

**Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen  
(Organizadora)**



**Ciências da  
Comunicação**

**Atena**  
Editora  
Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen  
(Organizadora)

## Ciências da Comunicação

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

### Conselho Editorial

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C569 Ciências da comunicação [recurso eletrônico] / Organizadora  
Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa  
(PR): Atena Editora, 2019. – (Ciências da Comunicação; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-204-3

DOI 10.22533/at.ed.043192503

1. Comunicação – Aspectos políticos. 2. Comunicação de massa.  
3. Internet. 4. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu  
Torres. II. Série.

CDD 302.2

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de  
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos  
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

O primeiro volume da obra “Ciências da Comunicação” é composto por 28 artigos que aproximam as reflexões teóricas da prática cotidiana profissional e trazem importantes contribuições para a área da comunicação.

Dividido em três núcleos temáticos, o livro reúne aportes teóricos sobre os movimentos sociais e ações coletivas e apresenta pesquisas referentes à democratização da comunicação, ao papel do jornalismo alternativo na sociedade e às formas de financiamento da imprensa baseadas em novos modelos de negócio. A obra também traz algumas análises de coberturas jornalísticas, uma pesquisa sobre o interagendamento e contra-agendamento midiático de acordo com os conceitos de Maxell McCombs e Luiz Martins da Silva e reforça a importância da crítica para o jornalismo.

A partir do segundo núcleo temático, o leitor encontrará pesquisas sobre o posicionamento da mulher na sociedade e a sua imagem na mídia. As pesquisas discutem a diversidade na perspectiva do gênero, a formação de estereótipos na comunicação audiovisual, os desafios enfrentados pelos imigrantes e a representação de diferentes culturas pelos meios de comunicação. Por fim, o último núcleo temático reúne pesquisas referentes à comunicação organizacional, às estratégias voltadas aos diferentes públicos e às construções discursivas realizadas pelas organizações.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
MOVIMENTOS SOCIAIS E DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO: CONTRIBUIÇÕES PARA O DEBATE NO CASO BRASILEIRO	
Carlos Henrique Demarchi	
DOI 10.22533/at.ed.0431925031	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>12</b>
“O JORNAL BURGUEÊS CONSEGUE FAZER-SE PAGAR PELA PRÓPRIA CLASSE TRABALHADORA QUE ELE COMBATE SEMPRE”: FINANCIAMENTO E INDEPENDÊNCIA DE CLASSE NO JORNALISMO SEGUNDO LÊNIN E GRAMSCI	
Willian Casagrande Fusaro	
Manoel Dourado Bastos	
DOI 10.22533/at.ed.0431925032	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>21</b>
DA IMPRENSA SINDICAL PARA A IMPRENSA DE MASSA: INTERAGENDAMENTO E CONTRA-AGENDAMENTO	
Alexsandro Teixeira Ribeiro	
DOI 10.22533/at.ed.0431925033	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>33</b>
MÍDIA NINJA: PROCESSO DE PRODUÇÃO DE INFORMAÇÕES AUDIOVISUAIS, POR MEIO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS, SOBRE O CASO MARIELLE FRANCO	
Valéria Noronha de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.0431925034	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>44</b>
MANIFESTAÇÕES EM MEGAEVENTOS: APONTAMENTOS SOBRE A COBERTURA DO SITE G1 E MÍDIA NINJA DA COPA DO MUNDO 2014	
Milton Julio Faccin	
Marcelo Vinícius Masseno Viana	
DOI 10.22533/at.ed.0431925035	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>55</b>
ENCHENTES DE 2017 NO RIO GRANDE DO SUL PELOS PORTAIS DE NOTÍCIAS DE TENENTE PORTELA	
Lidia Paula Trentin	
Mônica Cristine Fort	
DOI 10.22533/at.ed.0431925036	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>67</b>
O MONTE EVEREST EM “NO AR RAREFEITO” – UMA ANÁLISE NA PERSPECTIVA DIALÓGICA	
Taíssa Maria Tavares Guerreiro	
Deivid Santos Vieira	
Isabelle Caroline Rodrigues de Sá	
Kethleen Guerreiro Rebêlo	
Liam Cavalcante Macedo	
Marcos Felipe Rodrigues de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.0431925037	

