

As Ciências Sociais Aplicadas e a Interface com vários Saberes 2



Atena
Editora
Ano 2020

**Wendell Luiz Linhares
(Organizador)**

As Ciências Sociais Aplicadas e a Interface com vários Saberes 2



Atena
Editora
Ano 2020

**Wendell Luiz Linhares
(Organizador)**

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Geraldo Alves

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

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

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
 Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
 Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
 Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
 Prof^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
 Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
 Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof^a Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Prof^a Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
 Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Prof^a Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

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

C569 As ciências sociais aplicadas e a interface com vários saberes 2
[recurso eletrônico] / Organizador Wendell Luiz Linhares. – Ponta
Grossa, PR: Atena Editora, 2020.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-979-0

DOI 10.22533/at.ed.790202801

1. Ciências sociais – Pesquisa – Brasil. I. Linhares, Wendell Luiz.

CDD 301

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A presente obra, ao abordar as diferentes interfaces das Ciências Sociais Aplicadas, reforça uma de suas características, a qual, cada vez mais vêm ganhando destaque no campo científico, sendo ela, a interdisciplinaridade. Neste sentido, o e-book intitulado “As Ciências Sociais Aplicadas e a Interface com vários Saberes”, configura-se numa obra composta por trinta e um artigos científicos, os quais estão divididos em três eixos temáticos. No primeiro eixo intitulado “Direito, Políticas Públicas, Representações Sociais e Mídia”, é possível encontrar estudos que discutem e apresentam aspectos relacionados tanto ao direito e os procedimentos penais, quanto ao processo de constituição, aplicação e avaliação de Políticas Públicas e a construção de Representações Sociais de sujeitos a partir de veículos midiáticos específicos. No segundo eixo intitulado “Administração, Marketing e Processos”, é possível verificar estudos que discutem diversos elementos que compõem a grande área da administração e como ocorrem determinados processos numa empresa. No terceiro eixo intitulado “Educação, Práticas Pedagógicas e Epistemológicas”, é possível encontrar estudos que abordam de maneira crítica, diferentes práticas pedagógicas e epistemológicas, promovendo assim, uma reflexão histórica e social sobre o tema. O presente e-book reúne autores de diversos locais do Brasil e do exterior, por consequência, de várias áreas do conhecimento, os quais abordam assuntos relevantes, com grande contribuição no fomento da discussão e avanço dos temas supracitados.

Portanto, é com entusiasmo e grande expectativa que desejo a todos uma boa leitura.

Wendell Luiz Linhares

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
(IN)SEGURANÇA JURÍDICA ANIMAL: A NECESSIDADE DE UM PROCEDIMENTO PENAL ESPECIAL PARA OS CRIMES PREVISTOS NOS ARTIGOS 29 E 32 DA LEI DE CRIMES AMBIENTAIS	
Rafael Fernandes Titan	
DOI 10.22533/at.ed.7902028011	
CAPÍTULO 2	12
"ASSÉDIO MORAL" OU LUTA DE CLASSES NO LOCAL DE TRABALHO?	
Iraldo Alberto Alves Matias	
DOI 10.22533/at.ed.7902028012	
CAPÍTULO 3	27
A CAPACITAÇÃO DA BUROCRACIA POLICIAL NO RIO DE JANEIRO E SUA INFLUÊNCIA NO MONOPÓLIO DA VIOLÊNCIA EXERCIDA PELO ESTADO	
Marcio Pereira Basilio	
DOI 10.22533/at.ed.7902028013	
CAPÍTULO 4	49
A INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA E AS POLÍTICAS PÚBLICAS GRELHA DE ANÁLISE:TEORIA GERAL DOS SISTEMAS, NEO-INSTITUCIONALISMO E REDES POLÍTICAS	
Nilza do Rosário Prata Caeiro	
DOI 10.22533/at.ed.7902028014	
CAPÍTULO 5	68
A RELAÇÃO DIALÉTICA ENTRE OS ATORES SOCIAIS (ORGANIZAÇÕES, ESTADO E SOCIEDADE) SOB A ÓTICA DA SOCIOLOGIA ECONÔMICA	
Fábio da Silva	
Sildácio Lima da Costa	
Fábio Paiva de Lima	
Juliana Carvalho de Sousa	
Anita Sara Cavalcante Belmino	
Maria Rejane de Souza	
Paulo Domingos da Silva Matos	
DOI 10.22533/at.ed.7902028015	
CAPÍTULO 6	75
AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO JOVEM NO JORNAL <i>DAQUI</i> : O PERIGO E O ENVOLVIMENTO COM DROGAS	
Gardene Leão de Castro	
DOI 10.22533/at.ed.7902028016	
CAPÍTULO 7	89
AUTORIA COLETIVA E JORNALISMO INDEPENDENTE: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA DO MÍDIA NINJA	
Mateus Antônio Montemezzo	

Angélica Lüersen

DOI 10.22533/at.ed.7902028017

CAPÍTULO 8 108

CURSO DE FORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO DE MULTIPLICADORES EM LOCOMOÇÃO E MOBILIDADE URBANA DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

