

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Jornalismo e Mídiação do Ativismo: produção e circulação de conteúdos por coletivos midiáticos em contexto de movimentos em rede e impactos na narrativa jornalística digital

Maria Clara Aquino Bittencourt - Pesquisadora e professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação

Resumo: O trabalho expõe e coloca em discussão os resultados do primeiro ano de um projeto de pesquisa que estuda produção e circulação de conteúdos por coletivos midiáticos em contexto de movimentos em rede. O estudo busca identificar transformações, elementos e continuidades do jornalismo digital num cenário em que interesses de movimentos sociais, cidadãos, ativistas e jornalistas estimulam apropriações que provocam reflexão sobre práticas jornalísticas digitais. Os passos até o momento deram conta de tencionar o conceito de coletivo midiático, mapear grupos a serem observados e gerar critérios iniciais de análise para as próximas fases da pesquisa.

Palavras-chave: jornalismo digital; mídiação do ativismo; coletivos midiáticos

Introdução

Em agosto de 2015 deu-se início a um projeto de pesquisa sobre transformações, elementos e continuidades do jornalismo digital num cenário em que interesses de movimentos sociais, cidadãos, ativistas e jornalistas estimulam apropriações que interferem no jornalismo. Neste projeto, a partir de observações sistemáticas sobre a produção e a circulação de conteúdos midiáticos durante os protestos que tiveram início no Brasil em junho de 2013, foi definida a utilização da expressão *coletivos midiáticos* na condução da pesquisa. Naquele momento, alguns grupos, apropriando-se principalmente sites de redes sociais como o Twitter e o Facebook, e de dispositivos móveis de comunicação, iniciaram a cobrir atos de rua. As apropriações tecnológicas por esses grupos e a motivação de gerar conteúdo através de processos orientados por lógicas diferentes das empreendidas pela mídia de massa são duas características que compõem nosso entendimento sobre um coletivo midiático: grupos que através de sites redes sociais, plataformas digitais, aplicativos e dispositivos móveis de comunicação produzem e promovem o espalhamento de conteúdos sobre protestos decorrentes de mobilizações organizadas dentro e fora das redes digitais, e que buscam atuar de forma desvinculada da mídia de massa, com

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

base na participação e na convergência, ainda que reproduzam lógicas massivas em seus processos de produção e circulação de conteúdos. São grupos que podem ou não participar da organização de protestos de rua. Sobre o caráter comercial, coletivos midiáticos não almejam o lucro, o que não os impede de estabelecer mecanismos de contribuição para a realização de atividades diversas, que envolvam a produção e circulação de conteúdos e a organização de mobilizações. Esses mecanismos variam entre o envio de quantias em dinheiro através de contas bancárias ou sistemas de pagamento online, venda de produtos e também projetos de *crowdfunding* para causas e ações mais específicas.

Metodologia

Opta-se pelo foco nos processos de produção e circulação de narrativas construídas no contexto de movimentos em rede por coletivos midiáticos, sem ignorar a atuação de veículos de massa que publicam conteúdo online. O fortalecimento desses coletivos vem gerando apropriações técnicas e sociais de ferramentas de comunicação digital para narrar os acontecimentos nas ruas. Essa pluralidade é marcada por usos que potencializam a participação e a colaboração na produção e na circulação de múltiplas vozes e discursos, mas também reproduzem práticas e modelos baseados na verticalidade e unilateralidade de processos comunicacionais (AQUINO BITTENCOURT, 2014). Utiliza-se o conceito de midiatização para pensar o entrelaçamento entre as noções de convergência midiática (AQUINO BITTENCOURT, 2012) e mídia de espalhamento (JENKINS, FORD E GREEN, 2013). Apropriações midiáticas por cidadãos, ativistas e movimentos, e pela própria mídia de massa, ampliam a reflexão sobre a midiatização do ativismo e dos processos de produção e circulação de narrativas sobre os protestos. Estudando movimentos em rede e suas relações com a internet e as tecnologias digitais de comunicação, Castells (2012) aponta a adoção de um suporte técnico como causa de um novo tipo de manifestação, mais horizontal e menos centralizada, na qual os fluxos alternativos de informação recebem tanta atenção quanto os da mídia tradicional. Nesse momento desponta a atividade dos coletivos midiáticos.