<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>77</b>
“DANÇANDO SOBRE ARQUITETURA” - DESAFIOS ATUAIS DA CRÍTICA DE MÚSICA	
<a href="#">Rafael Machado Saldanha</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0431925038</b>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>89</b>
ALBERTO DINES E O PAPEL DA CRÍTICA JORNALÍSTICA NA IMPRENSA BRASILEIRA	
<a href="#">Diana de Azeredo</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0431925039</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>103</b>
DILMA ROUSSEFF: O PAPEL DA MULHER NA POLÍTICA BRASILEIRA	
<a href="#">Tylcéia Tyza Ribeiro Xavier</a>	
<a href="#">Sílvia Ramos Bezerra</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250310</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>117</b>
JORNALISMO, CULTURA E GÊNERO: UMA ANÁLISE DAS MULHERES NAS CAPAS DA ROLLING STONE BRASIL	
<a href="#">Luiz Henrique Zart</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250311</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>131</b>
A PRESENÇA FEMININA NO JORNALISMO ESPORTIVO DA TELEVISÃO ABERTA: UMA ANÁLISE DO PROGRAMA “JOGO ABERTO”, DA BANDEIRANTES	
<a href="#">Érika Alfaro de Araújo</a>	
<a href="#">Mauro de Souza Ventura</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250312</b>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>146</b>
DIVERSINE, UMA EXPERIÊNCIA ESTÉTICA FÍLMICA PARA PENSAR A DIVERSIDADE NA PERSPECTIVA DO GÊNERO	
<a href="#">Hugo Bueno Badaró</a>	
<a href="#">Thaumaturgo Ferreira de Souza</a>	
<a href="#">Maria Lúcia Tinoco Pacheco</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250313</b>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>155</b>
COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL E FORMAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS: HOMOSSEXUALIDADE NA TELEVISÃO BRASILEIRA	
<a href="#">Pablo de Oliveira Lopes</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250314</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>165</b>
O HOMEM TRANS NA PUBLICIDADE: UMA ANÁLISE DO ANÚNCIO <i>UNLIMITED COURAGE</i> , DA MARCA NIKE	
<a href="#">Nicolau Jordan Girardi</a>	
<a href="#">Adriana Stela Bassini Edral</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250315</b>	

<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>180</b>
VIOLAÇÃO DE DIREITOS LGBTI+ NA CAMPANHA DA RÁDIO JOVEM PAN PARA O DIA INTERNACIONAL DE COMBATE À LGBTIFOBIA	
Adriano Quaresma da Costa Armando Leandro Ribeiro da Silva Esthefany Carolyne Silva da Cruz Karen Isabela Leite Alcântara Matheus Henrique Cardoso Luz Lorena Cruz Esteves Suzana de Cassia Serrão Magalhães	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250316</b>	
<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>192</b>
EVIDÊNCIAS E SILÊNCIAMENTOS NOS DISCURSOS DE LÁGRIMAS CONTRA A POLÍTICA DE TOLERÂNCIA ZERO ANTI-IMIGRAÇÃO DOS USA	
Magali Simone de Oliveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250317</b>	
<b>CAPÍTULO 18</b> .....	<b>208</b>
O IMIGRANTE NO MEIO ACADÊMICO: ESTUDO DE CASO	
Benalva da Silva Vitorio	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250318</b>	
<b>CAPÍTULO 19</b> .....	<b>222</b>
UMA DISCUSSÃO SOBRE A DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL NA UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ	
Alcilaine de Macedo Alencar Carolina Fernandes da Silva Mandaji	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250319</b>	
<b>CAPÍTULO 20</b> .....	<b>235</b>
A CULTURA DO SOL NASCENTE NAS TERRAS CAPIXABAS	
Rafaela Daima Lima Danielly Veloso Schulthais Andressa Zoi Nathanailides	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250320</b>	
<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>245</b>
A REPRESENTAÇÃO DOS ASIÁTICOS NA TV BRASILEIRA: APONTAMENTOS INICIAIS	
Krystal Urbano Maria Elizabeth Pinto de Melo	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250321</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>260</b>
CULTURA ORGANIZACIONAL PROPÍCIA ÀS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL: POSSIBILIDADES METODOLÓGICAS PARA IDENTIFICAR OS TIPOS DE CULTURA ORGANIZACIONAL	
Maria José da Costa Oliveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250322</b>	

<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>272</b>
COMO O <i>OMBUDSMAN</i> DE DADOS PODE REFORÇAR A MULTIDISCIPLINARIDADE NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL?	
Wallace Chermont Baldo	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250323</b>	
<b>CAPÍTULO 24</b> .....	<b>284</b>
COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA EM CLUBES DE FUTEBOL DO BRASIL E DA AMÉRICA LATINA: RELACIONAMENTO COM OS PÚBLICOS-ALVO	
Karla Caldas Ehrenberg	
Ary José Rocco Junior	
Carlos Henrique de Souza Padeiro	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250324</b>	
<b>CAPÍTULO 25</b> .....	<b>297</b>
OS PÚBLICOS PROJETADOS: CONSTRUÇÕES DISCURSIVAS NA PROPOSIÇÃO DE EXPERIÊNCIAS PELAS ORGANIZAÇÕES	
Márcio Simeone Henriques	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250325</b>	
<b>CAPÍTULO 26</b> .....	<b>308</b>
ACESSIBILIDADE E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: PLANEJAMENTO E PÚBLICOS EM UMA CAMPANHA INCLUSIVA PARA PESSOAS CEGAS E COM BAIXA VISÃO	
Victor Said dos Santos Sousa	
Leonardo Santa Inês Cunha	
Lidiane Santos de Lima Pinheiro	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250326</b>	
<b>CAPÍTULO 27</b> .....	<b>322</b>
COMUNICAÇÃO COTIDIANA DOS VALORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: REPRODUZINDO CULTURA NAS REDES SOCIAIS (OU NÃO)	
Maria Augusta de Castro Seixas	
Emmanuel Paiva de Andrade	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250327</b>	
<b>CAPÍTULO 28</b> .....	<b>338</b>
A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA ASSISTÊNCIA TÉCNICA RURAL PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO ESTADO DE RONDÔNIA	
Edna Mendes dos Reis Okabayashi	
Moacir José dos Santos	
Monica Franchi Carniello	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250328</b>	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA</b> .....	<b>352</b>



