Produção e circulação de conteúdos por coletivos midiáticos: considerações para pensar o jornalismo digital sob a perspectiva de midiatização do ativismo

Maria Clara Jobst de Aquino Bittencourt
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Palavras-chave: jornalismo digital; midiatização do ativismo; coletivos midiáticos.

RESUMO EXPANDIDO

O ativismo político é definido por Jordan (2002, p. 11, 12) como um conjunto de "ações coletivas que produzem transgressão e solidariedade". Ele atrela a transgressão ao conceito ao entender como essencial para a constituição do aspecto político de qualquer ação coletiva a transformação entre as demandas. Ao ativismo não basta a junção de pessoas, mas o sentido de solidariedade em busca da transgressão. "Deve haver um sentido de identidade compartilhada, que pode ser entendido nesta etapa como pessoas reconhecendo, umas nas outras a raiva, o medo, a esperança ou outras emoções que sintam quanto a uma transgressão". Castells (2012) recorre a esses mesmos sentimentos, raiva, medo e esperança, para estudar os movimentos em rede que tomaram as ruas e a internet em diferentes países desde meados de 2009. No Brasil, o ativismo político vem sendo reconfigurado a partir de junho de 2013. Desde então, a comunicação que escoa desses protestos tem gerado uma série de questões de pesquisa para o jornalismo.

A pluralidade de atores nos movimentos em rede potencializa a participação na circulação de múltiplas vozes e discursos, ao mesmo tempo em que provoca a reprodução de práticas e modelos baseados na verticalidade e unilateralidade de processos comunicacionais. Bentes (2015) fala em processos de mutação social, nos quais surgem novos sujeitos de discurso e sujeitos políticos envolvidos com a produção audiovisual e midiático brasileira. A adoção de ferramentas de comunicação digital para a organização e o reporte dos acontecimentos nas ruas revela formatos e dinâmicas que caracterizam o que entendemos por midiatização do ativismo (AQUINO BITTENCOURT, 2014). O fluxo midiático e informacional que vem configurando-se através de um entremeamento entre rede e rua, e que Toret (2012), no caso do movimento espanhol 15M, vai chamar de narrativa transmidiática através de um sistema multicamadas, abre para o campo da comunicação espaços de investigação acerca de narrativas, estratégias de circulação e técnicas comunicacionais. As mobilizações em rede (MALINI E ANTOUN, 2013, TORET, 2012, CASTELLS, 2012), não só no Brasil, mas em outras partes do mundo, e

a adoção do ciberespaço como palco de enfrentamento entre as vozes dos diferentes atores sociais e políticos que compõem esse cenário, forçam a reflexão sobre os usos e apropriações de ferramentas comunicacionais para a construção de estratégias de produção e circulação de múltiplas narrativas sobre os acontecimentos nas ruas.

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 iniciaram 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 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.

Opta-se pelo foco nos processos de produção e circulação de conteúdos no contexto de movimentos em rede por coletivos midiáticos, sem ignorar a atuação de veículos de massa que publicam informação online. 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). Uma das consequências mais significativas da midiatização, para Braga (2012), é o

atravessamento dos campos sociais específicos que gera situações indeterminadas e experimentações correlatas. Fausto Neto (2008) relata a disseminação de novos protocolos técnicos na extensão da organização social, a intensificação de processos que transformam tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos. A noção de midiatização do autor se baseia ideia de apropriação, que provoca a intensificação de tecnologias convertidas em meio. Essa conversão é cadenciada por apropriações sociais, de modo que a midiatização é a atividade que ultrapassa o domínio dos meios em si, expandindo-se ao longo da organização social, conferindo-lhe uma nova dinâmica. Questões fundamentais sobre a interferência dos meios na cultura e na sociedade decorrem da midiatização, explica Hjarvard (2014), que trabalha o conceito a partir do entendimento de que a influência da mídia acontece não só sobre as sequências comunicativas entre os atores sociais e as mensagens, mas também na relação entre os meios e outras esferas sociais. Nesse contexto midiatizado, o relato dos fatos escapa ao controle da mídia de massa e suscita a reflexão sobre os processos de produção e circulação de conteúdos realizados por diferentes atores no âmbito de protestos e movimentos em rede.

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 víes 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 midiatização 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.

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

BENTES, I. Mídia-multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas. Editora Mauad: Rio de Janeiro, 2015.

BRAGA, J.L. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, MA. JANOTI JUNIOR, J.; JACKS, N. Mediação e Midiatização. Livro Compós 2012. Salvador, Brasília. EDUFBA, Compós, 2012.

CASTELLS, M. Networks of outrage and hope: social movements in the internet age. Politik. Wiley, 2012.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma analítica da midiatização. Revista Matrizes, n. 2, abril 2008. Disponível: http://200.144.189.42/ojs/index.php/MATRIZes/article/view/5236/5260

HJARVARD, S. A midiatização da cultura e da sociedade. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

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

JORDAN, Tim. Activism!.London: Reaktion Books, 2002.

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

TORET, J. Una mirada tecnopolítica sobre los primeros días del #15M, Tecnopolitica, Internet y Revoluciones sobre la Centralidad de Redes Digitalez en #15M. Barcelona: Icaria Editorial, 2012.