



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**Comovidos:
engajamentos e emoções na Mídia NINJA**

Samária Araújo de Andrade

Brasília
2020



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Comovidos:
engajamentos e emoções na Mídia NINJA

Samária Araújo de Andrade

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília/UnB, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Doutora.

Orientador: Prof. Dr. Fábio Henrique Pereira.

Brasília
2020

AA553c Andrade, Samária
Co-movidos: engajamentos e emoções na Mídia NINJA. /
Samária Andrade; orientador Fábio Henrique Pereira. --
Brasília, 2020.
381 p.

Tese (Doutorado - Doutorado em Comunicação) --
Universidade de Brasília, 2020.

1. Jornalismo alternativo. 2. midiativismo. 3.
engajamento. 4. vínculos emocionais. 5. Mídia NINJA. I.
Pereira, Fábio Henrique, orient. II. Título.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

TESE DE DOUTORADO

Comovidos:
engajamentos e emoções na Mídia NINJA

Autor: Samária Araújo de Andrade
Orientador: Prof. Dr. Fábio Henrique Pereira

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Fábio Henrique Pereira (Presidente da Banca)
PPGCOM - Universidade de Brasília

Profa Dra. Dione Oliveira Moura
PPGCOM - Universidade de Brasília

Profa Dra. Christiane Girard Ferreira Nunes
PPGSOL – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Jacques Mick
PPGJOR/PPGSOL – Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. João José Azevedo Curvello (suplente)
PPGCOM – Universidade de Brasília

APRESENTAÇÃO E AGRADECIMENTOS

Desde que me lembro, quis trabalhar com algo em que eu pudesse escrever. Na escola, as aulas em que eu escrevia eram as que me davam vontade de voltar no dia seguinte. A primeira escola, no interior do Piauí, era uma sala improvisada, montada por uma prima que queria ser professora e recebia as crianças da vizinhança. Os desenhos fortes das primeiras letras furavam a folha de papel, denunciando minha falta de habilidade com o lápis e a precariedade da escola, com sua mesa de madeira irregular.

Como tantos outros, não me arrisquei a ser escritora. Mas entendi que o jornalismo podia ser um caminho. Tornei-me jornalista e, depois, querendo entender melhor aquilo que eu fazia, professora e pesquisadora de jornalismo.

Sou de uma geração que viu o Nordeste esquecido de qualquer política pública de Estado, onde a desigualdade reinava e era naturalizada. Meus pais sempre se preocuparam com estudo, nunca faltou comida, roupa e o que podíamos ter em casa. Mas é verdade que teve um tempo, mais apertado, em que meu pai cortou ao meio alguns cadernos, para que eu os pudesse dividir com minha irmã mais velha e, assim, ninguém ficaria sem estudar. Essas experiências, a gente só entende depois, constituem parte do que somos e carregamos para a vida inteira.

Dessa forma, o jornalismo e a pesquisa que quis fazer e me interessam sempre foi de viés crítico, ligado às questões sociais, culturais e políticas, observando as desigualdades, respeitando as diferenças, compreendendo as humanidades, admirando os movimentos sociais, querendo saber o que a comunicação podia fazer e onde estava falhando.

Minha formação tem lacunas difíceis de preencher, onde estão autores e textos fundamentais que, parece, nunca vou acabar de conhecer. Também não falo outras línguas. Porém, a vontade de estudar me fez terminar esse ciclo do doutorado lendo livros inteiros em inglês, francês e espanhol. Claro, com um bom dicionário ao lado.

A minha geração também viu o Nordeste passar a ser visto e as universidades públicas, depois de quase privatizadas, serem recuperadas e passarem a fazer pesquisa – sim, aquilo não era luxo, podia existir para nós também! E era uma necessidade, ainda que, infelizmente, continue um privilégio.

Vi minha filha indo estudar na França pelo programa Ciência Sem Fronteiras. Me permiti mudar de Estado – pela primeira vez – e para estudar. Minha filha mais nova, hoje, é também estudante da UnB.

Vindo de onde vim e tendo visto o que eu vi, as questões políticas não podem deixar de me atravessar.

Vim para a UnB, uma universidade criada por Darcy Ribeiro em prédio projetado por Oscar Niemayer, com um histórico de luta e posicionamento e com todas as simbologias que fazem isso tudo repercutir na gente. Vim para Brasília justo em 2016, ano do golpe parlamentar-jurídico-midiático que abriu espaço para todo tipo de caos que tem rondado nosso país desde então.

Mas 2016 foi o ano que eu queria estar em Brasília. Perdi as contas de quantas vezes descii a Esplanada dos Ministérios, em protestos. Fui em ocupação de escola de ensino médio e na própria UnB, participei de assembleias e de aulas públicas de ocupação. No protesto mais violento, na Esplanada, corri com medo de helicóptero e para escapar de bombas de gás. Cruzei várias vezes com a *Mídia NINJA*, quando ainda nem sabia que estudaria o que os mantêm unidos e em ação. Numa dessas ocasiões, apenas três veículos de comunicação poderiam entrar numa sala para entrevistar Boaventura de Sousa Santos, que acabava de dar uma palestra na Associação de Docentes da UnB. Usando o nome da *Revestrés*, consegui ser um desses veículos. Entre os outros dois estava a *Mídia NINJA*. Perguntei ao estudioso português o que os coletivos de comunicação, como a *NINJA*, poderiam fazer para sobreviver. Avisei ao ninja presente: você fica me devendo essa.

Nada do que fiz até aqui foi individual, nada é mérito somente meu, tudo é coletivo. E por isso tenho muita gente a quem agradecer.

Agradeço a meu orientador, exigente, sério, interessado, incansável e que, nesse processo, por vezes acreditou mais em mim do que eu mesma. Mais jovem que eu, mas mais experiente, confiante nos caminhos que a pesquisa abria. Se esse trabalho hoje é possível, isso se deve em grande parte a ele. As possíveis falhas são de minha responsabilidade.