## MÍDIA NINJA: PROCESSO DE PRODUÇÃO DE INFORMAÇÕES AUDIOVISUAIS, POR MEIO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS, SOBRE O CASO MARIELLE FRANCO

**Valéria Noronha de Oliveira**

Universidade Federal do Piauí

Teresina, Piauí

**RESUMO:** A mídia alternativa ganha novamente destaque com o assassinato da vereadora e ativista Marielle Franco, em especial a Mídia Ninja, objeto desta pesquisa. Milhares de pessoas vão às ruas com seus *smartphones* e publicam o evento via *streaming* nas redes sociais. Dentre elas estão colaboradores do coletivo Narrativas Independentes Jornalismo em Ação. A produção midiativista reacende o debate contra os meios de comunicação hegemônicos ao dar voz às classes sociais heterogêneas. É neste contexto que o presente estudo analisa a produção noticiosa, no formato audiovisual, por meio dos dispositivos móveis, para confecção de materiais acerca dos movimentos desencadeados no dia 15 de março de 2018 em todo o Brasil. Trata-se de um estudo de caso, com análise das 35 transmissões realizadas com as *hashtags* #AoVivo e #MariellePresente na página da Mídia Ninja no *Facebook*.

**PALAVRAS - CHAVE:** Mídia Ninja; Mobilidade; Contra-hegemonia; Produção audiovisual; Dispositivos móveis.

**ABSTRACT:** The alternative media is again

highlighted by the murder of councilwoman and activist Marielle Franco, especially the Mídia Ninja, object of this research. Thousands of people take to the streets with their smartphones and publish the event via streaming on social networks. Among them are collaborators of the collective Narrativas Independentes em Ação. The media production rekindles the debate against the hegemonic media by giving voice to the heterogeneous social classes. It is in this context that the present study analyzes the news production, in the audiovisual format, through the mobile devices, to make materials about the movements unleashed on March 15, 2018 throughout Brazil. This is a case study, with analysis of the 35 transmissions carried out with the hashtags #AoVivo and #MariellePresente on the page of the Media Ninja on Facebook.

**KEYWORDS:** Mídia Ninja; Mobility; Counter-hegemony; Audiovisual production; Mobile devices.

### 1 | INTRODUÇÃO

Com o advento das tecnologias digitais, o fazer jornalístico ganhou ferramentas hoje indispensáveis para a construção, apuração, circulação e consumo de informações. Dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*, foram apropriados por jornalistas nas

redações, portais e TVs, fenômeno que tem impactado não só nos aspectos técnicos de produção, mas na proximidade e interatividade para com o público consumidor dos serviços via aplicativos ou por meio de páginas nas redes sociais (SILVA, 2014).

O jornalismo móvel digital possibilitou maior dinâmica aos profissionais e a transmissão de furos em tempo real, não sendo necessária a presença de uma equipe de reportagem. Os *smartphones* dispõem de boas câmeras, aplicativos de edição e acesso à internet, que promovem a união da característica móvel dos dispositivos, referente à mobilidade, e digital, à digitalização, levando à descentralização da redação jornalística (GOMES, 2017).

A mídia tradicional ou hegemônica tem se adaptado às transformações, embora a essência das informações coletadas e fontes sejam as mesmas. Aos poucos, os grandes meios de comunicação dão abertura ao chamado jornalismo colaborativo, em outras palavras o *crowdsourcing*, potencializado pelos dispositivos móveis. De acordo com Träsel (2010), a “ferramenta libera os repórteres de tarefas repetitivas e de pouca exigência técnica, garantindo mais tempo para minerar pautas inovadoras e informação realmente inédita”.

Em contraponto, a mídia alternativa é constituída por colaboradores, formados ou não em jornalismo, que assumem o papel de comunicadores junto aos movimentos sociais. Os midiativistas, munidos com câmeras de celulares, acesso às redes sociais por meio da internet móvel e outros mecanismos de transmissão disponibilizados nas plataformas digitais, remam contra a maré dos meios de comunicação hegemônicos para levar não só imagens, mas informações narradas por vozes desconhecidas (BITTENCOURT; PUHL, 2013).

