

Análise comparativa sobre a Mídia Ninja: Observatório da Imprensa x O Globo¹

Danilo CHRISTOFOLETTI²

Marcia Eliane ROSA³

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

Resumo

Este artigo buscou identificar a presença de características jornalísticas no processo de gerar informação por parte da Mídia Ninja, através da comparação entre os artigos de opinião de dois veículos de imprensa: Observatório da Imprensa e O Globo. Analisar e comparar artigos de opinião e os veículos utilizados como base, selecionar, nestes veículos, opiniões sobre a atividade executada pela Mídia Ninja, a partir dos conceitos e ideias propostos pelos diversos autores em seus artigos publicados na Internet. O período de amostragem, que se constitui entre os meses de junho e agosto de 2013.

Palavras-chave: Midia Ninja; jornalismo; manifestações.

Texto do Trabalho

Todo processo que, em junho de 2013, resultou na cobertura das manifestações pela Mídia Ninja, teve início ao final de 2005, quando surgiu o **Circuito Fora do Eixo**, conhecido apenas pelas últimas três palavras. Segundo Moraes (2013), o **Fora do Eixo** é:

Uma rede de coletivos culturais surgida no final de 2005 que se destaca pelo seu contínuo crescimento, e que, em 2012, totalizava mais de 200 espaços culturais no Brasil, 2000 agentes culturais, 2800 parceiros e 20000 pessoas indiretamente, estando presente em 27 estados e mais 15 países da América Latina. (MORAIS, 2013, p. 08)

Iniciada por produtores e artistas de estados brasileiros fora do eixo Rio - São Paulo, inicialmente focava no intercâmbio solidário de atrações musicais, mas cresceu para abranger outras formas de expressão como o audiovisual, o teatro e as artes visuais, ainda que a música siga tendo uma maior participação na rede. Teve origem no

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: danilo.fc@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: marcia.rosa@puc-campinas.edu.br

compartilhamento de experiências entre coletivos de Cuiabá (MT), Rio Branco (AC), Uberlândia (MG) e Londrina (PR).

Ainda segundo Morais (2013), em Cuiabá, quatro produtores culturais que frequentavam festivais de música independente e participavam ativamente de coletivos, Pablo Capilé, Talles Lopes, Daniel Zen e Marcelo Domingues, criaram o Espaço Cubo em 2002, um dos precursores do Fora do Eixo. Seu planejamento era coletivo e suas atividades, colaborativas. No fim deste ano, os participantes já tinham à sua disposição um estúdio de gravação, um núcleo de comunicação e divulgação de eventos, um ambiente para os shows e um selo de distribuição de discos. O uso de mídias eletrônicas, permitindo a produção e difusão de trabalhos em rede, foi o que tornou isso possível, juntamente com a criação do cubo card. Essa moeda complementar permitiu o regresso ao escambo, e, circulando, tornava as parcerias com empresas de diversos segmentos em uma cadeia produtiva funcional.

Atualmente, os gestores do Fora do Eixo fazem bem mais do que apenas a manutenção das engrenagens: o Circuito, apropriando-se das novas tecnologias e reunindo diferentes coletivos culturais no país, expandiu suas atividades para além das artes cênicas, design e audiovisual: criou a "rede das redes virtuais", fazendo com que surgisse uma reorganização social com a fundação das Casas Fora do Eixo a partir de 2011.

Com o crescimento da rede, surgiu a iniciativa de constituir espaços coletivos permanentes em alguns pontos estratégicos, chamados Casas Fora do Eixo. A primeira destas surgiu em São Paulo. Cada Casa Fora do Eixo contém um grupo de moradores que ali também trabalham nos projetos do Circuito, criando comunidades que vivenciam modos alternativos de organização social. As Casas Fora do Eixo se organizam em torno de quatro núcleos principais: Universidade Fora do Eixo (sistema de ensino informal), Banco Fora do Eixo (sistema econômico autônomo), Partido Fora do Eixo e Mídia (sistema de comunicação exclusivo). Estas são as frentes mediadoras. As frentes de organização, por outro lado, são principais objetivas disputar o modelo de sociedade em que as pessoas vivem, apresentando propostas concretas de reorganização das estruturas sociais, políticas e econômicas.