Agradeço aos professores da banca examinadora, pela disponibilidade de tempo para avaliarem essa pesquisa e pelas contribuições e/ou críticas que vierem.

Sou grata a todos os entrevistados desta pesquisa, que me cederam seu tempo e foram fundamentais para que esse estudo se concretizasse.

Sou grata a todos os professores de Comunicação na UnB, que muito me ajudaram nesse processo, com destaque para aqueles com quem tive aulas: da Comunicação: Elen Geraldine, João Curvello, Liziane Guazina, Fábio Pereira e Célia Ladeira; da Sociologia, Christiane Girard. O conhecimento e o acolhimento de vocês me ajudam e me engrandecem.

Agradeço às secretárias, Regina e Carol, e ao espaço administrativo, que sempre colaboraram comigo ajudando, com gentileza, a resolver pendências e burocracias.

Sou grata a todos os amigos de pós-graduação, com quem compartilhei aulas, corredores, almoços, dúvidas, angústias, biblioteca, xerox, feijoada do RU, grupo de WhatsApp e as cadeiras de plástico nos bares de alguma comercial. Não posso deixar de nomear os que trago junto a mim: Lizely, Viviane, Vanessa Moraes, Tita, Elizângela, Nayara, Victor, Vitor, Angélica e Paulo.

Sou grata a Vanessa, por nós nomeada de “a elegante”, e que partiu antes de terminarmos essa etapa. Mas que está em Brasília toda, o tempo todo. Ela me abriu sua casa, me apresentou os amigos e dividiu um pouco de sua vida comigo.

Agradeço a Valdiner e Luciana, meus primos queridos, que tive a felicidade de reencontrar em Brasília. Os primeiros a me receberem e que, ao lado de Vanessa, foram um pouco a minha família no planalto central.

Sou grata à UESPI, minha Universidade Estadual do Piauí, à administração, a meus companheiros professores e aos estudantes, que me possibilitaram o afastamento da sala de aula para cumprir esse tempo de estudos.

Sou grata à UFPI, onde comecei minha formação e espaço em que, mais do que estudos, sempre encontrei amigos e incentivos.

Agradeço a meu tio Odival, generoso, que um dia me tirou de Piripiri e levou para estudar na capital do Piauí.

Aos meus pais, Terto e Jisú, e a meus irmãos, Sandra, Karla e Kleber, que estão comigo a cada passo que dou.

E, por fim, a meu André, as nossas Amina e Amora. Eu não teria feito nada sem vocês, para quem eu quero sempre ser melhor e para onde gosto de voltar. Eu viria de novo, mas voltaria ainda mais vezes. Que a gente possa, agora, descansar um pouco – vocês participaram de cada momento ao meu lado – e até sorrir de algumas histórias. Como aquele dia em que eu, já aprovada, tive medo de vir e argumentei: no Piauí todo mundo fala comigo; em Brasília, não sou ninguém.

Agora, volto doutora.

“A gente lançou a *Mídia NINJA* em março de 2013. Em abril eu fui dar uma palestra no simpósio de História da Comunicação, na UFOP, aí apresentei, falei de coberturas em tempo real, mostrei fotos, toda empolgada e tal. No fim uma menina levantou a mão e disse ‘eu acho muito legal tudo isso aí que você falou, muito bacana. Mas vocês têm quatro mil seguidores, como é que vocês acham que estão fazendo a diferença no mundo com isso?’ E aí, um mês depois, explode junho e as ruas e a gente sai de quatro mil pra 300 mil seguidores de uma vez.”

Raíssa Galvão, ninja.

“A *Mídia NINJA*, tal como as Jornadas de Junho, é um fenômeno – e os fenômenos precisam ser observados, comparados, referenciados, discutidos. Sobretudo aproveitados.”

Alberto Dines, jornalista

“Odeia a mídia? Seja a mídia!”

Jello Biafra, ex-vocalista da banda de punk rock Dead Kennedys, dos EUA. A frase foi usada como slogan pela experiência *Indymedia*

“Sentir permite fazer”

Le Cam e Ruellan, autores do livro *Émotions de journalistes*

RESUMO

Os coletivos de comunicação são atores heterogêneos que proliferaram na arena da comunicação do século XXI, fruto de mudanças sociotécnicas, apresentando-se como mídia alternativa e independente, em oposição à mídia hegemônica, adotando novos processos colaborativos e horizontalizados e atraindo profissionais e amadores da comunicação em diferentes graus de adesão. Esta pesquisa se interessa em investigar como as pessoas aderem e permanecem engajadas nos coletivos de comunicação, essa experiência exigente que, na maioria das vezes, não garante remuneração formal e disputa espaço com atores da imprensa convencional, consolidados e reconhecidos ao longo do século XX. É analisado o engajamento dos participantes na *Mídia NINJA*, coletivo que ganhou protagonismo e estimulou o surgimento de outras iniciativas, seguindo único na adoção de casas coletivas onde os participantes vivem e trabalham e de caixa coletivo para as despesas. Os esforços teóricos levam em conta os estudos sobre os novos movimentos sociais e têm como guia uma abordagem compreensiva baseada na Sociologia da Emoção. Aplica-se um conjunto de metodologias qualitativas, numa triangulação de métodos que contempla: a) observação direta, com adoção de caderno de campo, em atividades realizadas pela *Mídia NINJA* na casa coletiva (Imersão) e no ambiente da Universidade (Oficina); b) acompanhamento sistemático das publicações da *Mídia NINJA*; e c) 15 entrevistas em profundidade com jornalistas/midiativistas que participam de alguma forma desse arranjo. Como conclusão, reflete-se que o envolvimento com a *Mídia NINJA* implica em um laço emocional com um conjunto de práticas e com os outros membros, criando um compromisso em relação ao midiativismo e com o estilo de vida desse coletivo. Formados na relação com o outro, os laços entre os participantes são marcados por diferentes emoções – como desencanto, esperança, amor, ódio, alegria, constrangimentos - e pelos vínculos que emergem a partir dessa conformação, tendo na comunicação o aparato fundamental para manterem-se em agência, experienciando a vida que desejam. Os ninjas podem ser vistos como membros de uma comunidade *outsider* que busca construir uma vida alternativa, utilizando-se das emoções como força motriz e desenvolvendo novas formas de resistência, mas também de autorrealização, via uso da comunicação.