A hegemonia de Gramsci remete à dominação, com ou sem consentimento, de forma globalizada, arraigadas por ideias neoliberais e de democracia representativa, que por fim só levam ao monopólio econômico e político do mundo, acrescido de desigualdades sociais. É neste contexto que faíscas de resistência, simbolizadas por lutas e disputas, entram em choque com o arsenal gigantesco da grande mídia (GÓES, 2007). Peruzzo (2004) esclarece que, quando as classes dos setores sociais manifestam insatisfação, questionam e reivindicam mudanças no poder público e capital privado, e barganham pequenas conquistas, o poder contra-argumentativo é lançado. “Para haver transformação social devem ser construídos novos valores culturais e serem criados numa nova visão de mundo e de coesão social” (GÓES, 2007, p.3). A partir disto nasce o que Gramsci chama de força contra-hegemônica, reconhecida como aquela capaz de modificar e alterar dada estrutura social. O levante desta força está nos movimentos sociais, conectados e divulgados pelos meios alternativos.

Nos últimos anos, a mídia alternativa digital ou midiativista começou a conquistar voz no contexto atual. Foi em junho de 2013, que eclodiu nas redes sociais um grupo chamado Narrativas Independentes Jornalismo em Ação, a Mídia Ninja, impulsionada pela cobertura via *streaming*, no *Facebook*, do Movimento Passe Livre (MPL). A mídia Ninja, ao contrário da hegemônica se utiliza, quase que exclusivamente do jornalismo

colaborativo. Uma outra característica é ela estar atrelada a movimentos sociais com ideologia declarada. Becker e Machado (2014) avaliam o modo de produção da mídia como amadora, mas com grande força de testemunho, seja por conta da grande quantidade de vídeos e fotos produzidas, como também do público alcançado pelas redes sociais. A pluralidade toma o lugar do homogêneo.

No dia 14 de março de 2018, um novo evento fez borbulhar gritos por justiça no Brasil e no mundo. A vereadora do PSOL e ativista dos direitos humanos Marielle Franco foi assassinada quando voltava para casa às 21:30H, no Estácio, centro do Rio de Janeiro. Em polvorosa, os meios de comunicação tradicionais divulgaram o ocorrido, porém a Mídia Ninja só iria se manifestar no dia seguinte.

Dessa forma, o presente trabalho pretende analisar a produção noticiosa, no formato audiovisual, com utilização dos dispositivos móveis, para confecção de materiais acerca de movimentos desencadeados com o assassinato da vereadora Marielle Franco. A plataforma tomada como base foi a página Mídia Ninja, da rede social *Facebook*. A metodologia abordada foi estudo de caso com análise dos vídeos produzidos no dia 15 de março de 2018 com as *hashtags* #AoVivo e #MariellePresente. Ao todo, foram analisados 35 vídeos, publicados via *streaming*, editados pela própria Mídia ou colaboradores.

## **2 | DISPOSITIVOS MÓVEIS PARA A CONSOLIDAÇÃO DO MODO DE PRODUÇÃO ALTERNATIVO**

Os portais e redações tradicionais são impactados com o processo de convergência jornalística, na qual novos modelos convertem-se em multiplataformas. A multimídia e convergência, personalização, interatividade, memória e atualização contínua resultam em características do jornalismo digital (BARBOSA, 2013). Soma-se a esse contexto o potencial da mobilidade, que tem permitido formas de produção e circulação de informações alternativas e instantâneas por indivíduos não necessariamente profissionalizados e/ou organizados, desde que munidos de acesso à rede e a um dispositivo para registro das imagens (REGO, 2016).

A mídia alternativa se apropria da funcionalidade dos dispositivos móveis para dar uma nova roupagem aos movimentos sociais, como por exemplo, a construção de um novo padrão com linguagens, rotinas e narrativas próprias da Rua-mídia. Isso permite, pelo menos, a redução da assimetria, antes mais evidente e impositiva, que caracterizava a tarefa do jornalista, considerado o portador da notícia e o seletor da agenda, impactando não apenas o jornalismo, como também a rotina dos usuários em seus mais diversos âmbitos (LUCHESSI, 2015; MISSAU, 2015; BECKER, 2016). Conforme pondera Bentes (2014, p.331):

Estamos diante de uma mobilização global político-afetiva nas ruas e nas redes. Os ciclos de lutas globais tornaram-se referência e laboratório global das novas lutas e nessas experiências as imagens em tempo real produzem outra qualidade de relação com o presente e na constituição dos novos sujeitos políticos. Trata-se de um impacto cognitivo-afetivo produzido pela transmissão ao vivo (*streaming*) durante centenas de horas ininterruptas. As emissões ao vivo têm sido associadas a *posts*, *hashtags*, *tweets* e *memes online*, para criar ondas de intensa participação em que a experiência de tempo e de espaço, a partilha do sensível, a intensidade da comoção e engajamento constroem um complexo sistema de espelhamento, potencialização entre redes e ruas (BENTES, 2014, p.331).