Mídia Ninja

Criada como um braço do Fora do Eixo, em 2011, a Mídia Ninja tornou-se mundialmente conhecida após a cobertura, em tempo real, das manifestações brasileiras que ocorreram em junho de 2013. As transmissões da Mídia Ninja são em fluxo de vídeo em tempo real, pela Internet, usando câmeras de celulares e uma unidade móvel montada em um carrinho de supermercado. Possui estrutura descentralizada e faz uso das redes sociais, especialmente o *Facebook*, na divulgação das notícias. Ninja é uma sigla, que significa *Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação*. De acordo com Bruno Torturra, um dos idealizadores e porta voz mais conhecido da Mídia Ninja, em entrevista à BBC, atualmente, mais de vinte pessoas se dedicam exclusivamente à produção de conteúdo para a Mídia Ninja nas equipes de São Paulo, Rio, Belo Horizonte, Fortaleza, Porto Alegre e Salvador. Um número um pouco maior de pessoas fornece apoio, inclusive *offline* (não apenas nas transmissões na internet). Existem, ainda, centenas de pessoas que são colaboradoras eventuais, mandam uma foto, um parágrafo.

Usando *smartphones*, *laptops* e acesso 3G, os colaboradores do grupo atualizavam sua página oficial no *Facebook* e transmitiam as manifestações ao vivo. Em São Paulo, atingiram a marca de cerca de cem mil espectadores ao transmitirem com detalhes os confrontos entre a Tropa de Choque e os manifestantes na noite de 18 de junho. Nos protestos contra o governador Sérgio Cabral, no Rio, os ninjas tiveram o triplo de audiência e foram também protagonistas — dois deles foram detidos e soltos depois.

Uma das críticas recebidas tanto pela Mídia Ninja quanto pelo Fora do Eixo, dizem respeito ao financiamento das atividades, já que parte da verba vem de editais públicos e parcerias comerciais, o que geraria conflitos de interesse. A Mídia Ninja, de acordo com Torturra, conta somente com parte dos recursos da rede Fora do Eixo e com o investimento voluntário da sua própria equipe.

Os veículos de comunicação:

O *Observatório da Imprensa* é um *website* cujo foco é a análise da atuação dos meios de comunicação no país. Criado em 1996, foi uma iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) e um projeto original do Laboratório de

Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor) da Universidade Estadual de Campinas. É financiado atualmente pela Fundação Ford.

O fechamento da edição semanal do Observatório apresenta uma série de artigos sobre os erros e deslizes da mídia, para que os leitores saibam o que aconteceu, como aconteceu e como foi resolvido. Gerson Luiz Martins define assim a verdadeira definição para o veículo: “O Observatório é entendido não apenas como um espaço para jornalistas se encontrarem e discutirem sobre a atuação dos veículos de comunicação de massa, mas também um lugar de muita credibilidade, principalmente devido ao seu criador, Alberto Dines” (2010, p. 7).

Diante deste cenário, foi proposta desta pesquisa perceber como os veículos de comunicação, naquele período, fizeram a cobertura jornalística e de que forma a sociedade e jornalistas abordaram e analisaram a cobertura da Mídia Ninja. Para tanto foram recolhidos textos dos jornalistas da mídia tradicional (*Observatório* e *Globo*) a respeito sobre o grupo. A pesquisa não tem como intuito responder a essa questão, mas mostrar a opinião dos articulistas e levantar argumentos prós e contras e propor diretrizes para uma discussão futura.

Os objetivos deste trabalho é identificar opiniões sobre a atividade executada pela Mídia Ninja, a partir dos conceitos e ideias propostos pelos diversos autores em seus artigos no *Observatório da Imprensa* e *O Globo*. Analisar a atividade da Mídia Ninja durante o período de amostragem, que se constitui entre os meses de junho e agosto de 2013. Comparar os métodos de apuração e divulgação das informações divulgadas pela mesma, com os métodos de apuração e divulgação que os autores tomados como base encaixam como pertencentes à atividade jornalística. Descrever a forma de produção da Mídia Ninja.

Durante as manifestações, o Observatório da Imprensa mostrou-se bastante ativo. Publicou vários artigos, quase todos sempre destrinchando a questão e mostrando o viés político, econômico e social que estava relacionado aos acontecimentos. Mostrou-se, na maioria das vezes, ao lado dos manifestantes e sempre analisou criteriosamente o papel desempenhado pelos demais órgãos de imprensa.

Já o *O Globo* é um jornal diário de notícias brasileiro, fundado em 1925 e sediado no Rio de Janeiro. Está orientado para o público da Região Metropolitana do

Rio de Janeiro. É parte integrante das Organizações Globo, de propriedade da família Marinho, que inclui a *Rádio Globo* e a *Rede Globo de Televisão*, mas para fins dessa pesquisa, iremos nos concentrar apenas no jornal impresso e sua versão online. Funcionou como jornal vespertino até 1962, quando se tornou matutino. De orientação política conservadora, é um dos jornais de maior tiragem do país.