Palavras-chave: Jornalismo alternativo; midiativismo; engajamento; vínculos emocionais; *Mídia NINJA*.

ABSTRACT

Communication collectives are heterogeneous actors that proliferated in the 21st century communication arena, a result of sociotechnical changes, presenting themselves as an alternative and independent media, in opposition to the hegemonic media, adopting new collaborative and horizontal processes and attracting professionals and amateurs of communication in different degrees of adherence. This research is interested in analyzing how people join and remain engaged in communication collectives, this demanding experience that, most of the time, does not guarantee formal remuneration and disputes space with actors from the conventional press, consolidated and recognized throughout the 20th century. This thesis analyzes the modalities of the participants' engagement in *Media NINJA*, a collective that gained prominence and stimulated the emergence of other initiatives, remaining the only one in adopting collective houses where participants live and work and collective cash for expenses. Theoretical efforts take account of studies on new social movements and are guided by a comprehensive approach based on the Sociology of Emotions. A set of qualitative methodologies is applied, in a triangulation method that contemplates: a) direct observation, with the adoption of a field notebook, in activities carried out by *Media NINJA* in the collective house (Immersion) and in the University environment (Workshop); b) systematic monitoring of the publications of *Media NINJA*; and c) 15 in-depth interviews with journalists/media activists who participate in this arrangement in some way. As a conclusion, it is reflected that the involvement with *Media NINJA* implies an emotional bond with a set of practices and with other members, creating a commitment in relation to media activism and with the style of this collective. Formed in the relationship with the other, the bonds between the participants are marked by different emotions - such as disenchantment, hope, love, hate, joy, constraints - and by the bonds that emerge from this conformation, having in communication the fundamental apparatus to remain in action, experiencing the life they desire. Ninjas can be seen as members of an outsider community that seeks to build an alternative life, using emotions as a driving force and developing new forms of resistance, but also self-realization, through the use of communication.

Keywords: alternative journalism; media activism; engagement; emotional bonds; *Media NINJA*.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
Capítulo I: CONTEXTOS SOCIO-HISTÓRICOS	25
1.1. Transformações sociotécnicas.....	25
1.2. Emergência dos novos alternativos.....	30
1.2.1. Movimentos de influências e Junho de 2013.....	32
1.2.2. Fora do Eixo e <i>Mídia NINJA</i>	36
1.3. Formas de financiamento.....	40
1.4. Disputas e tensões.....	44
Considerações sobre este capítulo.....	47
Capítulo II: PROPOSTA DE FILIAÇÃO: de onde vem o fenômeno?	48
2.1. Novos Movimentos Sociais.....	48
2.2. Jornalismo alternativo e o aparecimento do midiativismo.....	54
2.3. Cultura <i>Hacker</i>	58
2.4. Comunidades alternativas e o surgimento do “comum”.....	61
Considerações sobre este capítulo.....	64
Capítulo III: ABORDAGEM TEÓRICA: a dimensão das emoções	66
3.1. Razão e emoção.....	67
3.2. Sociologia das emoções.....	70
3.2.1. Método e objeto em emoção.....	73
3.3. Vínculos sociais e reciprocidade.....	76
3.4. O gosto em Hennion.....	80
3.5. A emoção no jornalismo.....	82
Considerações sobre este capítulo.....	83
Capítulo IV: METODOLOGIA: Dados e ferramentas de análise	86
4.1. Observação direta.....	87
4.1.1. Imersão FdE/ <i>Mídia NINJA</i> Centro-Oeste.....	89
4.1.2. Oficina <i>Mídia NINJA</i>	97
4.1.3. Conquistar a confiança.....	99
4.2. Etnografia virtual.....	100
4.3. Entrevistas.....	104
4.4. Codagem e triangulação.....	111
Capítulo V: ENTREATO A CAMINHO DA ANÁLISE	113
5.1. Diferenciais do formato coletivo e da <i>Mídia NINJA</i>	113
5.1.1. Práticas colaborativas.....	114
5.1.2. Tendência a horizontalidade.....	118

5.1.3. Não neutralidade.....	124
5.1.4. Casas coletivas e caixa coletivo.....	131
Considerações sobre este capítulo.....	135
Capítulo VI: SENTIMENTOS DA DUALIDADE NÓS VERSUS ELES: amamos nós, odiamos eles.....	139
6.1. A oposição Nós x Eles.....	139
6.1.1. Eles, “os canalhas da mídia”.....	140
6.1.2. Eles, os inimigos político-ideológicos.....	145
6.1.3. Nós, as mídias independentes.....	148
6.1.4. Nós, os movimentos sociais.....	151
6.1.5. Nós, os ninjas.....	152
Considerações conclusivas: O que a dualidade nós x eles faz sentir e faz fazer?.....	155
Capítulo VII: SENTIMENTOS DE ESPERANÇA.....	158
7.1. Desencanto.....	158
7.2. Esperança utópica.....	161
7.2.1. Entusiasmo ativista.....	165
7.3. Esperança de ser um outro.....	169
7.4. Sentimento de incerteza.....	175
Considerações conclusivas: o que o sentimento de esperança faz sentir e faz fazer?...	178
Capítulo VIII: AMOR INTENSO: vínculos sociais e afetivos, pressões e constrangimentos.....	182
8.1. Interdependência e reciprocidade.....	182
8.2. Amor, amizade e intensidade.....	191
8.3. Orgulho da própria história.....	198
8.4. Prazer e alegria: tudo pode ser festa.....	204
8.5. Pressões e constrangimentos: nem tudo é festa.....	206
Considerações conclusivas: o que o vínculo intenso faz e faz fazer?.....	208
Capítulo IX: CONCLUSÕES.....	212
REFERÊNCIAS.....	218
ANEXOS.....	232