Góes (2007) aborda o ciberespaço como palco da luta contra-hegemônica. A internet é o abrigo onde os movimentos sociais, políticos e culturais se encontram para se legitimar e alcançar suas bases sociais. Outro ponto é o baixo custo. As redes sociais fornecem ferramentas que aumentam o poder de distribuição e de denúncia das mazelas da sociedade. Castells (2001) aponta que a internet, neste caso, torna-se um instrumento de transformação social. “Lá referenciam suas demandas, contam suas histórias, denunciam seus opressores e potencializam suas bases sociais de apoio. É no ciberespaço que suas histórias de luta estão registradas e onde suas experiências podem ser somadas às de outros movimentos” (GÓES, 2007, p.7).

A mídia de rua destaca-se pela seleção (de pauta) e *framing* (enquadramento) das notícias. Enquanto os meios tradicionais se preocupam com a forma de abordar determinado acontecimento, filtrando informações e polindo os assuntos que serão tratados, o midiativismo vai selecionar temas negligenciados, como a violação dos direitos humanos ou casas de orixás que serão derrubadas para construir uma nova praça, por exemplo. E o mais importante, dá vida às narrativas, o *framing*, na voz dos movimentos sociais e/ou de quem sofre o problema. Há, o que Atton (2002) diz ser a erupção dos gritos abafados para a sociedade com surdez seletiva.

Existe, portanto, um potencial para uma prática comunicacional mais cidadã. Afinal, conforme argumenta Caballero (2012), em todo processo de apropriação há um ato popular de transformação do sentido e da experiência; e, no processo de inclusão digital, essa apropriação poderia ser de empoderamento e cidadania. No conceito de cidadania, em consonância com Dourado, Lopes e Marques (2014), englobamos as esferas civil, política e social, acreditando que o exercício dos direitos e deveres do cidadão para com o Estado e com a comunidade perpassa diferentes âmbitos: público, privado e governamental. Exercício esse que tem, hoje, a potencialidade de ocorrer em tempo real e em diferentes plataformas tecnológicas, incluindo a televisão e os dispositivos móveis.

Este fato é evidenciado durante a análise das transmissões ao vivo e vídeos editados pela Mídia Ninja um dia após o assassinato de Marielle Franco. Mulheres negras tomam a frente das marchas, usam o microfone para discursar poemas, histórias de vida pela qual Marielle lutava em seus ativismos. A personalização do *framing* em proximidade com o medo do silenciamento, da violência, crenças e sonhos das mulheres negras são a extensão da força e sentimentos que o movimento erguido

por Marielle buscava alcançar. Este é um dos papéis da mídia contra-hegemônica de Gramsci reformulada através do tempo.

A Mídia Ninja fez emergir e deu visibilidade ao “pós-telespectador” de uma “pósTv” nas redes, com manifestantes virtuais que participam ativamente dos protestos/emissões discutindo, criticando, estimulando, observando e intervindo ativamente nas transmissões em tempo real e se tornando uma referência por potencializar a emergência de “ninjas” e midialivristas em todo o Brasil (BENTES, 2014, p. 331).

Embora o público da Mídia Ninja, no *Facebook*, seja restrito a um pouco mais de dois milhões de inscritos, os vídeos sobre Marielle Franco entraram na espiral de recirculação, abrangendo um número maior de pessoas, que apoiam ou não os movimentos sociais desencadeados. Em dado momento, a *hashtag* #MariellePresente ultrapassa a fronteira brasileira para outras nações.

### 3 | A MÍDIA NINJA NO CASO MARIELLE

Por volta das 21:30H, do dia 14 de março de 2018, Marielle voltava para casa após reunião com membros de um movimento negro que participava. O carro conduzido por Anderson Gomes com a ativista e sua assessora foi interceptado por outro veículo não identificado no Estácio, próximo à Prefeitura do Rio de Janeiro. Vários tiros foram disparados, nove acertaram o corpo de Marielle. Sem possibilidade de socorro, ela e Anderson não resistiram aos ferimentos. Dias atrás, a vereadora havia criticado, nas redes sociais, uma ação militar na favela de Acari. Mulher, negra, lésbica, Marielle lutava em prol dos direitos humanos e desde fevereiro de 2018 operava o observatório de segurança, da intervenção federal no Rio.

A notícia do assassinato foi repercutida minutos após o crime pelas mídias nacionais. Na página do *Facebook* da Mídia Ninja foi postado o vídeo da campanha de candidatura da vereadora, porém no dia 15 de março, a rede social começou a ser movimentada com as chamadas *live streaming*, transmissões ao vivo em português, acontecidas em seis capitais brasileiras: Salvador, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo, Porto Alegre e Brasília. Esta última não participou da análise, pois foi recirculada do site da TV Câmara. Naquele dia foram publicados 35 vídeos relacionados ao caso Marielle produzidos, em sua maioria, por dispositivos móveis com as *hashtags* #AoVivo e #MariellePresente, desde transmissões em tempo real e editadas pela Mídia Ninja ou colaboradores.