Desde sua criação, teve influência nos grandes fatos históricos que modelaram a vida política brasileira. Em 1930, apoiou, junto com outros jornais e os *Diários Associados* de Assis Chateaubriand, a revolução que depôs o presidente Washington Luis e levou Getúlio Vargas ao poder. Depois, quando o mesmo Getúlio voltou ao poder, dessa vez através de eleições e se aproximou do povo, com medidas populistas e projetos de reforma de base, o jornal, mantendo sua postura conservadora, tornou contrário ao governante, como mostra Antônio Costella, em seu livro *O controle da informação no Brasil*: “Duas organizações jornalísticas, de âmbito nacional, O Globo e os Diários Associados (...) também eram pilares do antigetulismo” (1970, p. 119).

Em junho de 2013, o jornal foi bastante questionado nas manifestações que ocorreram no país e que foram tratadas no primeiro capítulo dessa pesquisa. Por fazer parte das Organizações Globo, o jornal teve seus repórteres agredidos nas coberturas e recebeu as mais diversas críticas, incluindo da Mídia Ninja, objeto de estudo desse trabalho.

Durante os protestos, as coberturas foram feitas com os repórteres afastados do tumulto, devido à agressividade dos manifestantes com os profissionais do veículo impresso das Organizações Globo. Apesar de passível de discussão, em termos de recorte e enfoque das matérias, não se pode negar que o O Globo cobriu as manifestações, devido ao número de matérias feitas no período de amostragem que foi escolhido para análise, entre junho e agosto de 2013. Para fins dessa pesquisa, analisamos os artigos de opinião, porém um número considerável de reportagens foi realizado pelo jornal.

Resultados da pesquisa - Observatório:

A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo, pois descreve de maneira mais objetiva e precisa o que é dito em um determinado tema. A análise de conteúdo é ainda capaz de realizar abordagens quantitativas e qualitativas:

Por um lado, o método é acusado por alguns pesquisadores qualitativos de ser superficial por desconsiderar o conteúdo latente e o contexto dos objetos analisados, bem como por dar margem a simplificações e distorções quantitativas. Por outro lado, a análise de conteúdo é acusada por pesquisadores quantitativos de não ser suficientemente rigorosa na definição das categorias nem plenamente replicável. A característica híbrida da análise de conteúdo – pode ser vista como um método que reúne elementos quantitativos e qualitativos – coloca-a num gueto metodológico de onde ela sai reforçada e não enfraquecida. (HERSCOVITZ. 2007, p. 125).

É uma metodologia para as ciências sociais aplicadas, onde faz parte as pesquisas do campo de comunicação, o qual é frequentemente utilizada com contraponto a análise de discurso, que possui abordagem qualitativa. Partindo de um olhar quantitativo, analisando dados organizados a respeito de determinado assunto. Deste modo, foi utilizada uma ficha, a qual todos os artigos de opinião foram aplicados. As fichas são subdivididas em veículo de mídia, data, autor, argumentos favoráveis à prática profissional da Mídia Ninja, argumentos contrários, opinião do autor e argumentação para dizer se é jornalismo ou não e informações adicionais. Os dados responsáveis por fornecer a análise dessa pesquisa concentram-se nos argumentos favoráveis e contra. Através dessa coleta, foi avaliado se os argumentos utilizados pelos autores são pertinentes a escolha de classificar ou não a Mídia Ninja como jornalismo, assim como é possível contextualizar e saber se o veículo para qual o autor trabalha influencia nessa tomada de posição. Assim, todos os argumentos foram categorizados e organizados para posteriormente serem comparados. Foi utilizada também a revisão bibliográfica de autores como Pierre Lévy, Marluce Jácome Morais, Mário Erbolato, entre outros e textos pertinentes ao tema central e objetivos propostos.

Trinta e nove autores, coletados no período proposto, no site *Observatório da Imprensa*, propuseram análises e classificações sobre o trabalho da Mídia Ninja. Dezesete argumentos considerados positivos foram destacados. Os argumentos mais recorrentes entre os diversos autores foram os: “Mídia Ninja mudou o paradigma da

prática jornalística” com seis diferentes autores pontuando essa questão, contabilizando 15,5%. “Mídia Ninja é democrática”, “Cobertura em tempo real”, “Boa apuração jornalística e volta do repórter à rua”, com quatro autores citando esses argumentos, representando 10,25%.