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Recortes da etnografia virtual, com descrição sobre o que tratam e período.....	102
Quadro 02: Nome, idade, origem, local onde vive, formação e função do participante.....	105
Quadro 03: Local, data, modo e duração das entrevistas.....	109

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Roda de conversa na Imersão FdE/ <i>Mídia NINJA</i>	90
Figura 2: Almoço preparado coletivamente na Imersão FdE/ <i>Mídia NINJA</i>	90
Figura 3: Almoço preparado coletivamente na Imersão FdE/ <i>Mídia NINJA</i>	91
Figura 4: Recados sugerem a colaboração nos cuidados com a casa.....	91
Figura 5: Os participantes dormiam na casa ou em barracas no quintal.....	92
Figura 6: Participantes assistem vídeo com coberturas da <i>Mídia NINJA</i>	93
Figura 7: Mesa improvisada para carregar baterias de celulares e câmeras.....	93
Figura 8: Mesa com equipamentos.....	94
Figura 9: Participantes da Imersão FdE/ <i>Mídia NINJA</i>	95
Figura 10: Participantes da Imersão FdE/ <i>Mídia NINJA</i>	95
Figura 11: Sônia Guajajara, liderança indígena, no centro da foto, e outros representantes de movimentos sociais.....	96
Figura 12: Oficina <i>Mídia NINJA</i> na UnB.....	97
Figura 13: <i>Mídia NINJA</i> , sobre rompimento da Barragem de Brumadinho.....	127
Figura 14: divulgação do “Cinema ao Vivo”.....	128
Figura 15: Oliver Kornblihtt com estudantes de jornalismo da UnB, dia 12 de maio de 2019, três dias antes da manifestação #15M.....	129
Figura 16: Galeria de imagens do #15M.....	129
Figura 17: Oficina online de fotografia em manifestações.....	130
Figura 18: <i>Mídia NINJA</i> , sobre matéria da <i>Folha de S. Paulo</i>	141
Figura 19: <i>Mídia NINJA</i> , sobre cobertura da <i>Globo News</i>	142
Figura 20: <i>Mídia NINJA</i> , sobre marcha contra a <i>Rede Globo</i>	143
Figura 21: <i>Mídia NINJA</i> , sobre cobertura do <i>Jornal Nacional</i> , <i>TV Globo</i>	143
Figura 22: <i>Mídia NINJA</i> , sobre cobertura de grandes meios de comunicação no Congresso Nacional.....	144
Figura 23: <i>Mídia NINJA</i> , cobertura do protesto Ocupa Brasília.....	145
Figura 24: <i>Mídia NINJA</i> , sobre Manifestante sendo agredida em protesto na avenida Paulista.....	146
Figura 25: <i>Mídia NINJA</i> , sobre falsa formação acadêmica da Ministra Damares.....	147

Figura 26: <i>Mídia NINJA</i> compartilha conteúdo do <i>Jornalistas Livres</i> em manifestação em Brasília.....	149
Figura 27: <i>Mídia NINJA</i> compartilha vídeo do <i>Jornalistas Livres</i> sobre acampamento Lula Livre em Curitiba.....	149
Figura 28: Jornalistas de mídia alternativa entrevistam Lula dentro do ônibus da Caravana Lula pelo Brasil.....	150
Figura 29: Pablo Capilé, sobre “família” Ninja.....	153
Figura 30: Lenissa Lenza, sobre vida coletiva.....	168
Figura 31: Lenissa Lenza, sobre vida coletiva.....	170
Figura 32: Dríade Aguiar, sobre passeio em família.....	174
Figura 33: Cronograma de revezamento nas casas coletivas, com atividades e responsáveis.....	184
Figura 34: Recados com estímulos à corresponsabilidade.....	185
Figura 35: Almoço servido coletivamente.....	186
Figura 36: Criança ao lado de Pablo Capilé na Imersão FdE/ <i>Mídia NINJA</i> . Na cadeira, Maria Zezé, Coordenadora do MTS.....	187
Figura 37: Tabela com atividades relativas às crianças da casa.....	188
Figura 38: brinquedos artesanais de crianças da <i>Mídia NINJA</i>	188
Figura 39: Sobre aniversário de criança criada coletivamente.....	189
Figura 40: Raíssa Galvão, sobre sentimentos junto ao coletivo.....	192
Figura 41: Ricardo Targino, sobre sentimentos junto ao coletivo.....	192
Figura 42: “Domingo em família”.....	195
Figura 43: mesa de trabalho na casa coletiva de Brasília.....	196
Figura 44: Ambientes de trabalho como espaços de vida familiar.....	197
Figura 45: Pablo Capilé, sobre estarem juntos há mais de dez anos.....	199
Figura 46: Oliver Kornblihtt, sobre dois anos de golpe no Brasil e a cobertura da <i>Mídia NINJA</i>	200
Figura 47: Talles Lopes, rememora inauguração de casa coletiva em Belo Horizonte...201	201
Figura 48: Lula tomou um banho de povo, cobertura colaborativa da Caravana Lula pelo Brasil.....	202
Figura 49: Jogos e atividades lúdicas.....	204
Figura 50: Arraial junino.....	205
Figura 51: Ninjas na casa coletiva celebrando a amizade.....	206

INTRODUÇÃO

1. Apresentação

Os coletivos de comunicação são atores heterogêneos que se disseminaram no século XXI autodefinindo-se como mídias alternativas e independentes e colocando-se em oposição a modelos hegemônicos de comunicação de formato empresarial. Lançando mão de ferramentas tecnológicas, produzem conteúdos em diferentes arranjos, geralmente em formatos mais horizontalizados, muitas vezes de forma colaborativa. Ao se definirem como alternativos, procuram narrativas, processos e posturas diferentes da chamada grande mídia. Ao se proclamarem independentes, buscam fugir das formas tradicionais de financiamento das organizações de mídia, que recorrem principalmente à publicidade paga.

