi montada e editada e contém imagens da ocupação, cobertas por uma trilha sonora e intercaladas com falas de Aleida Guevara, filha de Che Guevara. O vídeo traz um texto, no final, que relata que durante a ocupação jovens camponeses e urbanos plantaram sementes agroecológicas em um espaço de latifúndio onde só havia milho transgênico. O texto explica que o ato foi simbólico, para denunciar o agronegócio representado por Kátia Abreu e o uso de transgênicos e agrotóxicos. O vídeo termina com uma frase afirmando que a ação foi parte do Acampamento da Juventude Latinoamericana. Postado no *YouTube* o vídeo, até o dia 08 de dezembro, havia atingido 8999 visualizações e sua publicação no portal havia sido compartilhada 59 vezes no *Twitter*, sem qualquer *tweet* feito pelo coletivo, apenas através de outras pessoas que utilizaram o botão disponível na publicação no portal.

A multimídia, entretanto, não fica por conta apenas do conteúdo produzido pelo Mídia Ninja. Nos comentários das publicações se encontram imagens e links para conteúdos de outros sites, como a *Wikipedia*, por exemplo, hashtags que ampliam a hipertextualidade - exemplos que demonstram que o engajamento no debate se dá através de formatos diversos [figura 3].

A interatividade foi outra característica da narrativa que gerou visibilidade para as publicações. A quantidade de comentários ilustra o quanto os seguidores engajaram-se nas discussões, ainda que o coletivo em si não se manifeste nesse espaço. A interatividade promovida pelo Mídia Ninja se deu pelo estímulo à discussão através dos comentários e não através do diálogo com seguidores. É uma postura que se resume a disponibilizar o conteúdo para fomentar o debate, abstendo-se de participar das discussões. Em alguns casos se poderia pensar que essa opção instituiria um processo unilateral e distributivo, prejudicando o início e o desenvolvimento dos comentários, diminuindo o potencial de circulação dos conteúdos. Não foi o que aconteceu nesse caso, 9 Nas jornadas de junho de 2013, o coletivo destacou-se pelas coberturas ao vivo, realizadas através do *Twitcasting* (<http://us.twitcasting.tv/midianinja>).
10 <http://goo.gl/sBzaVd> Acesso: 27/11/14

ainda que seja possível. A atividade interativa baseada na discussão e promovida pelos seguidores aconteceu na fanpage e no portal.

A intensidade com que os seguidores se apropriam do conteúdo, compartilhando-o tanto no *Facebook* e no *Twitter*, e nesses sites inflando a discussão em torno do acontecimento, remete à outra característica que precisa ser repensada. A personalização do conteúdo é partilhada em função dessas apropriações, ou seja, além das apropriações do *Facebook* e do portal para cobrir a ocupação, o Mídia Ninja personaliza o conteúdo ao escolher um determinado enfoque e ao trabalhar as informações através de imagens e textos próprios. Trata-se de uma personalização que procura identificar o trabalho do coletivo diante do que é produzido por outros coletivos e pela própria mídia de massa. Não há, no entanto, um esforço do Mídia Ninja em personalizar o conteúdo para seus seguidores. A própria postura de publicar e não se envolver no debate diminui ainda mais essa potencialidade de personalização. Por outro lado, pode-se inferir que são esses seguidores que promovem essa personalização, até certo ponto.

Ao compartilhar no *Facebook* e retweetar no *Twitter* os seguidores do Mídia Ninja redistribuem os conteúdos do coletivo. Assim como a possibilidade de recomendação feita pelo portal através de um botão específico, essas ações configuram um espalhamento (JENKINS, FORD E GREEN, 2013) e também uma recirculação (ZAGO, 2013), que pessoaliza o recebimento, ou seja, aquele que redistribui quer que o conteúdo chegue a determinadas pessoas, colaborando para uma atividade de personalização que se antes dependia do produtor original do conteúdo é hoje partilhada por um sem número de indivíduos conectados.

Esse espalhamento também colabora para a constituição da memória dos conteúdos do Mídia Ninja. Por parte do coletivo esse esforço é limitado. O uso que o Mídia Ninja faz do *Facebook* para essa cobertura limita-se à publicação, mas não há um estímulo para que essa memória seja constituída, preservada e recuperada. É fato que as publicações, a não ser que deletadas, permanecem onde foram disponibilizadas, mas salvo possibilidades de busca oferecidas pelo *Facebook*, o coletivo não oferece oportunidades extras de organizar, preservar e recuperar esses conteúdos. Sabe-se o quão difícil e trabalhosa é a busca de conteúdos nas fanpages do *Facebook*. Caso se queira recuperar uma publicação específica, é necessário navegar manualmente pela linha do tempo da página, ou depender do compartilhamento feito por seguidores,