Em seguida, com 7,5%, aparecem os argumentos: “Coragem para enfrentar autoridades”, “Visão diferenciada da Mídia Tradicional” e “Boa utilização da internet e tecnologias para produção de conteúdo”. Com 5 %, os argumentos são “Jornalismo dinâmico e interativo” e “Possui estrutura descentralizada”. Por fim, uma série de argumentos obteve apenas uma citação, contabilizando 2,5%. São eles: “Obriga a mídia tradicional a se reinventar”, “Mostra um amplo quadro do que está acontecendo na hora da reportagem”, “Mostra um amplo quadro do que está acontecendo na hora da reportagem”, “Levantam o debate sobre a separação entre jornalismo e ativismo”, “Diferença entre neutralidade e objetividade”, “Pautam a grande imprensa”, “Incomodam o poder público”, “Dão voz a diferentes pessoas nas entrevistas” e “Mídia Ninja atinge o público jovem”.

A utilização das tecnologias e redes sociais, além do retorno da reportagem de rua estão entre os argumentos mais utilizados pelos autores para exaltar a atuação da Mídia Ninja, porém a questão mais defendida pelos autores é o contraponto que a Mídia Ninja trouxe a mídia tradicional, ao alterar o paradigma da produção jornalística e propor uma nova linguagem, um novo meio de realizar as coberturas. A coragem demonstrada para enfrentar o policiamento e autoridades também é ressaltada como ponto positivo. Outro aspecto levado em conta pelos autores é a hierarquia descentralizada, a inexistência de uma figura centralizadora e ditatorial e a democracia que os autores encaram como existente no modo de produção da Mídia Ninja.

Essa análise leva a percepção de dois cenários: que os autores escolhidos sentem a carência de uma nova proposta jornalística. Estão incomodados com a situação estabelecida pela mídia tradicional e buscam novas formas de buscar e divulgar informações. O outro cenário é que os autores aprovam a utilização tecnológica no modo utilizado pela Mídia Ninja. Acredita que souberam aproveitar bem as novas tecnologias para tornar o trabalho jornalístico mais dinâmico e atualizado.

Será interessante comparar, a seguir, os argumentos favoráveis com os argumentos contrários à Mídia Ninja. Os mesmo autores acabarão por criar pequenas contradições, ao utilizar o mesmo argumento, para lados positivos e negativos.

Os argumentos negativos obtiveram um número um pouco menor, totalizando dezesseis. Os argumentos mais utilizados foram os de que os Ninjas “Recebem verba pública”, “Falta de checagem de informações” e “Falta de preparo profissional dos integrantes”, com 10,25%. Em seguida foram os argumentos relacionados à falta de qualidade técnica de imagens e entrevista, além da falsa imparcialidade transmitida ao público, com 7,5%.

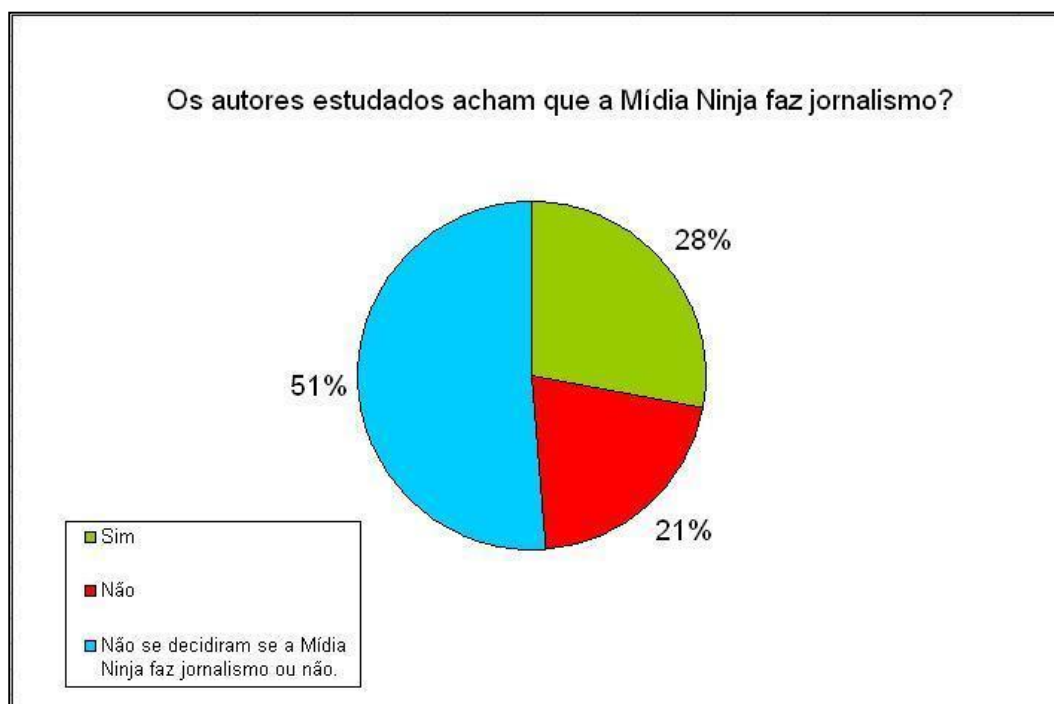
“Falsa sensação de imprensa livre” obteve 5 %, e o restante dos argumentos, com uma citação cada, finalizam a tabela, com 2,5 %. São eles: “Baixa audiência”, “Falta de transparência”, “Crítica ao modo como a Mídia Ninja se promove em cima das próprias coberturas”, “Nem toda população possui internet com banda larga”, “Falta de um roteiro definido”, “Busca se distanciar dos fatos”, “Falta de objetividade”, “Instantaneidade extrema leva a perda de relevância” e “Problemas técnicos levam a perda do expectador”.