A tarefa não é simples, uma vez que se colocam em um campo dominado por um modelo estabelecido. No Brasil, ao longo do século XX são definidos os parâmetros da profissão jornalística e os chamados grandes veículos de comunicação são reconhecidos como os que têm legitimidade para organizar e contar os fatos. Não significa, porém, que não enfrentem oposição em vários momentos. A insatisfação com a mídia empresarial fez surgir, ao longo da história, diferentes experiências de veículos alternativos de comunicação. Nas primeiras décadas do século XXI, essas experiências se materializaram, entre outras formas, nos coletivos de comunicação que, no Brasil, têm seu momento de difusão com as manifestações de Junho de 2013, quando ocorrem os maiores protestos de rua no país desde o movimento pelo impeachment do ex-presidente Collor de Melo (1992).

Junho de 2013 guarda semelhanças com manifestações insurgentes que aconteceram pouco antes no mundo, como as ocorridas na Tunísia, Egito, Líbia (conhecidas como Primavera Árabe), em vários países da Europa (como Indignados, na Espanha) e nos Estados Unidos (Occupy). Todos esses movimentos apresentaram-se sem liderança formal, ocuparam espaços públicos nas cidades e fizeram uso intenso de Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), com destaque para as mídias sociais, tanto como instrumento de mobilização como de construção de narrativas próprias sobre os eventos (ALVES, 2012; CASTELL, 2013; GOHN, BRINGEL, 2014; GOHN, 2015).

Em muitos países a ocupação de espaços públicos se estendeu por dias ou meses, fazendo da própria permanência no local uma crítica à desigualdade de espaços e uma

forma de exigir visibilidade. Muitos desses movimentos globais deram ênfase a uma crítica política e ao capitalismo global, posicionando-se como anticapitalista.

Essas vertentes ficaram mais dispersas nas manifestações brasileiras, onde as ocupações de rua se deram de modo temporário, enquanto ocorriam protestos, mas se caracterizaram pela extensão por uma grande quantidade de cidades por todo o país. A princípio, em São Paulo, convocadas pelo MPL – Movimento Passe Livre, são contra o aumento da tarifa de ônibus, logo depois apontando uma pauta difusa, que reclamava problemas públicos como locomoção nas cidades, saúde, educação e segurança.

Enquanto os veículos de comunicação da mídia convencional foram expulsos dos atos de protestos pelos manifestantes, que rejeitavam formas de representação e modelos instituídos – de partidos políticos a mídia - os coletivos encontraram espaço e tomaram para si a tarefa de contar o que estava acontecendo. Eles operavam em rede, descentralizados, com jornalistas e amadores, equipados com celulares, com transmissões ao vivo via internet e uma crescente utilização da rede social Facebook no Brasil. Pregavam a ação direta e o acesso livre a todo o conteúdo. Se diferenciaram de características e dinâmicas de movimentos sociais clássicos, que atuam por uma via mais institucional, enquanto os coletivos são mais autônomos, sugerindo um movimento social de tipo novo.

Quem capitalizou esse modelo foi a *Mídia NINJA*, sigla para Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação, autor de grande parte das imagens que circularam e responsável por muitas transmissões em tempo real dos primeiros atos de protestos. Embora o formato coletivo de comunicação já apresentasse experiências desde os primeiros anos do século XXI, é em 2013 que ele ganha uma escala até então inimaginável, novidade para quem o produzia e para o público.

A *Mídia NINJA* foi criada a partir do Fora do Eixo (FdE), rede de coletivos direcionada à produção de eventos musicais, criada em 2005, em Cuiabá, Mato Grosso. A *NINJA* herdou experiências e processos do FdE e conseguiu adesão dos manifestantes, que, em grande parte, colaboraram voluntariamente com as transmissões e coberturas. Desde o início, esse coletivo questionou a mídia corporativa e reivindicou a comunicação como um direito público, inspirando o surgimento de outras iniciativas, algumas fazendo uso do nome Ninja, ainda que não tivessem vinculação direta com o grupo original.

Impossibilitada de cobrir os protestos na rua, a mídia empresarial usou imagens da *Mídia NINJA*, que ganhou visibilidade, virou pauta em meios de comunicação dentro

e fora do Brasil, e foi também questionada. Era um novo sujeito, vindo não se sabia direito de onde, com que capacidades e interesses, explodindo na arena da comunicação.

Junho de 2013 tem diferentes interpretações e sua origem, significados e repercussões seguem em disputa. Aqui, não nos interessa discutir este evento em específico, mas citá-lo como momento de emergência dos coletivos de comunicação no Brasil, quando manifestações de rua que já possuíam natureza narrativa pautam os coletivos e fazem com que ambos – eventos e cobertura – impulsionem um ao outro.

2. Problema de pesquisa

Esta pesquisa parte da curiosidade inicial de tentar compreender o engajamento emocional dos indivíduos nos coletivos de comunicação. O objetivo é investigar que elementos atuam nos processos que fazem as pessoas aderirem e permanecerem participando dessa experiência exigente, em que atuam muitas vezes sem remuneração formal, disputando espaço e legitimidade com veículos de comunicação largamente reconhecidos e com grande poder de produção e difusão de informação.

A escolha da *Mídia NINJA* se deve ao protagonismo e permanência que ela tem alcançado, quando, mesmo enfrentando dificuldade em definir formas de financiamento que lhe garanta longevidade, consegue manter uma mobilização que permite sua existência.