André Machado Barbosa

Marco Antônio Serra Viegas

DOI 10.22533/at.ed.7902028018

CAPÍTULO 9 115

DETECÇÃO DE MELHORIAS TECNOLÓGICAS NA PRODUÇÃO DE OVOS NO BRASIL: UMA ANÁLISE DE AGLOMERADOS DE SÉRIES TEMPORAIS

Ana Paula Amazonas Soares

Maria Eduarda da Rocha Pinto Augusto da Silva

Eliane Aparecida Pereira de Abreu

Tales Wanderley Vital

DOI 10.22533/at.ed.7902028019

CAPÍTULO 10 130

INADEQUAÇÃO DA POLÍTICA SETORIAL DE ÁGUA E ESGOTO PARA FAVELAS DO RIO DE JANEIRO

Mauro Kleiman

DOI 10.22533/at.ed.79020280110

CAPÍTULO 11 142

MIGRAÇÃO E DESTERRITORIALIZAÇÃO: SOCIABILIDADE AFETADA E EXCLUSÃO SOCIAL DA FORÇA DE TRABALHO MIGRANTE EM PARAUAPEBAS-PA

Raimundo Miguel dos Reis Pereira

DOI 10.22533/at.ed.79020280111

CAPÍTULO 12 158

FORECASTING SMALL POPULATION MONTHLY FERTILITY AND MORTALITY DATA WITH SEASONAL TIME SERIES METHODS

Jorge Miguel Ventura Bravo

Edviges Isabel Felizardo Coelho

DOI 10.22533/at.ed.79020280112

CAPÍTULO 13 177

A EDUCAÇÃO MONTESSORIANA NA PERSPECTIVA ARQUITETÔNICA

Paula Scherer

Mariela Camargo Masutti

DOI 10.22533/at.ed.79020280113

CAPÍTULO 14 187

A IMPORTÂNCIA DA ARQUITETURA NA PEDAGOGIA DE REGGIO EMILIA E SEUS IMPACTOS EDUCACIONAIS

Paula Scherer

Liamara Pasinatto

DOI 10.22533/at.ed.79020280114

CAPÍTULO 15	200
A INTERDISCIPLINARIDADE NA PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU BRASILEIRA - ANÁLISE DAS FICHAS DE AVALIAÇÃO DA QUADRIENAL 2017	
Adilene Gonçalves Quaresma	
DOI 10.22533/at.ed.79020280115	
CAPÍTULO 16	221
A PROPOSTA DOS AULÕES AOS JOVENS QUE CUMPREM MEDIDA SOCIOEDUCATIVA	
Cacau Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.79020280116	
CAPÍTULO 17	230
EDUCAÇÃO ECOSSOCIALISTA: EPISTEMOLOGIA E PRÁTICA ECOLÓGICA	
Marcelo Santos Marques Aécio Alves de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.79020280117	
CAPÍTULO 18	242
EU TENHO MEDO DE PROFESSOR...	
Flávio Vieira de Melo Cristiane Aparecida Madureira	
DOI 10.22533/at.ed.79020280118	
CAPÍTULO 19	252
FORMAÇÃO E ATUAÇÃO PROFISSIONAL NAS ÁREAS STEM NO BRASIL: AINDA TEMOS POUCO?	
Patricia Bonini Gabriel Akira Andrade Okawati Carolina Fernandes Custódio Fernanda da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.79020280119	
CAPÍTULO 20	264
PROJETO POLÍTICO-PEDAGÓGICO E DIREITOS HUMANOS: UMA NECESSÁRIA CONSONÂNCIA	
Rogério Félix de Menezes	
DOI 10.22533/at.ed.79020280120	
CAPÍTULO 21	278
UM ESTUDO SOBRE A OFERTA DO CURSO TÉCNICO DE NÍVEL MÉDIO SUBSEQUENTE EM PESCA DO INSTITUTO FEDERAL DO CEARÁ, CAMPUS ACARAÚ	
Juliane Vargas	
DOI 10.22533/at.ed.79020280121	
SOBRE O ORGANIZADOR	287
ÍNDICE REMISSIVO	288

AUTORIA COLETIVA E JORNALISMO INDEPENDENTE: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA DO MÍDIA NINJA

Data de aceite: 20/01/2020

Data de submissão: 04/11/2019

Mateus Antônio Montemezzo

Universidade Comunitária da Região de Chapecó
Chapecó – Santa Catarina
<http://lattes.cnpq.br/5045358686259167>

Angélica Lüersen

Universidade Comunitária da Região de Chapecó
Chapecó – Santa Catarina
<http://lattes.cnpq.br/9639251553241139>

RESUMO: O avanço da tecnologia contribui para a construção de um novo cenário na comunicação global. O resultado desse fenômeno é o surgimento de uma mídia convergente, capaz de integrar os fluxos de produção, edição e distribuição de conteúdo. Nesse contexto, surgiu o coletivo fotográfico Mídia Ninja, que ganhou forte repercussão com a cobertura fotográfica e as transmissões em tempo real das Manifestações de 2013 no Brasil. Na pesquisa, vamos discutir o conceito de autoria e a creditação coletiva de fotografias. Através de um *corpus* específico, analisamos os critérios de noticiabilidade presentes nas fotografias publicadas no site do Mídia Ninja e verificamos como se relacionam aos conceitos de jornalismo alternativo e independente.

PALAVRAS-CHAVE: Fotografia, Mídia Ninja; jornalismo independente; comunicação

alternativa; coletivos fotográficos.

COLLECTIVE AUTHORSHIP AND INDEPENDENT JOURNALISM: AN ANALYSIS OF THE PHOTOGRAPHIC PRODUCTION OF MÍDIA NINJA

ABSTRACT: The development of global communication depends on contributions of new technologies. Resulting from this increase, the convergent media integrate the production, edition and distributions of matters. The Mídia Ninja collective of photographers arises in this context. It gains power and great repercussion with the photographic coverage and the real-time transmissions on 2013's manifestations in Brazil. Based on that case, this investigation is about an analysis of the authorship concept and the photography collective credits. We analysed a specific *corpus* based on criteria of noticeability about the published photographs on Mídia Ninja's site. Finally, we verify how it is related to the concept of alternative and independent journalism.

KEYWORDS: Photography, Mídia Ninja, independent journalism, alternative communication, photographers collective.

1 | INTRODUÇÃO

As novas redes de comunicação online possibilitam que os cidadãos possam produzir e difundir informações mediante acesso às ferramentas e instrumentos de fácil utilização, como é o caso de dispositivos móveis, por exemplo. Isso significa que a comunicação de fatos e a produção de conteúdo noticioso - que antes ficava restrita a instituições - agora se colocam de maneira mais aberta e participativa. Coletivos e jornalistas independentes, em alternativa à imprensa tradicional, exploram as características e a linguagem da internet, apostando na lógica colaborativa para construção e transmissão de conteúdo.

Nesta perspectiva, surge o coletivo Mídia Ninja que se tornou conhecido internacionalmente após a cobertura das manifestações brasileiras que ocorreram em junho de 2013. Ninja é uma sigla que significa Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação. As transmissões do Mídia Ninja são em fluxo de vídeo em tempo real, pela internet, usando câmeras de celulares e uma unidade móvel. Faz uso das redes sociais, especialmente o facebook e o site, na divulgação das notícias. Conta com colaboradores que se dedicam exclusivamente à produção de conteúdo para o Mídia Ninja e, ainda, de centenas de pessoas que são colaboradores eventuais, enviando fotos, informações e vídeos.

É importante ressaltar que a fotografia é parte importante das publicações midiáticas da atualidade. Mas há aqui um novo elemento, visto que no Mídia Ninja a produção descentralizada é assinada apenas como coletivo. Neste aspecto dois pontos são centrais para a discussão, ou seja, a noção de autoria e a discussão de coletivos fotográficos.

Com a proposta de analisar a produção fotográfica de um *corpus* específico, verificamos os critérios de noticiabilidade presente nas fotografias publicadas no site do Mídia Ninja. Ao utilizarmos a metodologia empregada por Jorge Pedro Sousa, analisamos com maior atenção a aproximação do Mídia Ninja aos conceitos de jornalismo alternativo e independente. Também aprofundamos a discussão ao analisar as pautas abordadas pelo coletivo no que diz respeito à valorização da cidadania.

2 | JORNALISMO ALTERNATIVO À IMPRENSA TRADICIONAL

O jornalismo tradicional é formado por veículos de comunicação privados e atende aos interesses financeiros, políticos e econômicos de seus investidores e proprietários. A visão permanente do lucro e do poder, resulta no comprometimento do conteúdo jornalístico, pois a notícia torna-se o principal produto de renda para essa empresa de comunicação. A comunicação mundial é marcada por uma concentração

dos meios de comunicação, resultando na centralização do poder midiático entre grupos de empresários e elitistas. O acesso à informação auxilia na construção de uma sociedade mais democrática e é um direito imprescindível de todos os cidadãos. Segundo a Constituição Federal do Brasil, artigo 5º, inciso XIV, “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”.

Em contrapartida aos interesses privados e capitalistas da imprensa tradicional e a construção de notícias como produto, alguns grupos da sociedade manifestam seus interesses e realizam suas críticas à hegemonia capitalista através da prática do jornalismo independente. O conceito que está vinculado ao termo ainda está em construção, mas podemos aproximá-lo ao conceito de jornalismo alternativo, trazido pela autora Raquel Paiva (1998).

O jornalismo alternativo preenche uma lacuna deixada pela velha mídia tradicional. Peruzzo (2004, p. 300) aponta que “os grandes veículos de comunicação são importantes, mas não permitem dar vazão a todas as necessidades, não lhes sendo até mesmo possível tratar, por exemplo, das questões que dizem respeito bem de perto à vida das pessoas, no local de moradia, de trabalho, de estudo e de recreação”.