Os argumentos negativos obtiveram um número um pouco menor, totalizando dezesseis. Os argumentos mais utilizados foram os de que os Ninjas “Recebem verba pública”, “Falta de checagem de informações” e “Falta de preparo profissional dos integrantes”, com 10,25%. Em seguida foram os argumentos relacionados à falta de qualidade técnica de imagens e entrevista, além da falsa imparcialidade transmitida ao público, com 7,5%.

“Falsa sensação de imprensa livre” obteve 5 %, e o restante dos argumentos, com uma citação cada, finalizam a tabela, com 2,5 %. São eles: “Baixa audiência”, “Falta de transparência”, “Crítica ao modo como a Mídia Ninja se promove em cima das próprias coberturas”, “Nem toda população possui internet com banda larga”, “Falta de um roteiro definido”, “Busca se distanciar dos fatos”, “Falta de objetividade”, “Instantaneidade extrema leva a perda de relevância” e “Problemas técnicos levam a perda do expectador”.

Analisando esses dados, percebe-se que apesar do *Observatório da Imprensa* ser considerado um veículo mais contestador que os demais e, portanto mais alinhando a

filosofia da Mídia Ninja, ainda sim a mesma conseguiu um número parelho de críticas negativas à sua atuação. O que mais incomoda os autores são dois pontos localizados em diferentes esferas: Produção jornalística e independência econômica seguida de independência editorial. É criticada a falta de formação e preparo aos integrantes e colaboradores da Mídia Ninja, o que resulta em baixa qualidade técnica, de entrevistas, de imagens, coberturas e veracidade de informações, já que falta checagem. O outro aspecto é o fato de receberem verba pública. Esse fato acaba minando a ideia de liberdade editorial, já que recebem dinheiro do governo.