A *Mídia NINJA* se autodefine como jornalismo, mas não se restringe a essa definição e afirma ser também midiativismo, como exposto no site do coletivo:

*A Mídia NINJA é jornalismo? Sim. O Jornalismo é uma das ferramentas e linguagens que utilizamos para levantar temas e debates fortalecendo narrativas que não tem visibilidade nos meios convencionais de comunicação. Mas para além de jornalismo fazemos midiativismo.*¹

Quando diz fazer jornalismo, a *NINJA* dialoga com uma prática de *ethos* reconhecido, mas também permeada por movimentos de mudanças e permanências (LE CAM; PEREIRA; RUELLAN, 2015). Quanto diz fazer midiativismo, se refere a um conceito surgido a partir de meados dos anos 1990 e popularizado nos anos 2000, com a difusão da internet. O conceito se relaciona a um novo movimento social, com intenso uso de TICs, partindo para ações diretas que fomentam a democratização e acesso público

¹ Disponível em: <https://midianinja.org/perguntas-frequentes/>. Acesso em: 18 nov. 2018.

à mídia e conseguindo formar um campo comunicacional extra-grandes meios de comunicação (PASQUINELLI, 2002; MALINI, ANTOUN, 2013).

Ainda que se constitua em um objeto mutante, que tem alterado formas e práticas ao longo do seu desenvolvimento, a *Mídia NINJA* preserva algumas características que são comuns a outros coletivos, como a construção de uma narrativa alternativa à apresentada pelas mídias empresariais, a oposição à estas, o trabalho colaborativo, a tendência à descentralização e horizontalidade, a não neutralidade nos relatos, o acesso livre a todos os conteúdos. Por outro lado, esse coletivo assumiu um modelo que segue inédito nesse campo, ainda que tenha sido utilizado em outras comunidades alternativas: a adoção de casas coletivas onde vivem e trabalham e de caixa coletivo para as despesas. A *NINJA* tem cerca de 50 participantes fixos – vivendo nas casas coletivas - e uma quantidade flutuante de colaboradores eventuais que pode chegar a mil pessoas. Os ninjas fixos integram um modelo onde vida e trabalho se misturam e dão vazão a uma experiência comunitária que necessariamente inclui a emergência de emoções diversas e a formação de laços a partir do cruzamento dessas emoções.

Eles trabalham incessantemente, produzindo, recebendo e publicando informações, como numa redação que funciona 24 horas. Há mesas de trabalho arrumadas em círculo em algumas casas coletivas, como na de Brasília, mas os ninjas também podem estar no sofá de casa ou na cama, compondo um ambiente mais informal e familiar. Há divisão e revezamento em todas as atividades, desde as de cobertura, realização de oficinas, criação de projetos, até as tarefas domésticas, como limpar casa, recolher o lixo, lavar banheiros.

Nessa vida comunitária, não há quartos, camas ou roupas individuais. Dos objetos de trabalho aos pessoais, tudo pode ser compartilhado. Essas partilhas costumam ser discutidas e negociadas, dando lugar a algumas estratégias de convivência, como a criação da “gaveta do apego”, onde colocam roupas que não desejam partilhar.

Nesse mesmo ambiente coletivo de vida e trabalho criam as crianças que foram nascendo ao longo do processo e que são tidas como filhos coletivos, com responsabilidades compartilhadas e decisões tomadas em conjunto, ainda que seus pais sejam identificados.

Com todas essas novidades, constituem uma comunidade de afetos (KOURY, 2018), que exige uma compreensão para além das ideias de jornalismo e midiativismo que usam para se definir. Os estudos sobre profissão e sobre motivações políticas, mesmo que reconheçam a presença de componentes emocionais, se mostram insuficientes para

compreender o engajamento nesse agente coletivo, pois raramente se debruçam sobre adesões e motivações do nível pessoal.

Para dar conta desse problema, esta pesquisa analisa a adesão individual dos participantes, investigando como eles se relacionam entre si e com a experiência do coletivo, que não é mídia convencional nem é como as mídias alternativas anteriores, mas se organiza em torno da mídia, ao tempo em que consegue um engajamento continuado dos participantes, em condições novas e constituindo uma convivência atravessada por emoções.

2.1 – Perguntas e objetivos de pesquisa

Para conduzir a investigação sobre o engajamento dos participantes nos coletivos de comunicação, a pergunta que norteia esta pesquisa pode ser enunciada da seguinte forma: como os indivíduos se envolvem num projeto de mídia alternativa como a *Mídia NINJA*, marcado por um estilo de vida particular, baseado em valores coletivos?

Com o objetivo já citado de investigar como as pessoas aderem e permanecem engajadas nos coletivos, a busca de respostas nos faz perseguir objetivos secundários, a saber: a) perceber que mecanismos são postos em prática para estimular a permanência na ação; b) observar como os participantes gerenciam valores pessoais, profissionais e políticos no ambiente de vida/trabalho; e c) explorar que tipo de vínculos eles constroem entre si e com as práticas desse tipo de mídia independente.

Nossa hipótese é que, se participar de coletivos como a *Mídia NINJA* obedece a um conjunto de motivações de fundo ativista, para além disso, engajar-se nesses agentes, implica em um envolvimento afetivo com suas práticas, com seus integrantes e com o estilo de vida que ele comporta.