O jornalismo alternativo nasceu para contrapor os interesses dos grandes monopólios midiáticos e relata acontecimentos que geralmente não ganham espaço na imprensa tradicional, ou quando aparecem, muitas vezes, é de forma estereotipada. Segundo Kucinski (2003, p. 6), “a imprensa alternativa surgiu da articulação de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade”. No Brasil, assumiu posição contrária ao Regime Militar. O próprio Kucinski (2003, p. 5) traçou um panorama do jornalismo alternativo da época, segundo o autor, “durante os quinze anos de ditadura militar no Brasil, entre 1964 e 1980, nasceram e morreram 150 periódicos que tinham como traço comum a oposição intransigente ao regime militar”. Ainda segundo Kucinski, a relação desses periódicos era de contraposição às ideias geradas pela grande imprensa, já que “os jornais alternativos cobravam com veemência a restauração da democracia e do respeito aos direitos humanos e faziam crítica ao modelo econômico” (2003, p. 5).

Essa concepção de Kucinski se aproxima da definição de Peruzzo (2004, p. 156) sobre a participação da população na comunicação, onde, em geral, a comunicação popular possui um conteúdo essencialmente crítico. Na relação com a ditadura militar, a imprensa alternativa daquele período, sugere uma nova maneira de enxergar o real. Segundo Peruzzo (2004, p. 156), “tanto em nível de denúncia descritiva quanto de interpretação ou de opinião, a comunicação popular levanta

reivindicações, apelando à organização e à mobilização popular, apontando para a necessidade de mudanças”.

Num contexto de geração de conteúdo independente, o Mídia Ninja (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), surgiu oficialmente no ano de 2011. Em entrevista¹ ao programa Roda Viva, em 05 de agosto de 2013, o jornalista Bruno Turra e o produtor cultural Pablo Capilé (idealizadores do Mídia Ninja), elencaram algumas dificuldades das coberturas promovidas pelo grupo. Dentre elas, está a cobertura de gastos com viagens, hotéis, alimentação e a manutenção e aquisição de equipamentos de qualidade. Na mesma entrevista, Capilé explicou a fonte da verba que financia os custos dos trabalhos da Mídia Ninja. Uma pequena porcentagem, “entre 4% e 5%” provém de editais públicos em que o grupo se encaixa. A maioria dos recursos arrecadados é oriunda de doações realizadas por leitores e simpatizantes. A alternativa cogitada no ano de 2013, durante a entrevista, é o financiamento coletivo na internet, através do *crowdfunding*. A arrecadação comunitária e espontânea afasta as relações dos colaboradores do jornalismo independente com a classe elitista, tornando-se independente dos interesses de grandes corporações e grupos políticos. Essa relação próxima entre patrocinadores e anunciantes com o conteúdo produzido é percebido com frequência nos veículos de comunicação tradicionais. Segundo Erthal (2014, p. 10), “para os fundadores do Mídia Ninja, o mais importante é continuar atuando, levando a verdade de forma instantânea e simultânea pelas redes por meio de colaboradores voluntários, e permanecer distante de interesses políticos e econômicos.” (ERTHAL, 2014, p. 10).

A área de divulgação do conteúdo do Mídia Ninja e as ferramentas tecnológicas de captação de imagens e coleta de material facilita o processo da construção independente. A rapidez e instantaneidade de publicar informações e expor um olhar diferente daquele proposto pela mídia tradicional é uma das vantagens da interação na internet. Os cidadãos possuem acesso fácil a um dispositivo móvel com câmera e estão manuseando em todos os lugares. Não é apenas o jornalista que filma, relata e testemunha. E justamente essa facilidade para testemunhar, captar e publicar o acontecimento abre possibilidade para novos olhares, aquém daquele conteúdo publicado pela imprensa tradicional. Palácio e Munhoz reforçam essa concepção ao afirmarem que “o jornalismo cidadão abre uma nova e dinâmica fonte de informação. A grande mídia, ao mesmo tempo em que busca preservar seus espaços de funcionamento e hegemonia, vê-se forçada a estabelecer simbioses com os novos circuitos de informação” (MUNHOZ e PALÁCIO, 2007, p. 16).

Portanto, é o jornalismo alternativo e independente das grandes redes monopolistas, que possui a função de contrapor uma corrente hegemônica da

1 Entrevista exibida em 05 de agosto de 2013. Disponível na página do programa Roda Viva no YouTube em: <<https://www.youtube.com/watch?v=t1AA-ZUdL7o>>. Acesso em 17 de fevereiro de 2016.

comunicação e mostrar caminhos diferentes daqueles seguidos pela velha mídia tradicional.

3 | MÍDIA NINJA: HISTÓRIA, ENGAJAMENTO SOCIAL E RELAÇÕES COM A INTERNET

O Mídia Ninja é um coletivo jornalístico que surgiu a partir do Circuito Fora do Eixo, uma rede de coletivos culturais surgida em 2005. Segundo Erthal (2014, p. 08), o “Mídia Ninja formou-se em 2011 e sua atuação é conhecida pelo ativismo sociopolítico, sendo uma alternativa à imprensa tradicional,” ganhando notoriedade durante a cobertura dos protestos e passeatas que aconteceram no primeiro semestre de 2013 em todas as regiões do Brasil.

[...] foi na cobertura das manifestações populares em 2013 que o Mídia Ninja e sua tática de privilegiar conteúdo de forma mais próxima à origem dos fatos e das fontes alcançou notoriedade em todo o País, divulgando o que ficou fora da pauta das reportagens da grande imprensa, a mídia tradicional. (ERTHAL, 2014, p.08)

A produção de conteúdo do Mídia Ninja apresenta uma estrutura baseada na participação popular e conta com colaboradores espalhados por diversas cidades e regiões do país. A internet é a única plataforma de distribuição desse conteúdo. O Mídia Ninja está presente oficialmente com contas no Twitter e no Tumblr, uma Fanpage no Facebook e um site de notícias. Assim como parte da produção fotográfica, muita das coberturas em tempo real dos eventos, disponibilizada na internet, é realizada através de dispositivos móveis.

Adquiriram notoriedade nacional e internacional nas transmissões das manifestações de 2013, mostrando policiais ateando fogo na própria viatura, ou a prisão de um suposto acusado de portar explosivos. Apesar da baixa qualidade dos vídeos transmitidos, sua reputação superou a das mídias tradicionais, pois a Mídia Ninja ‘transmitia a verdade’, isenta de interesses políticos ou financeiros. (ERTHAL, 2014, p. 04)

Essa proximidade do Mídia Ninja com a internet auxilia para que a questão participativa evidencie as lutas sociopolíticas do coletivo. De acordo com Peruzzo (2004, p. 115), a comunicação popular possui como uma de suas características essenciais, a questão participativa voltada para a mudança social. No site oficial do Mídia Ninja, encontra-se o objetivo do coletivo. “O NINJA busca evidenciar [...] aquilo que o FdE (Fora do Eixo) já havia demonstrado no campo cultural: os velhos intermediários não têm condições de enxergar o novo.”

3.1 A edição de imagens do jornalismo

Nota-se que na veiculação do conteúdo produzido pela Mídia Ninja e incluído, tanto nas redes sociais quanto em seu site oficial, a utilização de fotografias é bastante recorrente. No site, as fotografias ganham um lugar de destaque no *layout*, aparecendo na grande maioria das reportagens. Isso também é um reflexo da cobertura realizada pelo Mídia Ninja na cobertura das passeatas de 2013. A cobertura acentuada do coletivo naquela oportunidade ofereceu destaque às fotografias realizadas pelos seus membros.