Dos 35 vídeos, 24 são *live streaming*, 11 editados, 7 pela Mídia estudada e 4 por contribuintes. A análise foi subdividida nestas três categorias e abordadas de forma independente, sendo escolhidos de um a dois vídeos para ilustração do conteúdo no presente artigo.

Bentes (2014) reflete sobre a importância das mídias livres na proposição de outras estéticas, da quantidade de informações e transmissões ao vivo, “que se apropriam das figuras de linguagem do próprio cinema, da televisão e das redes sociais” (p.332).

Para a autora, os movimentos de câmera, que por vezes dão a impressão de correria (câmera cega), as respirações, narrativa dos colaboradores e pessoas captadas na rua transcendem o caráter documental das transmissões.

As emissões são singulares como o próprio imprevisível dos acontecimentos nas ruas e ao mesmo tempo fazem emergir figuras de linguagem, gestos e atos cinematográficos recorrentes: uma instável câmera subjetiva, câmera cega, o oscilante dispositivo de câmera/celular anômala, narração em direto imprevisível, autoperformance, plano-sequências extensos, edição na própria câmera. Arriscaríamos dizer que nessas imagens a estética pode ser pensada como um “resto”, o que sobra, o que sobrevive de uma intensa intercomunicabilidade expressiva. São imagens que carregam a marca de quem afeta e é afetado de forma violenta, colocando o corpo/câmera em cena e em ato. (BENTES, 2014, p.333)

As transmissões ao vivo foram estabelecidas por dispositivos móveis em atos, marchas, inclusive referentes ao velório de Marielle e Anderson, na Câmara dos Vereadores do Rio. Os conteúdos possuem estilo amador, com ou sem narração do portador do *smartphone*, inundados de ruídos, sem cortes, viabilizados, em certos momentos, pela internet de telefonia móvel, 3G e 4G. Assim, os vídeos editados em caráter urgente dão fôlego para as novas movimentações que vem a seguir.



Figura 01: Transmissão em tempo real feita por colaboradores da Mídia Ninja.

Fonte: captura de tela.

Além do compartilhamento de conteúdos audiovisuais on-line, o fenômeno de convergência ocorre durante bate-papo desencadeado via *streaming* na rede social. Esta é mais uma forma de interatividade e multiaplicabilidade da tecnologia digital como fomentadora da democracia (SILVA, 2014). As *tags* redirecionam os internautas para a página de transmissão, recurso utilizado nos sistemas de buscas das redes.

Os primeiros ao vivo do dia partiram de colaboradores na chamada “#AoVivo – Ato em memória da guerreira Marielle Franco na tenda Povo Sem Medo, durante o Fórum Social Mundial em Salvador”. O *framing* utilizado no primeiro *streaming* acompanha passivamente os discursos de ordem política do evento sobre Marielle, enquanto surge

um choro abafado por trás da câmera. A seleção (pauta) não se resume a homenagear a ativista, mas também a reivindicar visibilidade para as minorias e manutenção da luta por seus direitos. É neste formato que se insere a resistência contra-hegemônica (GÓES, 2007).

O ato se transforma em jornada com o nome “Marcha #Mariellepresente direto do Fórum Social Mundial”. A autora das imagens se propôs a contextualizar os fatos para quem acabava de chegar, semelhante à programação do Radiojornalismo, mecanismo que revela o imediatismo das imagens. Os enquadramentos são preservados, enquanto discursos são proferidos por quem faz parte do movimento e se aglutina a ele.

Os 11 vídeos editados duram, em média, dois minutos e transmitem, de maneira poética, mensagens sobre e para Marielle. Em alguns, nota-se a presença de vinheta, indicando que aquela edição pertence à Mídia Ninja. A captação de imagens, formação e montagem de conteúdo, etc., são realizadas por voluntários e o financiamento da mídia ocorre por doações. Na descrição ou legenda do produto midiático, percebe-se o destaque para a voz daqueles que constituem o movimento, personalizando-o. O uso de *frames* e sons capturados ao longo do dia, ressignificam e entoam a mensagem que a mídia ativista se preocupa em repercutir.

As colaborações de produtos audiovisuais são selecionadas por meio de filtros para compartilhamento gerenciados pela administração da página. Vídeos sem cortes, embora gravados em ambientes pouco iluminados com o auxílio dos dispositivos móveis entram no círculo de publicações, por conterem material de manifesto social, da Mídia-Multidão e movimento de rua. Como afirma Bentes (2014), há alguns parâmetros expressos na tipologia de produção e veiculação do audiovisual. Dentre eles, a autora destaca o estado de atenção e urgência e a importância das vozes e ruídos.