O estudo do Jornalismo e da Comunicação que emergem das transformações do século XXI se tornou importante para a compreensão de várias áreas, o que favorece estudos interdisciplinares, como nesta pesquisa, que recorre a um duplo olhar: a) reconhece os estudos sobre novos movimentos sociais e as arenas públicas de ações coletivas (TOURAINÉ, 2005, 2011; CEFĂI, 2005, 2009, 2011; entre os brasileiros: GOHN; BRINGEL, 2014; GOHN, 2014, 2015, 2017); e b) se fundamenta nos estudos sobre as emoções, abordagem de caráter compreensivo, que reconhece as intersubjetividades e tem recebido maior atenção nas últimas décadas, em especial nos campos da Sociologia e Antropologia (ENRIQUEZ, 1999, 2001; SCHEFF, 2006; LORDON, 2015; AHMED, 2017; entre os brasileiros: SAFATLE, 2016; KOURY, 2018).

Tendo como ponto de partida conceitos de engajamento (DAHLGREN, 2011) e de vínculos (HENNION, 2004, 2011), procura-se compreender a forma como os ninjas associam sua participação nesse coletivo de comunicação a um projeto de vida e a necessidade de experimentar emoções e de construir vínculos e afetos. Para Hennion (2004), as coisas se tomam interessantes aos que se interessam por elas - e é por isto também que os modos de fazer, os procedimentos, as circunstâncias, o fato de se dedicar tempo, a colaboração com o outro, o que ele pensa sobre o que faz, tudo isto tem importância para compreender o envolvimento e os laços com alguma atividade.

Por fim, esta pesquisa ainda recorre a Le Cam e Ruellan (2017) e suas análises sobre as emoções experimentadas por jornalistas como capazes de dar sabor e sentido às atividades que desenvolvem.

Compreende-se que convocar um olhar que reconhece as emoções para analisar agências não é a única abordagem possível para a compreensão dos engajamentos nos coletivos. Há explicações de ordem econômica, tecnológica, política, ideológica e outras que vêm sendo observadas. Investigar as emoções, no entanto, permite uma abordagem nova, que tenta lançar luz sobre uma zona negligenciada na imensa maioria dos estudos. Além de convocar a perspectiva das emoções, esta pesquisa traz ainda a proposta de uma estrutura analítica a partir dessa abordagem.

Para conduzir essa investigação, empreendemos, entre 2017 e 2019, um conjunto de metodologias de caráter qualitativo que consistiram em: a) duas observações diretas de campo, participando de eventos organizados pela *Mídia NINJA*, com a utilização de caderno de campo, sendo: um evento de Imersão realizado durante quatro dias na casa coletiva de Brasília, e uma Oficina de Mídias Digitais direcionada a estudantes e novos participantes, ocorrida durante três dias na UnB; b) no acompanhamento sistemático de publicações da *Mídia NINJA* entre junho de 2016 e julho de 2019; e c) em 15 entrevistas em profundidade com participantes do coletivo em diferentes modalidades de envolvimento.

3. Justificativas

Ao estabelecer um fluxo paralelo ao da mídia de massa, os coletivos de comunicação constituem um momento distinto dos experimentados anteriormente por outras mídias alternativas, com novos modelos de organização e recursos, exigindo a atenção de estudiosos de áreas diversas uma vez que extrapolam o campo do jornalismo, esparramando-se por áreas vizinhas e também envolvendo os ativismos e a política. Essa

condição traz uma justificativa social que coloca os coletivos como objeto de estudo rico no cenário contemporâneo.

Entre esses coletivos, a *Mídia NINJA* se destacou como ator que ganhou projeção e exerceu influência sobre modos de fazer e/ou utilizar a comunicação. Logo, estudar a *Mídia NINJA* se justifica pela dimensão que ela alcançou e papel que passou a exercer. Na maioria das vezes, os estudos têm adotado uma perspectiva de dicotomia *mainstream*/alternativo; dominante/dominado; e/ou investindo em aspectos tecnológicos ou tentando observar processos e práticas que se aproximam ou se distinguem da chamada mídia empresarial. Foletto (2017), ao observar o crescimento dos estudos sobre os veículos alternativos de comunicação do século XXI, aponta que eles se concentram em: tentar compreender de que modo são feitas as coberturas, que tecnologias empregam, que tipo de organização adotam, como – e se - se diferenciam do jornalismo produzido pelos veículos tradicionais.

Ao se concentrar nessas áreas de análise, os estudos têm passado ao largo da busca de compreender as pessoas envolvidas nessas experiências, as motivações para adesões e permanências. Assim, esta pesquisa também se justifica por lançar luz sobre uma zona que permanece obscura ou negligenciada nos estudos: compreender como as pessoas aderem e se mantêm engajadas nesses arranjos de comunicação.

Analisar engajamentos pode se beneficiar das descobertas já produzidas, mas pouco pode avançar na compreensão deste aspecto importante do fenômeno dos coletivos se ignorar a investigação de como os participantes estabelecem relações, que mecanismos usam para manterem-se juntos, que vínculos criam. Assim, esse estudo é sobre uma lacuna e, dessa forma, também se justifica pela abordagem proposta, que busca trazer novas contribuições para a compreensão do fenômeno, sob uma chave interpretativa diferente, reconhecendo a presença e o papel de laços emocionais.

Uma última justificativa, de ordem mais pessoal, se deve a minha origem de jornalista e professora e pesquisadora de jornalismo “fora do eixo”. Geograficamente, produzo longe dos maiores centros do Brasil: sou professora de jornalismo no Piauí, na Universidade Estadual do Piauí. Como jornalista, me interesso por temas e pautas que muitas vezes continuam marginalizados pelos maiores veículos. Essas pautas encontram espaço no veículo de comunicação que edito junto a amigos comunicadores e professores: uma revista impressa bimestral de cultura e temas ligados a racismo, discussões de gênero, direitos humanos - pautas que os coletivos utilizam com regularidade - bem como

literatura, música e cinema, resultando em entrevistas, matérias e reportagens produzidas com viés crítico encontrado mais comumente fora dos formatos *mainstream*.