Analisando as fotografias do coletivo, percebe-se que as imagens do Mídia Ninja são editadas, em sua maioria, com a utilização da ferramenta de *contraste acentuado*. Para Vilches o “contraste é uma força que movimento o estático, estimula e atrai a atenção do leitor para romper a inércia de ver sem olhar a preguiça mental” (1997, p. 29). Ele completa a ideia de que a o contraste dá “vida” à fotografia. “O princípio do contraste se manifesta já na discriminação dos *claroscuros* que o leitor percebe quando se acha a uma certa distância do objeto sem poder distinguir com nitidez a forma exata do fundo.” (VILCHES, 1997, p. 29).

O carregamento da edição nas imagens é perceptível e evidencia o olhar autoral do fotojornalista e, neste caso, do coletivo. Vilches conclui que “graças ao contraste, podemos nos apropriar das chaves ou os códigos da informação que recebemos, armazenando e classificando os dados dispersos.” (1997, p. 29). As fotografias do Mídia Ninja possuem uma edição evidente, que nem sempre é presente nos trabalhos de outros coletivos ou fotógrafos. Com isso, podemos perceber com mais facilidade a mensagem que o coletivo quer repassar.

4 | A FOTOGRAFIA NO CONTEXTO DO JORNALISMO

Segundo Maya (2008, p. 06) “a imagem fotográfica surgiu no século XIX, num período de desenvolvimento tecnológico em que novas fontes de energia e grandes indústrias abasteceram a sociedade [...]”. O processo de evolução da fotografia passou pelo metal, papel, vidro e acetato (filme fotográfico). Atualmente, a fotografia digital nos possibilita a rápida difusão de sua prática através dos aparelhos móveis.

No início do século XX, as imagens fotográficas começaram a ser inseridas na prática jornalística. Durante décadas, a fotografia serviu para ilustrar os fatos, mas hoje possui uma força e destaque na prática do jornalismo. Segundo Oliveira (2009, p. 60), a fotografia começou a ser utilizada pelos jornais diários no ano de 1904, e desde daquela época, tornou-se uma ferramenta indispensável para a prática da profissão. Para Avancini (2011, p. 61), as imagens a serviço do jornalismo são também, em si, textos. Elas captam um momento único e permitem diversas interpretações.

Complementar a essa ideia, Oliveira (2009, p. 63) diz que a fotografia nos ensina um código visual, transformado e ampliado de acordo com nossos conceitos culturais de observação.

Avancini (2011, p. 61) também expõe a ideia de que o fotojornalista pode utilizar as imagens para contar histórias. Deve ser criterioso para sensibilizar o público e complementar as informações do texto escrito. Embora seja suscetível de alterações realizadas através de uma edição e capte apenas um momento isolado de um acontecimento, ela oferece ao leitor uma percepção maior de credibilidade.

O ângulo, a cor, o enquadramento, o ponto de vista, a seleção da cena, o foco, os personagens: são diversos os fatores que influenciam o resultado final de uma fotografia e criam um discurso visual. A fotografia se tornou essencialmente importante e indispensável para a prática jornalística pela sua condição de mostrar ao leitor um momento que ele não presenciou. Em “A Câmara Clara” Barthes (1984, p. 139) diz que a “embora fugaz, a fotografia é um testemunho seguro”. Evidentemente, o fotógrafo realiza um recorte de uma cena. Dentre a sua cultura, seu ponto de vista sobre determinados assuntos, ele não deixa de expor a sua opinião quando fotografa. Esse recorte da realidade produz um discurso baseado nas experiências vividas e o conhecimento adquirido pelo jornalista/fotógrafo.

Dentro dessa perspectiva, Peruzzolo (2008, p. 65) complementa essa concepção. Para ele, “a fotografia jornalística raramente é uma imagem pura. De um modo geral, ela vem densamente marcada por elementos culturais e experiências pessoais”. Mesmo assim, a fotografia oferece ao leitor uma credibilidade maior que o texto, já que possui o recurso visual dos fatos, e ao longo tempo tornou-se uma ferramenta essencial na prática jornalística.

5 | O CENÁRIO ATUAL DO JORNALISMO: A CONVERGÊNCIA MUDIÁTICA

O desenvolvimento de novas tecnologias, principalmente após a invenção do computador, alterou consideravelmente as características e o modo de vida das pessoas. No jornalismo, não poderia ser diferente. A partir do século XIX, a tecnologia aprimorou os diferentes procedimentos da produção jornalística. As máquinas de escrever, nas redações, aos poucos foram trocadas por computadores. As fotografias, que antes precisavam ser reveladas, ganharam uma versão digital, muito mais rápida de manusear e com possibilidades de editoração. Essa evolução permitiu que a circulação de notícias ganhasse velocidade e superasse as barreiras geográficas.

A partir da década de 1990, a web ganhou força e o digital passou a ser a matéria predominante. Mas é nos anos 2000, que ela vai originar diversos estudos

acadêmicos que tem sistematizado uma teoria da convergência jornalística. É nesta época que acontece o fenômeno da popularização de telefones-celulares, que influenciou a produção de notícias e a sua forma de distribuição. Textos, áudios, fotos, vídeos, infográficos, *slide shows*, são criados, editados e distribuídos por empresas jornalísticas.

As tecnologias digitais cabem na palma da mão: os tablets e smartphones são uma fábrica de *downloads* de aplicativos. Segundo Barichello, Dutra e Rublescki (2013, p. 127), o jornalismo cada vez mais se alimenta de plataformas móveis, tanto para a produção, quanto para a difusão de conteúdo digital. Essa tendência está sendo chamada de jornalismo móvel e se caracteriza pelo uso de dispositivos portáteis digitais como celulares, smartphones, tablets, notebooks, câmeras e gravadores digitais, aliados a conexões sem fio.

Barbosa (2013, p. 33) ainda complementa que o cenário atual é de atuação conjunta, integrada, entre os meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição, e distribuição dos conteúdos. Ainda segundo Barbosa, (2013, p. 33) as mídias móveis, especialmente *smartphones* e *tablets*, são os novos agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas.

As novas ferramentas disponíveis no mercado no ramo jornalístico alteram o modo do trabalho do jornalista no cotidiano. Segundo Barichello, Dutra e Rublescki (2013, p. 129), os conglomerados midiáticos, permitem ao repórter trabalhar a distância, desde que com acesso remoto à internet, fazendo o *upload* em tempo real do material produzido (textos, áudio, vídeos, fotos) para postagem em um blog, em um site jornalístico ou para uma edição impressa.

Essa realidade de convergência midiática está presente no trabalho realizado pelo Mídia Ninja. O coletivo utiliza dispositivos móveis e quando não possui conexão com a internet em seu aparelho, captura o sinal *wi-fi* público ou de estabelecimentos comerciais. Esse material recolhido, quando não é reproduzido instantaneamente, é aberto ao público através de seu blog ou em uma de suas contas nas redes sociais. O trabalho produzido pela Mídia Ninja é totalmente exclusivo para a difusão através da internet.