Figura 3 Fonte: <http://googl/RyFhgy> Acesso 27/11/14

que assim ampliam o tempo de exposição de determinadas publicação nas timelines alheias. Pode-se tentar uma busca por hashtags no Facebook, mas caso o post não tenha sido publicado acompanhado de hashtag, a busca é inútil – e mesmo que tenha, os resultados oferecidos pelo Facebook são desordenados e imprecisos. Em nenhuma das publicações feitas pelo Mídia Ninja em suas páginas no Facebook, sobre a ocupação em repúdio à possibilidade de ministério por Kátia Abreu, foi publicada alguma *hashtag* que facilitaria a recuperação desse conteúdo. No caso do portal, as publicações são acompanhadas de tags ao final das publicações:

Leia mais: [Agricultura familiar](#) | [América Latina](#) | [Abismo](#) | [Dilma Rousseff](#) | [Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra](#)

Essas tags permitem que se encontre a segunda publicação sobre o caso, demonstrando a preocupação do Mídia Ninja em organizar a memória sobre o acontecimento em si e a diversidade de atores e assuntos que o compõem. A visualização dessas tags por quem acessa o portal são uma oportunidade extra ao mecanismo de busca oferecido, que funciona através de palavras-chave.

Por fim, sobre a instantaneidade como característica do jornalismo digital, nesse caso específico percebe-se o quanto a necessidade de cobrir o acontecimento ao vivo não fez parte dessa cobertura do Mídia Ninja. Diferente do comportamento do coletivo durante as manifestações de junho, por exemplo, quando links de transmissões ao vivo eram recorrentemente publicados nas timelines, a cobertura da ocupação não foi ao vivo. A produção detalhada do conteúdo foi o foco do trabalho do coletivo, que priorizou a divulgação das duas publicações no portal, através de textos maiores, e mais focados no impacto

nos camponeses da possibilidade de Kátia Abreu ser ministra, e da edição do vídeo.

A narrativa desse caso se encontra suspensa enquanto o anúncio desse ministério não é oficializado, mas não por isso deixa de ser movimentada. A atividade hipertextual e dialógica por parte dos seguidores do coletivo redimensiona a estrutura do conteúdo que vai além das publicações disponibilizadas no Facebook e no portal. As apropriações que o Mídia Ninja faz das duas ferramentas abrem oportunidades para que os indivíduos, como aponta Ugarte (2008), retomem o poder e a visibilidade controlados pelas instituições, através da manifestação de seus discursos em diferentes ferramentas, aumentando a visibilidade de múltiplas falas, inclusive a do próprio coletivo.

Apontamentos

Este artigo não buscou traçar uma análise comparativa das coberturas realizadas pela mídia tradicional e pela mídia independente; nem mesmo uma análise de conteúdo. Buscou observar a narrativa do Mídia Ninja com base nas características do jornalismo digital, entendendo que a hipertextualidade movimentada não só pelas publicações do coletivo, mas principalmente pelo espalhamento (JENKINS, FORD E GREEN, 2013) protagonizado por seus seguidores reflete a proliferação de narrativas individuais que compõem um conjunto de narrativas sobre a ocupação e que se espalham pelas redes. Quando Motta, Costa e Lima (2004) entendem que o acompanhamento de narrativas individuais que formam um conjunto permite a compreensão de uma história, torna-se evidente o quanto a força desse espalhamento contribui para a composição dessa história. As publicações no portal são pontos de partida de uma narrativa que não se finda ali, mas que é apropriada e reapropriada pela interatividade dos seguidores do coletivo, gerando múltiplas interpretações e sentidos.

A narrativa desse acontecimento, ao priorizar a construção do conteúdo de forma detalhada, preocupando-se menos com a cobertura ao vivo, resgata a oportunidade de uso de formatos mais adequados para contar a história, como afirma Pavlik (2001) sobre a narrativa jornalística digital. Não cabe aqui fazer esse julgamento sobre as escolhas do Mídia Ninja nesse caso. É cabível, no entanto, inferir que, tomando como premissa o fato de que o coletivo encabeça questões omitidas pela mídia de massa e assume bandeiras, como a do MST, por exemplo, a edição do vídeo e o foco na cobertura a partir da ocupação, com a exploração do texto e das imagens, refletem

o posicionamento de crítica à possível ocupação da cadeira de ministra por Kátia Abreu.

O encadeamento dos fatos pode ser compreendido apenas pelas publicações do Mídia Ninja, mas não há como ignorar a interferência dos que espalham os conteúdos, comentando, fazendo o conteúdo circular e até mesmo recombinao o conteúdo com publicações próprias. Zago (2013) encara essas atividades como “contribuições ao processo jornalístico”, na medida em que esses indivíduos estariam incluindo “camadas de significação ao acontecimento jornalístico”. Dessa forma, além do papel do ninja que colabora para a produção desses conteúdos, há um sem número de atores que colabora para esse encadeamento narrativo. A composição da história é iniciada pelo Mídia Ninja, mas constantemente apropriada e ressignificada por múltiplos atores que se envolvem no espalhamento dos conteúdos.