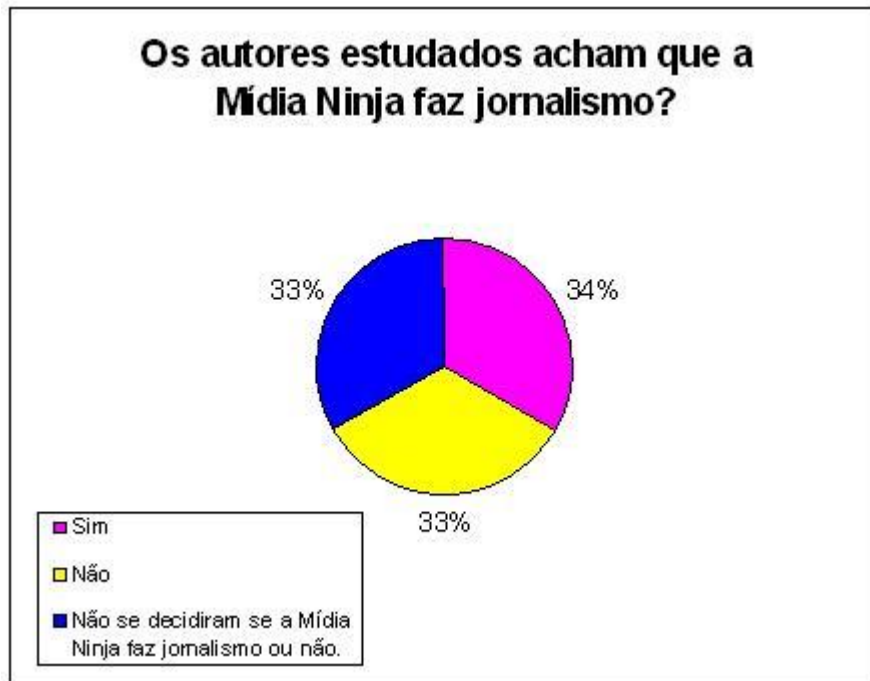


Resultado da pesquisa – O Globo

Cinco autores foram utilizados para representar os artigos de opinião de *O Globo*. Dentre esse número, foram retirados dois argumentos favoráveis a Mídia Ninja, ambos com apenas um autor a utiliza-los, contabilizando assim 16,6%, sendo estes: “Boa utilização das tecnologias para produção de conteúdo” e “Volta da Mídia Ativista”.

Entre os argumentos, foram retirados três argumentos contrários à Mídia Ninja. “É ligado ao governo e, portanto, mostra uma falsa imparcialidade” foi o argumento mais utilizado, sendo citado por três autores e contabilizando 50%. Em seguida, temos “Crítica ao modelo de produção jornalística” e “Erros técnicos”, ambos com 16,6%.

Sobre a análise do *O Globo*, o interessante se dá logo no início, com a dificuldade para encontrar artigos de opinião que tratassem à respeito da Mídia Ninja. Enquanto veículo conservador, o jornal manteve-se afastado das questões relacionadas ao universo da Mídia Ninja, somando apenas alguns columnistas, na maior parte já de renome no cenário jornalístico, como Zuenir Ventura, para debater sobre o assunto.



É curioso perceber que tanto *O Globo* quanto o *Observatório da Imprensa* colocaram como argumento favorável a boa utilização das tecnologias para produzir conteúdos jornalísticos e ambos também em conjunto colocaram entre os argumentos contrários o fato de estar ligado ao governo. Esse fato, para os veículos estudados, é contraditório a imagem de independência e imparcialidade que a Mídia Ninja ostenta. Erros técnicos também incomodam ambos os veículos de comunicação. A distinção fica por conta do modo de produção jornalística. Enquanto os autores do Observatório entendem que esse novo modo de produzir jornalismo alterou o paradigma da profissão e trouxe benefícios, os autores do Globo criticam essa nova linguagem.

Por fim, interessante perceber que mesmo sendo um veículo conservador, houve uma igualdade na questão de ser jornalismo ou não. Opiniões divergiram e se equilibraram, com 33% por autores considerando que a Mídia Ninja faz jornalismo.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Imprensa informativa**. São Paulo, Editora Folco Masucci, 1969.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro, Agir. 1960

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo**. São Paulo, Editora Summus.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Monitores de Mídia – como o jornalismo catarinense percebe os seus deslizes éticos**. São Paulo, Editora UFSC: 2003

COGGIOLA, Osvaldo. **O Brasil foi pra rua: e agora?** São Paulo, Editora EP: 2013.

COSTELLA, Antônio F. **O controle da informação no Brasil**. Petrópolis, Editora Vozes Limitadas: 1970.

ERBOLATO, Mário L. **Dicionário de propaganda e jornalismo**. Campinas, Papirus.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. São Paulo, Editora Ática. 2008

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo, SP: Contexto, 2008.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, Hipermídia, as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo, Editora Contexto: 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, Editora Atlas, 2009.

KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, ética e liberdade**. 3.ed. São Paulo, SP: Summus, 1997.

LAGO, Cláudia. BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, Editora Vozes, 2010.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo, Editora Atlas, 2003.



LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Editora 34: 1999.

MARTINS, Ana Luiza. LUCA, Tânia Regina. **História da imprensa no brasil**. São Paulo, Editora Contexto: 2008.

MARTINS, Gerson Luiz. **Análise do Observatório da Imprensa: Proposta de criação de Media criticism em Campo Grande (MS)**. Campo Grande, UFTM: 2010.

MORAIS, Marluce Jácome. **Por dentro do Fora do Eixo: Uma das maiores redes de coletivos culturais do país**. São Paulo, ECA-USP, 2013

SCHREIBER, Anderson. **Direito e mídia**. São Paulo, Editora Atlas. 2013, pg.237 – 254.