5.1 O Jornalismo Colaborativo da Mídia Ninja

O cenário do jornalismo atual é de mudanças. De acordo com Renó (2013, p. 57), necessitamos mudar linguagens, pois agora são outros conteúdos, por outros meios, e para outros públicos, que conquistaram o status de coautor, de participante. É neste cenário, de participação de coautores, de participantes voluntários, de

convergência midiática, que é desenvolvido o trabalho da Mídia Ninja.

Complementar à ideia de Renó, Queiroga explica que “os coletivos fotográficos contemporâneos surgem em um cenário fortemente influenciado pela cultura da convergência” (2012, p. 51). As transformações nesse período são capazes de afetar diretamente as nossas interações e nosso comportamento. Para Queiroga nesse cenário de convergência “as transformações nas relações com os meios de comunicação afetam não apenas essas relações mais diretas, mas nossa maneira de interação social, de organização produtiva e de ligações internas e externas” (2012, p. 51).

A inteligência coletiva é capaz de juntar conhecimentos e realizar associações, já que seus objetivos estão em prol de uma causa. Ela é capaz de tirar proveito das melhores qualidades e técnicas de diferentes indivíduos, fortalecendo o trabalho a ser realizado e abordando pontos de vista que o trabalho individual muitas vezes não consegue alcançar. Queiroga reforça esse ponto. “A cultura da atualidade, permeada pela interatividade e digitalização, é um ambiente propício para o desenvolvimento de inteligências e formas de produção coletivas” (QUEIROGA, 2012, p. 88).

Podemos constatar esse fortalecimento do trabalho coletivo no mecanismo de produção de conteúdo do coletivo Mídia Ninja. Os seus colaboradores se dividem em diferentes níveis de envolvimento. Há um núcleo fixo que trabalha em tempo e dedicação integral ao projeto. Outros colaboradores estão próximos a estes e os auxiliam com frequência. Entretanto, o número maior de pessoas do Mídia Ninja são aqueles, segundo Pablo Capilé, em entrevista ao Roda Viva¹, que colaboram “de vez em quando”. Estes enviam fotos, sugerem pautas, emprestam equipamentos e fazem transmissões quando necessário. Muitos destes colaboradores, em especial aqueles que auxiliam na produção ocasionalmente, estão espalhados por dezenas de municípios do país e até fora dele.

A utilização de smartphones, tablets e notebooks, é a principal forma de captação dos contribuintes do Mídia Ninja, que através do potencial dessas tecnologias, realizam a transmissão de eventos em tempo real e permitem publicar fotografias e textos em um tempo muito curto. Segundo Palácios e Munhoz (2007, p. 67):

A fotografia digital popularizada, a difusão da banda larga e a enorme aceitação dos Blogs como forma de produção de conteúdos, estão abrindo novas possibilidades de participação com a imagem ocupando lugar de crescente destaque na consolidação do jornalismo cidadão na Internet (PALÁCIOS e MUNHOZ, p. 67).

Essa facilidade na captação contribui para que parte do material seja produzido por cidadãos de diferentes profissões e qualidades, nem sempre jornalistas ou comunicadores profissionais. Esse engajamento declarado do cidadão na produção e publicação do conteúdo, sendo testemunha de fatos ocorridos, protagonista dos

acontecimentos que relata, agregam ao jornalismo e ao produto fotojornalístico novos valores que questionam a própria noção de objetividade do jornalismo tradicional, permitindo novas discussões sobre o que se entende por credibilidade no fazer jornalístico.

Uma das marcas registradas do Mídia Ninja é a creditação das fotografias produzidas pelos seus colaboradores. Em sua maioria, não possuem a assinatura nominal de quem a fez, mas sim é explicitado como “Mídia Ninja”. Com isso, a percepção do leitor volta-se para o coletivo, valorizando uma causa defendida por um grupo de indivíduos, e não apenas uma só pessoa. Queiroga busca compreender a creditação dessas autorias. Para o autor (QUEIROGA, 2012, p. 41) “o crédito coletivo também é confundido com a falta de crédito”. Essa barreira de compreender a autoria das fotografias como coletiva é uma dificuldade histórica. Segundo Queiroga, (2012, p. 41) “a assinatura em conjunto é apontada como um retrocesso em relação a uma conquista histórica importante da categoria dos jornalistas: a obrigatoriedade dos créditos”.

Essa falta de compreensão se deve principalmente ao processo de obtenção da fotografia, já que o *click* é realizado apenas por uma pessoa. Segundo Queiroga (2012, p. 41) “Se o dispositivo é acionado – e na maioria das vezes operado, regulado, carregado – por um único indivíduo, recai sobre esse sujeito o reconhecimento pelo produto fotográfico”.

Complementando a ideia, Queiroga e Silva (2010, p. 108) afirmam que “o modelo gregário de associação entre fotógrafos, através de uma ação em rede, permite, em tese, além do estabelecimento de vínculos conjunturais por elos de identificação e pertencimento, a troca, ou a construção de uma coletivização do agir em função da informação visual”. Para Queiroga (2012, p. 88) os coletivos fotográficos atuam numa lógica de compartilhamento, “trazendo para dentro de seus processos a permeabilização das fronteiras entre as várias funções desempenhadas pelos seus participantes”. Isso permite concluir que a ação conjunta de fotógrafos reitera uma ideia do coletivo e consolida princípios sociais aos coletivos jornalísticos e fotográficos. Nos próximos pontos, vamos buscar entender quais são os critérios de noticiabilidade presentes nas fotografias publicadas pelo Mídia Ninja e, através disso, compreender aspectos básicos do seu jornalismo colaborativo.

6 | CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DAS FOTOS

As fotografias selecionadas para a análise foram publicadas no site do Mídia Ninja (<https://ninja.oximity.com/>) no período de 1º de janeiro de 2015 a 31 de março de 2015. Este período foi escolhido devido ao alto volume de produções. Destaca-

se que alguns pontos da metodologia empregada por Souza, em seu estudo “*News values* nas “fotos do ano” do World Press Photo: 1956-1996” foram alterados, para melhor compreensão dos dados obtidos nessa pesquisa.

Durante o período de análise, os três primeiros meses de 2015, há 120 publicações feitas no Blog do Mídia Ninja, sendo que a fotografia está presente em 113 destas (94,16%). Entre fotografias assinadas pelo Mídia Ninja, fotografias realizadas por outros autores ou coletivos, fotografias não identificadas e fotografias de autores desconhecidos, somam-se 466 fotografias. Nesse período há 120 publicações, média de 3,88 fotos por publicação, comprovando a constante presença da fotografia como conteúdo do Mídia Ninja.

6.1 Critérios de noticiabilidade no fotojornalismo: um olhar sobre a produção do Mídia Ninja

Um dos paradigmas básicos do fazer jornalístico é entender qual fato pode virar notícia. Qual conteúdo vai para a capa? Qual imagem dialoga com o texto? Um estudo feito por Sousa analisou o valor-notícia das 40 fotos vencedoras do Prêmio da organização *World Press Photo*², entre os anos de 1956 e 1996. O autor parte do pressuposto de que o “fotojornalismo é uma atividade que poderá ser melhor compreendida através do estudo das fotografias premiadas nos concursos nacionais e internacionais” (SOUSA, 1997, p. 05).