Pensar a narrativa jornalística digital diante de tais práticas, e tomando como fundamento a mediação do ativismo impregnada no cotidiano dessas ações, implica em atentar para o papel da rede na configuração da significação e da produção de sentidos sobre os fatos. A relação de um novo ativismo com as mídias (ASSIS, 2005), vai além das apropriações que movimentos e coletivos fazem de dispositivos e tecnologias, estendendo-se por ações de atores diversos que promovem a circulação dos conteúdos e interferem diretamente na formação das narrativas.

Referências

ASSIS, G. E. *Os manuais da mídia no ativismo político contemporâneo*. In: Trabalho apresentado ao NP 12 – Comunicação para a Cidadania, do V Encontro de Núcleo de Pesquisas da Intercom/XXVIII INTERCOM, 2005.

ASSIS, É. G. *Táticas lúdico-midiáticas no ativismo político contemporâneo*. Dissertação. – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo. 2006.

BERTOCCHI, D. *A narrativa jornalística no ciberespaço: transformações, conceitos e questões*. Dissertação. Universidade do Minho, Portugal. 2006.

CAMMAERTS, B. “Lógicas de protesto e a estrutura de oportunidade de mediação”. *Matrizes – Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*, ano 7, n. 2, p. 13-36, jul./dez. 2013.

CANAVILHAS, J.; SANTANA, D.C. “Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação”. In: *Líbero – São Paulo* – v. 14, n. 28, p. 53-66, dez. 2011.

CASTELLS, M. *Communication power*. Oxford: Oxford University Press. 2009.

CASTELLS, M. *Networks of outrage and hope*. Polity Press, Cambridge, 2012.

FAUSTO NETO, A. “Fragmentos de uma analítica da mediação”. In: *Revista Matrizes*. n. 2/abril 2008. Dispo-

nível em <http://goo.gl/qCEMhu> Acesso: 08/12/14

GILMOR, D. *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*. Sebastopol: O’Reilly Media. Disponível em <http://goo.gl/9wGkHZ> Acesso: 08/12/14

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York University, 2013.

MALINI, F. & ANTOUN, H. *@Internet e a Rua*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MALINI, F. *Modelos de colaboração nos meios sociais da internet: uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo*. Trabalho apresentado no NP Tecnologias da Informação e da Comunicação– XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2008. Disponível: <http://goo.gl/v785xf> Acesso: 08/12/14

MIELNICZUK, L. *Dez anos de jornalismo online: muitas indagações e poucas respostas*. In: Anais do III Congresso Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2005, Florianópolis.

MIELNICZUK, L. *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. Tese de doutorado. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. Salvador, 2003. Disponível: <http://goo.gl/8xnA7u> Acesso: 04/11/14

MOTTA, L. G. “Retorno da narrativa: a busca do significado”. In: *Signo*. Santa Cruz do Sul, v. 37 n.62, p. 53-64, jan.-jun., 2012

MOTTA, L.G; COSTA, G.B; LIMA, J.A. *Notícia e construção de sentidos : análise da narrativa jornalística*. Intercom, v. 27, n. 2, jul./dez. 2004. Disponível em: <http://goo.gl/neDT8h> Acess: 08/12/14.

PAVLIK, J. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press. 2001.

PALACIOS, M.; MIELNICZUK, L.; BARBOSA, S.; RIBAS, B.; NARITA, S. *Um Mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português*. Comunicarte, Aveiro- Portugal, v. 1, n. 2, 2002. Disponível: <http://goo.gl/mMS1Js> Acesso: 08/12/14

SILVA, F. F. *Jornalismo live streaming: tempo real, mobilidade e espaço urbano*. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJOR, 2008, São Bernardo do Campo - SP. Disponível: <http://goo.gl/Pddj48> Acesso: 06/11/14

TRÄSEL, Marcelo ; PRIMO, Alex F T . *Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias*. Contracampo (UFF), Rio de Janeiro, v. 14, p. 36-46, 2006.

UGARTE, David de. *O poder das redes. Manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas chamadas a praticar o ciberativismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

ZAGO, G. *A recirculação do acontecimento jornalístico em imagens remixadas: cibercultura e apropriações*. In: Rizoma, Santa Cruz do Sul, v. 1, n. 1, p. 85, julho, 2013 Disponível: <http://goo.gl/t3iSJG> Acesso: 08/12/14

[Artigo recebido 11 de dezembro de 2014 e aprovado em 29 de dezembro de 2014]