A imersão do telespectador nas ruas pode ser comparada a um animal à espreita, de sentidos aguçados, a contemplar o acontecimento. Os dispositivos móveis empunhados pelos emissores das informações adquirem a forma de “animais paranoides, uma câmera-dispositivo-corpo em fuga, em devir e deriva” (BENTES, 2014, p.335). Assim, as imagens captadas pelos midiáticos interagem com a audiência ao despertar múltiplas sensações na percepção das vozes, ruídos e movimentos de câmera.



Figura 02: Vídeo editado pela Mídia Ninja com legenda de grito oriundo dos manifestos pró-Marielle.

Fonte: captura de tela.

#### 4 | DISCUSSÕES SOBRE O TEOR JORNALÍSTICO DA MÍDIA ALTERNATIVA

No site oficial da Mídia Ninja, o Narrativas Independentes Jornalismo em Ação se declara partidário das causas sociais e não esconde sua inclinação política, como a editoria de um jornal ou programa famoso dos meios de comunicação hegemônicos o fazem, embora em muitos casos não literalmente.

Becker (2013) aponta que a produção colaborativa audiovisual, sobretudo a apresentada pela midiativista, configura relatos plurais dos acontecimentos em relação ao modelo empregado na grande mídia. A quantidade de ferramentas e tecnologias digitais disponíveis não são suficientes para garantir a qualidade do material veiculado. Dessa forma, a apropriação dos modelos empregados pela web e aplicativos chegam de forma incipiente aos jornais televisivos. As programações da TV aberta começam a passar por um período de adaptação para as telas dos smartphones e é cada vez mais forte a presença do jornalismo colaborativo nesses tipos de mídia. Porém há de se ter certa cautela.

Para Deuze (2013), a televisão ainda ocupa lugar estratégico na construção da realidade cotidiana e assuntos como a ruptura cultural e a democratização, por meio das transmissões por dispositivos móveis na rede, ainda são questões complexas. É reconhecida a facilidade com a qual as informações são disseminadas, porém esta não é a garantia de que o mesmo tratamento imparcial do mundo *off-line* seja dado no mundo *on-line*. “O mundo *on-line* é cheio de protocolos que também controlam a produção de informação e mediações na rede, que por sua vez produzem diversidade cultural e singularidades tanto quanto aliança e tradicionalismo” (BECKER; MACHADO, 2014, p. 39).

Já Góes (2007) indica que a produção heterogênea na internet, com a presença de personagens singulares dos movimentos sociais são características que a mídia



alternativa carrega. Porém acreditar que as tecnologias digitais trouxeram uma nova era para superar a hegemonia é um mito.

## 5 | CONCLUSÕES

Com efeito, a Mídia Ninja na plataforma *Facebook* movimenta mais de dois milhões de pessoas. A produção audiovisual na rede é a força motriz da circulação e recirculação de conteúdo, que conta com a participação voluntária de milhares de pessoas no Brasil e em alguns países da América Latina e Europa. Outros serviços como a fotografia e confecção de memes são pontuados na página.

O midiativismo encontrado na internet, segundo Góes (2007), anda de mãos dadas com movimentos contra-hegemônicos capazes de mudar certas estruturas sociais do meio. Foi neste contexto que ocorreu a elaboração do presente artigo com o estudo de caso do Narrativas Independentes Jornalismo em Ação e análise da produção audiovisual com dispositivos móveis desdobrada após o assassinato da vereadora e ativista Marielle Franco.

Pode-se perceber que a seleção (de pauta) e *framing* (enquadramento), empregados na rotina de produção de conteúdo audiovisual estavam voltados para os personagens que compunham os movimentos de rua do dia 15 de março de 2018. A maioria dos vídeos produzidos no canal de transmissões *live streaming*, contabilizadas em 24 dos 35 vídeos analisados. Destes, 11 foram editados pela Mídia Ninja ou cedidos por colaboradores. Para efeito de localização, as legendas vinham acompanhadas das *tags*: #MariellePresente e #AoVivo.

Bentes (2014) destaca o arquétipo audiovisual empregado pelos midialivristas como próximo ao cinema, que se utiliza de elementos sonoros e movimentos de câmera que denotam ação, estados de alerta, percepção do território e sensibilizam o espectador como se este participasse fisicamente do manifesto ou outro ato de cobertura no ao vivo. As transmissões podem ser localizadas pelas *tags*, característica que só o meio digital tem acesso. Com elas é possível encontrar, por meio dos mecanismos de busca das redes sociais, conteúdos afins.

A mídia alternativa aqui estudada se autodeclara partidária a movimentos sociais e ideologias, fato que traz questionamentos quanto ao teor jornalístico empregado na produção. Entretanto, Becker e Machado (2014) apontam a importância histórica de registro e heterogeneidade das vozes representadas na web. Os meios hegemônicos de comunicação, aos poucos começam a se utilizar das ferramentas digitais e do jornalismo colaborativo para confecção do material noticioso, além de alcançar outras plataformas além da TV, como é o caso da adaptação das programações jornalísticas aos aplicativos para *smartphones*.