Segundo o levantamento feito por Sousa, destacam-se sete critérios de noticiabilidade: *intensidade, momento, proximidade, consequência, oportunidade, conflito e negatividade*. A conclusão de Sousa é que as categorias *tensão e ação*, muitas vezes associadas ao *conflito*, “são os valores-notícias especificamente jornalísticos” (SOUSA, 1997, p. 11). Além destes sete critérios listados, Souza cita outras categorias de menor abrangência, que são *interesse humano, emoção e valor estético*. Estes últimos, não farão parte da análise que é empregada nas fotografias do Mídia Ninja, já que segundo Sousa, também estão ligados à pelo menos um dos sete critérios que utilizaremos.

Para analisarmos as fotografias da Mídia Ninja, utilizaremos a metodologia proposta por Sousa em seu estudo. Segundo o próprio autor (SOUSA, 1997, p. 05) “o World Press Photo é o que reúne mais fotografias, mas também porque é aquele que apresenta mais categorias fotográficas [...] e aquele a que concorrem mais fotógrafos de todo o mundo.” O autor destaca por que o concurso analisado possui maior abrangência:

Outros concursos, como os prêmios Pulitzer ou os prêmios nacionais de fotojornalismo, têm menor importância mundial: não apresentam números tão

2 Organização sem fins lucrativos, fundada em 1955 em Amsterdã, na Holanda. Todos os anos realiza um concurso fotográfico com a participação de fotojornalistas do mundo todo.

elevados de fotografias e fotógrafos a concurso, as categorias fotográficas limitam-se a pouco mais do que desporto, *feature photos* e *spot news*, e o território geográfico e temático que abrangem é nitidamente inferior. (SOUZA, 1997, p. 05)

Durante os três primeiros meses de 2015, período escolhido para a análise, o Mídia Ninja publicou em 120 oportunidades, sendo que a fotografia está presente em 113 destas publicações (94,16%). Entre fotografias assinadas pelo Mídia Ninja, fotografias realizadas por outros autores ou coletivos, fotografias não identificadas e fotografias de autores desconhecidos, somam-se 466 fotografias. Considerando que nesse período há 120 publicações, a média é de 3,88 fotografias por publicação. Esse levantamento comprova a constante presença da fotografia como conteúdo do Mídia Ninja.

Dentre o total de 466 fotografias, 02 delas são provenientes de autores desconhecidos. Nota-se a alta incidência de fotografias que não possuem qualquer identificação de autoria: são 58 fotografias (12,44%). Salienta-se que essas fotografias que não possuem qualquer identificação, fazem parte de 27 (22,5%) das 120 reportagens analisadas durante esse período. Esse número é preocupante, visto que o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é claro. Segundo o capítulo 2 (da conduta profissional do jornalista), artigo 6º, parágrafo IX, o jornalista deve “respeitar o direito autoral e intelectual do jornalista em todas as suas formas”.

O número de fotografias de autores que assinam individualmente, de outros coletivos fotográficos ou de outros veículos de comunicação é de 131 fotografias (28,11%). Esse número indica que apesar de possuir uma rede de colaboradores fixos e outros espalhados por diversas regiões, a utilização de fotografias que não são originalmente realizadas pelo Mídia Ninja é considerável. Por fim, constatou-se que a maioria, 275 fotografias (59,01%), conforme já esperávamos, é assinada pelo coletivo Mídia Ninja. Essas fotos assinadas pelo Mídia Ninja estão presentes em 64 (53,33%) das 120 reportagens analisadas no período de amostragem. É um dado relativamente alto, visto que na maioria das reportagens e fotografias publicadas pelo Mídia Ninja são produzidas pelo próprio coletivo.

A partir de agora, a análise se dará apenas quanto ao conteúdo das 275 fotografias assinadas pelo Mídia Ninja. Destas 275, apenas 01 possui assinatura de um autor, seguido pela identificação Mídia Ninja (autor/Mídia Ninja). Na publicação intitulada “Um mar de gente em luta pela água em São Paulo”, publicada em 27 de fevereiro, 10 fotografias (3,63%) são assinadas pelo Mídia Ninja em parceria com “A Conta Da Água”, que segundo a descrição do seu site, “realiza a cobertura coletiva da crise hídrica em São Paulo e no Brasil”. As outras 264 (96,01%) são fotografias assinadas apenas pelo coletivo Mídia Ninja, sem a presença de nomes individuais ou de outros coletivos.

Nota-se ainda, nas fotografias realizadas pelo Mídia Ninja no período de análise,

um número bastante elevado de cobertura de manifestações em grupo. Dentre as 275 fotografias analisadas, 85 delas (30,9%) são de coberturas de manifestações de rua ou atos em favor de uma causa. Só foram contabilizadas neste grupo, as fotografias que apresentavam claramente a situação de manifestação de rua, com um ou mais indivíduos demonstrando a luta por determinadas causas.



Fotografia publicada em 24 de janeiro de 2015, na reportagem intitulada “Aumento da tarifa leva milhões às ruas em todo o país” (Foto: Mídia Ninja).

As fotografias com policiais também são frequentes. A alta incidência de policiais e de manifestantes é o resultado das coberturas realizadas pelo Mídia Ninja pautada em denúncias das autoridades militares e a violência realizado por estes. Do total de 275 fotografias, 37 delas (13,45%) mostram a presença notável de pelo menos um policial ou segurança. Na fotografia abaixo, podemos perceber a atuação do Mídia Ninja em uma ação policial, onde pressupõe um manifestante sendo violentado pelos policiais.



Fotografia publicada em 27 de janeiro de 2015, na reportagem “Esse cara da foto sou eu, e esse é o meu relato”, em que mostra uma ação policial em São Paulo (Foto: Mídia Ninja).

As fotografias com policiais não estampam apenas momentos com abordagens violentas. Várias delas apenas ilustram situações em que os policiais estão em posição de defesa ou acompanhando os manifestantes. Nas imagens abaixo, podemos perceber que as manifestações ocorrem de forma pacífica, mesmo com a presença das autoridades.



A fotografia da esquerda foi publicada em 09 janeiro de 2015, na reportagem “Tiro, porrada e bomba no 1º Grande Ato Contra a Tarifa em SP” e mostra a escolta pacífica dos policiais durante um protesto na capital paulista. A fotografia da direita foi publicada em 16 de janeiro de 2015 e retrata uma ação policial pacífica durante o 2º ato contra a tarifa de ônibus em SP (Fotos: Mídia Ninja).

Durante a análise das fotografias creditadas pelo coletivo Mídia Ninja e publicadas entre 1º de janeiro de 2015 a 31 de março de 2015, no site do Mídia Ninja, observa-se que uma fotografia foi creditada distintamente em duas publicações diferentes. Na primeira, publicada em 15 de março de 2015, a imagem está creditada ao Mídia Ninja.

Já em 16 de março, a fotografia foi assinada pelo “Jornalistas Livres”, outro coletivo jornalístico. Esta imagem foi contabilizada tanto no grupo daquelas creditadas pelo Mídia Ninja como no grupo de fotografias de autores que assinam individualmente, de outros coletivos fotográficos ou de outros veículos de comunicação. Também se considera que as fotografias repetidas, que estão publicadas em diferentes matérias, foram contabilizadas separadamente.

Nas 275 fotografias publicadas pelo Mídia Ninja nos três primeiros meses de 2015, destacam-se três dos sete critérios de noticiabilidade elencados por Sousa. Um deles é o *momento*. Conforme a análise, o *momento* está presente em 238 fotografias (86,54%). Um dos motivos principais da presença constante deste critério de noticiabilidade é a cobertura do Mídia Ninja em eventos que debatem temas atuais, como a falta de água em São Paulo, as reivindicações do Movimento Sem Terra (MST), as manifestações contra o aumento das passagens dos transportes coletivos e as manifestações das mulheres contra o aborto e a favor dos seus direitos.