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Ao longo do primeiro ano de execução do projeto foram empregados métodos de análise baseados em observação e mapeamento de coletivos que se destacam pelo uso de ferramentas de comunicação digital com viés jornalístico, na tentativa de estabelecer um modelo comunicacional diverso de lógicas baseadas em distribuição e unilateralidade. Os principais resultados alcançados até o momento são discutidos a partir das categorias de análise geradas com base em classificações estabelecidas por Arquilla e Ronfeldt (2001) e Malini e Antoun (2013):

Organização dos coletivos: referente ao nível do design, trata-se da maneira como o grupo é estruturado para produzir e fazer circular conteúdo. São analisadas a forma de manutenção dos coletivos e as dinâmicas de produção e circulação dos conteúdos disponibilizados nas ferramentas que utilizam.

Formato e linguagem: identifica formatos e linguagens nas publicações, para pensar o nível narrativo empregado pelos coletivos. O conceito de convergência serve de aporte para a avaliação desse critério.

Ações estratégicas: pensa o nível doutrinário dos coletivos, olhando para as estratégias focadas no aumento de seguidores e da visibilidade dos conteúdos, baseando-nos no conceito de espalhamento.

Aparato tecnológico: compreender a base técnica dos coletivos faz parte do nível tecnológico. Aqui o foco é na identificação dos tipos de ferramentas e dispositivos utilizados e na descrição dos usos e apropriações desses aparatos, com base na noção de mediatização do ativismo.

Relações, usos e apropriações: correspondendo ao nível social, esse critério volta-se para a relação entre os membros dos coletivos, e que gerenciam as ferramentas de comunicação utilizadas,

O enquadramento dos coletivos midiáticos nas categorias é complementado com análises comparativas de coberturas feitas em dias de protesto por alguns dos grupos observados e por veículos da mídia de massa.

Discussão e conclusões

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Os resultados obtidos com as análises feitas no primeiro ano do projeto revelam um cenário de apropriações midiáticas de diferentes ferramentas de comunicação digital pelos coletivos midiáticos que ampliam a visibilidade do que é publicado. Alguns coletivos midiáticos se mostram mais inventivos, ao multiplicarem os usos de determinados espaços, como o Facebook, por exemplo, enquanto que alguns veículos de massa pouco usam ferramentas diversas, configurando a uma exploração limitada das possibilidades disponíveis. Há também um movimento que atesta a reprodução de lógicas unilaterais por alguns coletivos, o que acaba contradizendo suas autodescrições quando manifestam como objetivo práticas voltadas para a constituição de novos modelos de comunicação, que contraponham a mídia de massa e instiguem a formação de práticas focadas na bilateralidade e participação tradicionais. A aproximação com os públicos dos conteúdos e o aproveitamento das potencialidades de determinadas ferramentas fortalecem a circulação e o espalhamento das informações, sinalizando, inclusive, a emergência de um jornalismo que quebra a distopia de uma imparcialidade jornalística.

Referências

AQUINO BITTENCOURT, M.C. **Convergência entre televisão e web: proposta de categorização analítica**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2012.

AQUINO BITTENCOURT, M.C. **A midiatização do ativismo nas coberturas do G1 e do Mídia Ninja**. In: Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso), v. 11, p. 85-103, 2014.

ARQUILLA, J.; RONFELDT, D. (2001) **Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy**. Rand Corporation. Disponível: <http://goo.gl/I6RGil>

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

MALINI, F.; ANTOUN, H. **@internet e #rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Editora Sulina: Porto Alegre, 2013.