A produção audiovisual do caso Marielle na Mídia Ninja repercutiu o seio dos movimentos sociais desencadeados em seis estados brasileiros, dando visibilidade

e autonomia às múltiplas vozes que compõem as manifestações em prol dos direitos humanos e ainda ecoam nos conteúdos contra-hegemônicos.

## REFERÊNCIAS

ATTON, Chris. **Approaching Alternative Media: Theory and Methodology**. Scotland: Napier University, 2001.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. In: CANAVILHAS, J. (Org). Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis. Covilhã, PT: Livros LabCOM, 2013. p. 33-54.

BECKER, B. **A linguagem do Telejornal: um Estudo da Cobertura dos 500 Anos do Descobrimento do Brasil**. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

BECKER, Beatriz; MACHADO, Monica. “Brasil entre as telas e as ruas: Produção e consumo das narrativas jornalísticas audiovisuais sobre os protestos nacionais de junho de 2013”. In.: *Discursos fotográficos*. Londrina: UEL, v.10, n.17, p.39-60, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/download/19604/15720>>. Acesso em 10 jun. 2018.

BECKER, Maria Lúcia. Convergente por formação: o novo paradigma e os desafios para as futuras gerações profissionais e os cursos de jornalismo. Âncora: Revista Latino-americana de Jornalismo. Ano 3, vol.3, n.1. João Pessoa: jan-jun/2016, p.100-124.

BENTES, Ivana. **Estéticas Insurgentes e Mídia-Multidão**. In: Revista, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p.330-343, maio 2014. Disponível em:< <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3552/3049>>. Acesso em 13 jun. 2018.

BITTENCOURT, Maria Clara de Aquino; PUHL, Paula Regina. As apropriações midiáticas e atores sociais na cobertura convergente das manifestações pela TV Folha. In: PORCELLO, F. et. Al. #telejornalismo: nas ruas e nas telas. Editora Insular, Florianópolis, 2013, p. 65-86.

CABALLERO, Francisco Sierra. **Cidadania, comunicação e ciberdemocracia: uma leitura crítica da comunicação e o desenvolvimento social**. In: SOARES, Murilo César et al (Orgs.). **Mídia e cidadania: conexões emergentes**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012, pp.37-54.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

DEUZE, M. Viver como um Zumbi na Mídia (É o único meio de sobreviver). **Matrizes**, São Paulo: USP, v. 7, n. 2, 2013. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/478>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

DOURADO, Jacqueline Lima; LOPES, Denise Maria Moura da Siva; MARQUES, Renan da Silva. **Do pacato cidadão, da voz rouca das ruas aos gritos dos incluídos**. In: SAID, Gustavo Fortes; DOURADO, Jacqueline Lima. **O delírio é um desejo**. Teresina: EDUFPI, 2014, pp.49-53.

GÓES, L.T. **Contra-hegemonia e Internet: Gramsci e a Mídia Alternativa dos Movimentos Sociais na Web**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste –Salvador – BA, 2007.

GOMES, D.B. AS FONTES ALTERNATIVAS NO WEBJORNALISMO: um estudo comparativo entre as publicações on-line dos Jornalistas Livres e da Folha de S. Paulo. Monografia apresentada à Universidade Federal do Piauí, Teresina-PI, 2017.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online: apontamentos para debate**. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf)>. Acesso em: 02 jun. 2018.

LUCHESSI, Lila. **Nuevas rutinas, diferente calidad**. In: IRIGARAY, Fernando; LOVATO, Anahí (eds.). **Producciones transmedia de no ficción: Análisis, experiencias y tecnologías**. Rosario: UNR Editora, 2015, p.12-25.

MISSAU, Lucas Durr. **Periodismo en dispositivos móviles: una contribución para la movilidad urbana por medio del paradigma de la religancia**. In: IRIGARAY, Fernando; LOVATO, Anahí (eds.). **Producciones transmedia de no ficción: Análisis, experiencias y tecnologías**. Rosario: UNR Editora, 2015, p.91-102.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis: Vozes, 2004.

REGO, Alita Villas Boas de Sá. **Transformações nas práticas narrativas audiovisuais na era pós-mídia**. **Comunicação & Inovação**, PPGCOM/USCS. V. 17, n. 33. São Caetano do Sul, jan-abr 2016, p.66-78.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. 2013.

TRÄSEL, Marcelo. **“Não existe mais informação exclusiva”**, diz Marcelo Träsel. 2010. Disponível em: <<https://webmanario.com/2010/01/11/nao-existe-mais-informacao-exclusiva-diz-marcelo-trasel>> Acesso em: 13 jun. 2018 (sem numeração).

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-204-3



9 788572 472043