A cobertura fotográfica do coletivo Mídia Ninja nestes eventos citado acima, somados com a presença constante de policiais, também destaca a *negatividade* como um dos critérios de noticiabilidade presente durante o período de análise. Nota-se que o Mídia Ninja busca repassar a luta de seu ativismo sociopolítico nas imagens. A *negatividade* está presente em 216 fotografias (78,54%). Na foto abaixo, a denúncia realizada pelo coletivo Mídia Ninja contra a falta de água que assolou diversas regiões do país e repercutiu fortemente em São Paulo.



Fotografias publicadas em 04 de fevereiro de 2015, na reportagem “Ensaio sobre a cegueira hídrica”. Os locais em questão são da represa do Sistema Cantareira, que segundo a Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (Sabesp), abastece 8,1 milhões de pessoas na Grande São Paulo (Fotos: Mídia Ninja)

O terceiro critério de noticiabilidade de destaque é a *proximidade*. O leitor da informação possui a característica de saber o que está acontecendo à sua volta. E o Mídia Ninja aborda temas que estão próximos à população, sendo que a grande maioria delas é feita no Brasil. As pautas locais do Mídia Ninja contribuem para que a *proximidade* esteja presente em 234 fotografias (84,36%).

Em algumas fotografias, os critérios de noticiabilidade *momento* e *oportunidade* estão muito próximos, sendo difícil distingui-los. Porém, a *oportunidade* foi utilizada apenas nas situações em que o fotográfico clicou no momento certo. Segundo Sousa (1997, p. 11) a *oportunidade* “é a obtenção da fotografia no instante decisivo, procurando congelar um instante significativo”. Por isso, a *oportunidade* está presente em 40 fotografias (14,54%). Já nas fotografias de *momento*, esse requisito não é necessariamente obrigatório, pois o *momento* aborda temas da atualidade e são mais recorrentes do que a *oportunidade*.



Fotografia publicada em 06 de janeiro de 2015 na reportagem “Trabalho Sujo? Seis ideias para um mundo sem polícia”. Momento exato em que dois policiais abordam uma manifestante durante o protesto “Não vai ter Copa” em São Paulo, no ano de 2014 (Foto: Mídia Ninja).

A *intensidade* é outro critério de noticiabilidade fotojornalístico de destaque no estudo feito por Sousa. Segundo o autor (SOUSA, 1997, p. 10) a *intensidade* “é um elemento susceptível de conferir valor como notícia a uma fotografia de um acontecimento”. Em 107 fotografias, (39,8%) a *intensidade* da informação vale mais que o seu valor estético. A *consequência* de “fotos que respeitam a acontecimentos que, embora temporalmente localizados, se desenvolveram (ou ainda se desenvolvem) durante longo tempo ou que, pelo menos, deixaram marcas a longo prazo” (SOUSA, 1997, p. 10), está presente em 27 fotografias (9,81%). Nesse critério, foram selecionadas fotografias de grandes manifestações ou de violência, que ganharam grande repercussão na mídia e provocaram debates públicos.

Os sétimo e o último critério de noticiabilidade é o *conflito*. Conforme já mencionado, a cobertura do Mídia Ninja em manifestações é considerável, alcançando o número de 30,9% do total de imagens. Somado à recorrente presença policial e à visão

sociopolítica do coletivo, mostrando a ação dos policiais, o número de fotografias é relativamente alto. O *conflito* está presente em 54 imagens (19,63%). A cobertura das manifestações do Movimento Sem Terra também auxilia no levantamento dos dados desse critério.



Fotografia da esquerda publicada em 24 de fevereiro de 2015 na reportagem intitulada “Maré Revolta: protesto questiona ação violenta do Exército no RJ”, mostra a ação policial de ataque. Embora não haja ação efetiva, ela possui uma tendência pelo conflito pela presença bélica, policial e posição de ataque. A fotografia da direita foi publicada em 16 de janeiro de 2015 na reportagem “Porradaria da PM encerra o 2º ato contra a tarifa em SP”, relata a ação dos policiais com gás de pimenta contra um dos manifestantes (Fotos: Mídia Ninja).

Os resultados da análise quantitativa são parcialmente condizentes com os resultados encontrados no estudo feito por Sousa, nas “fotos do ano” do concurso *World Press Photo*, entre os anos de 1956 e 1996. Destacamos a alta incidência dos critérios de noticiabilidade *momento* e *negatividade* em ambos os levantamentos. A *proximidade*, que aparece em 84,36% das fotografias do Mídia Ninja, não pôde ser levantada com precisão por Sousa, já que os fotógrafos do concurso *World Press Photo* (SOUSA, 1997, p. 10) “são oriundos de todo o mundo e as fotografias a concurso representam acontecimento ocorridos por todo o planeta”. Outro ponto de destaque é a *oportunidade*: no estudo realizado de Sousa, ela aparece em 92,5% das fotografias, enquanto nas fotografias do Mídia Ninja, apenas em 14,54%. Ora, a *oportunidade* não é um valor-notícia tão recorrente nas fotografias do cotidiano, sendo mais presente e determinante em fotografias premiadas internacionalmente, pois garantem momentos únicos e próprios da *oportunidade*.

Em uma avaliação geral, as fotografias do Mídia Ninja se inserem nos critérios de noticiabilidade foto jornalísticas levantadas por Sousa. Com destaque para o *momento* (presente em 86,54%), *proximidade* (84,36%) e *negatividade* (78,54%).

7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao pautar assuntos que não ocupam espaço na imprensa tradicional, aprofundando e cobrindo em tempo real manifestações que mostram de perto a

ação policial, conclui-se que o Mídia Ninja se encaixa no conceito de jornalismo alternativo. A sua independência sobre as grandes corporações, que muito provém da arrecadação voluntária, é essencial para que o coletivo Mídia Ninja tenha alcançado a independência intelectual e financeira, que se reflete na produção do conteúdo. A autoria coletiva auxilia no fortalecimento de causas através da associação entre diversos voluntários fotógrafos e constrói ideias conjuntas, valorizando o processo de produção das imagens. Por fim, os critérios de noticiabilidade encontrados nas fotografias do Mídia Ninja no período de 1º de janeiro de 2015 a 31 de março de 2015, são contundentes com o do estudo realizado por Jorge Pedro Sousa, destacando-se *o momento, a negatividade e a proximidade*, como já mencionado.

Ainda há muito terreno para as discussões envolvendo o jornalismo colaborativo, em especial no ambiente virtual. Esse novo cenário de convergência midiática impõe um novo paradigma, onde o leitor já não apresenta passividade na absorção das informações. Ele é quem produz novos conteúdos e questiona a credibilidade da informação repassada pela imprensa tradicional. Nessa perspectiva, o coletivo fotográfico apresenta um conjunto de cidadãos pautados em interesses comuns e que lutam por causas sociopolíticas. A ação conjunta, nesse caso, representa bem mais do que apenas a o crédito nas fotografias. Ainda tem-se que debater sobre o conteúdo produzido pelos coletivos jornalísticos e fotográficos e a mecânica que envolve a obtenção de recursos e a produção de conteúdo.

REFERÊNCIAS

AVANCINI, Atilio. **A imagem fotográfica no cotidiano**: significado e informação no jornalismo. SBPJor, 2011. 19 p. Disponível em:

<<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/285/267>>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. Bahia, 2013.

BARICHELLO, Eugenia; DUTRA, Flora; RUBLESCKI, Anelise. **Apps jornalísticas**: o panorama brasileiro. Santa Maria, 2013.

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**: nota sobre a fotografia. Ed. 1. Edições 70, 2009, Lisboa. 144 p. Disponível em:

<http://monoskop.org/images/d/d3/Barthes_Roland_A_camara_clara_Nota_sobre_a_fotografia.pdf>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

BRASIL, Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 05 de outubro de 1988. Brasília, DF: Senado, 1988.

ERTHAL, Ana Amélia. **O Jornalismo Tradicional e as Narrativas Independentes**: o caso da cobertura das manifestações populares de 2013 no Brasil. 2014. Disponível em: <<http://www2.espm.br/sites/default/files/midianinja.pdf>>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários nos Tempos da Imprensa Alternativa**. São

Paulo: EDUSP, 2003. Disponível em <<http://www.nacorrenteza.jor.br/blog/wp-content/uploads/2012/02/jornalistas-e-revolucionarios-kucinski.pdf>>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

MAZER, Dulce Helena. **Crítérios de Noticiabilidade no fotojornalismo**: observação da comunidade virtual do site Olhares. Intercom, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1477-1.pdf>>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

MAYA, Eduardo Ewald. **Nos passos da história: o surgimento da fotografia na civilização da imagem**. Londrina, 2008. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1928/1661>>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

OLIVEIRA, Erivam Morais. **O Resgate da ética no fotojornalismo: a banalização das imagens nos meios de comunicação**. 15 p. Viçosa, 2010. Disponível em: <http://www.com.ufv.br/pdfs/professores/artigoerivam_13enpj.pdf>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Rio de Janeiro. Editora Vozes, 1998. 205 p.

PALACIOS, Marcos; MUNHOZ, Paulo. **Fotografia, blogs e jornalismo na internet**: oposições, apropriações e simbiose. 2007, 22 p. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2007_palacios_munhoz_Fotografia.pdf>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

PERUZZO, Cicilia M.K. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. 3 ed. São Paulo: Vozes, 2004. 342 p.

QUEIROGA, Eduardo. **Coletivo fotográfico contemporâneo e prática colaborativa na pós-fotografia**. Recife. 2012. Editora CDD, 22 ed. 139 p. Disponível em: <<http://www.dobrasvisuais.com.br/wp-content/uploads/2012/04/Coletivo-Fotogr%C3%A1fico-Eduardo-Queiroga.pdf>>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

QUEIROGA, Eduardo; SILVA, José Afonso. **Fotojornalismo Colaborativo em Tempo de Convergência**. SBPJor, 2010. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/27/28>>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

RODA VIVA. **Mídia Ninja - 05/08/2013**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kmgvDn-lpNQ>>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

RENÓ, Denis; RENÓ, Luciana. **Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia**. Bogotá, 2013.

SOUSA. Jorge Pedro. **News values nas “fotos do ano” do World Press Photo: 1956-1996**. 1997. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-pedro-jorge-news-values.pdf>>. Acessado em 12 de dezembro de 2015.

VILCHES, Lorenzo. **Teoría de la imagen periodística**. Ed. 3. Ediciones Paidós Ibérica. Buenos Aires. 1997, 283 p.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acessibilidade 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 132, 185, 269, 270, 275
Aglomerados 115, 116, 120, 121, 123
Aglomerados hierárquicos de séries temporais 116
Água e esgoto 130, 131, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140
Áreas mais precárias 130, 133, 137
Arquitetura 53, 54, 177, 178, 179, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 192, 193, 195, 197, 198, 262
Assédio moral 12, 13, 14, 15, 17, 19, 20, 23, 24, 26
Atores sociais 68, 69, 70, 73, 109, 151, 266
Avaliação 1, 36, 52, 53, 54, 60, 65, 105, 132, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 210, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 265, 266, 269, 273, 274
Avicultura de postura 115, 116, 117, 118, 119, 120, 129

B

Backtesting 158, 159, 161, 165, 166, 167, 173, 175

C

Cidadania 90, 107, 108, 114, 222, 229, 266, 270, 272, 273, 274, 275
Coerção social 69
Coesão 69
Coletivos fotográficos 89, 90, 97, 98, 100, 103
Complexidade 27, 28, 29, 39, 45, 56, 72, 213, 230, 234, 235, 237, 238, 239, 241
Comunicação alternativa 89

D

Desterritorialização 142, 143, 148
Direitos 2, 4, 6, 9, 10, 23, 38, 45, 47, 71, 72, 88, 91, 103, 108, 111, 113, 221, 227, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276

E

Economia ecológica 230, 231, 232, 233, 240
Educação 36, 37, 39, 62, 86, 87, 88, 108, 111, 113, 114, 156, 177, 178, 179, 181, 182, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 192, 193, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 219, 220, 221, 223, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 233, 234, 235, 240, 241, 242, 243, 245, 246, 247, 248, 250, 251, 254, 260, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 276, 278, 280, 281, 285
Educação ecológica 230, 233, 234
Ergonomia 177, 178, 185
Exclusão 20, 21, 64, 77, 78, 79, 83, 142, 143, 148, 156, 221, 223, 228, 237

F

Favelas 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140

Força de trabalho 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 153, 154, 155, 156, 234, 252, 253, 256, 257, 258, 260

Formação policial 27, 28, 36, 46, 47

Fotografia 89, 90, 94, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107

I

Interdisciplinaridade 200, 201, 203, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 224

J

Jornalismo independente 89, 91, 92

Juventude 24, 75, 76, 77, 79, 80, 81, 83, 87, 88

L

Luta de classes 12, 17, 23

M

Mídia 71, 75, 76, 79, 83, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 268

Mídia ninja 89, 90, 92, 93, 94, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107

Migração 142, 143, 144, 145, 147, 154, 156

P

Percepção do ambiente 177, 187

Polícia 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 45, 47, 78, 79, 83, 85, 86, 87, 104

Política pública 27, 29, 30, 47, 52, 53, 55, 64, 246

Política setorial 130, 133

Políticas públicas 29, 31, 47, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 59, 60, 63, 64, 65, 67, 112, 114, 115, 116, 118, 128, 174, 227, 278, 279, 280, 285

Pós-graduação stricto sensu 200, 201, 219

Projeções de população 158, 159

R

Reggio emilia 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199

Representações sociais 75, 76, 77, 80, 83, 88, 198

Rio de Janeiro 10, 26, 27, 28, 29, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 73, 74, 88, 107, 108, 114, 124, 130, 131, 133, 149, 155, 156, 219, 240, 241, 251

S

Sarima 158, 159, 162, 163, 169, 171, 172, 173

Sazonalidade 121, 123, 124, 126, 127, 158, 159

Segurança pública 27, 28, 29, 30, 31, 32, 42, 45, 46, 47, 78, 134, 175

Sistema do capital 230, 231, 232, 234, 238, 240

Sociabilidade 133, 142, 143, 145, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 156, 230, 234, 239, 270

Sociologia do trabalho 12

Sociologia econômica 68, 69, 70, 71, 73, 74

State space models 162

T

Transdisciplinaridade 220, 230, 237, 241

V

Violência 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 31, 34, 37, 45, 55, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 101, 104, 221, 266, 267, 268, 272, 275

 **Atena**
Editora

2 0 2 0