A publicação, denominada *Revestrés*, que faz referência a ir de revés, contra a corrente, se constitui na nossa experiência de jornalismo alternativo, obrigando-me a compreender e testar desde o formato mais horizontalizado, a alegria da independência nas pautas, na linguagem e nas abordagens, até a angústia da dificuldade de recursos. Assim, essa pesquisa ainda se justifica tanto por minha afinidade pessoal com o modelo alternativo e independente, como pela busca de tentar compreendê-lo em seus vários aspectos.

4. A pesquisa em capítulos

Para apresentar as ideais investigadas nesta pesquisa, este trabalho está dividido nos capítulos que apresentamos a seguir:

O Capítulo I trata dos contextos sócio-históricos, destacando as transformações sociotécnicas e o cenário de mudanças políticas, sociais e culturais em que emergem os novos modelos alternativos de comunicação. É identificada a eclosão da *Mídia NINJA* e as disputas e tensões do modelo.

A *Mídia NINJA* como um novo movimento social é abordada no Capítulo II. Esse capítulo vai além disso e apresenta uma proposta de filiação para o fenômeno, que além de movimento social (a), elenca: jornalismo alternativo e midiativismo (b), cultura *hacker* (c), e comunidades alternativas e o conceito de comum (d).

Estes dois primeiros capítulos, que contextualizam e propõem uma filiação para a *Mídia NINJA*, têm uma importância basilar na compreensão do fenômeno.

No capítulo III tratamos da dimensão das emoções. Com base numa revisão de literatura discutimos os conceitos de razão e emoção e apresentamos estudos e autores de referência da Sociologia das Emoções, aludindo a métodos e objetos de pesquisa nesse campo. Esse capítulo se completa com a discussão de três conceitos importantes: vínculos sociais, estudo dos gostos e a emoção dos jornalistas.

A Metodologia qualitativa utilizada é o tema do capítulo IV, onde são descritas as ferramentas empregadas: a) observação direta, com o acompanhamento de atividades de Imersão e Oficina promovidas pela *Mídia NINJA*, utilizando caderno de campo; b) a etnografia virtual nas páginas da *Mídia NINJA* e de alguns de seus participantes; e c) as entrevistas em profundidade com 15 ninjas em diferentes graus de participação.

No Capítulo V avançamos numa pré-análise importante para maior aproximação com o formato coletivo. Nesta seção discutimos diferenciais significativos que esses atores assumem, como: práticas colaborativas, tendência a horizontalidade, não neutralidade e a adoção de casas coletivas e caixa coletivo – estes dois últimos sendo um modelo em especial da *Mídia NINJA*.

Nos três capítulos finais, de análise dos dados e apresentação dos resultados, discutimos três categorias de forças ativistas e emocionais que coexistem e se misturam na constituição dos laços sociais que explicam, nesta abordagem, o engajamento na *Mídia NINJA*. Cada categoria estará em um capítulo distinto e vai corresponder a uma emoção central e a sentimentos que se desdobram ou se ramificam e se enraízam a partir desta emoção central. Esses capítulos estarão assim separados e definidos: no Capítulo VI, a oposição “nós *versus* eles”, um motor que gera afinidades e alianças e define adversários; no Capítulo VII, o sentimento de esperança e como ele se ramifica; e no capítulo VIII, os sentimentos intensos gerados na convivência e que criam vínculos sociais e afetivos, mas também pressões e constrangimentos.

Por fim, dando título a investigação que aqui apresentamos, recuperamos a palavra “comovido”, que desde sua etimologia guarda as pistas para os rumos que essa pesquisa tomou: comover é emocionar e agir conjuntamente (co-mover), uma vez que as emoções, ao tempo em que nos movem, nos ligam a algo ou alguém.

Nesta tese, usamos a palavra NINJA em maiúsculo, como este coletivo usa em seu site, embora não haja uma regra definitiva e muitas vezes se veja o uso com letras minúsculas nas mídias sociais. Quanto a gênero, os ninjas se referem ao coletivo de modo propositalmente oscilante entre o masculino e o feminino (o NINJA, a NINJA), adotando a indeterminação de identidade de gênero. Nesta tese, adotamos preferencialmente o gênero feminino.

CAPÍTULO I. CONTEXTOS SOCIO-HISTÓRICOS

Este capítulo apresenta contextos socio-históricos destacando transformações e acontecimentos que permitem compreender a emergência de atores que se definem como mídia alternativa e independente ou livre nas primeiras décadas do século XXI. Essas mídias são essencialmente digitais, adotam práticas colaborativas e ativistas e adquirem novas configurações, se comparadas a experiências anteriores de mídias alternativas. O capítulo ainda destaca o papel das chamadas Jornadas de Junho para compreender a emergência desse formato de mídia no Brasil e, em especial no surgimento da *Mídia NINJA*, que põe em evidência e capitaliza o modelo dos coletivos de comunicação no Brasil.

1.1. Transformações sociotécnicas

Nas primeiras décadas do século XXI, novas modalidades de produção e circulação de informações levam em frente a proposta de disputar a narrativa dos acontecimentos públicos com veículos convencionais de comunicação, produzindo conteúdos em diferentes formatos e tipos de organização. Ao convocar em sua própria definição os termos “alternativo” e “independente” ou “livre”, colocam-se como alternativos aos chamados grandes meios de comunicação de formato predominantemente empresarial - na medida em que buscam uma outra narrativa para acontecimentos ou elegem pautas que consideram negligenciadas por estes - e independentes ou livres - quando buscam garantir independência editorial, derivada da independência financeira, por meio de formas diversas de financiamento.

Surgidos com as possibilidades dos avanços em comunicação e telecomunicações, se difundem com a ascensão das mídias sociais e dos *smarthphones*, sendo fruto de uma conjuntura onde pode se destacar, num primeiro momento, a redução no custo de criação de produtos jornalísticos, sobretudo via internet, que amplia a oferta de informações (MICK; TAVARES, 2017). No entanto, não se reduzem a explicações tecnológicas. Fígaro (2018), que vai chamar esses atores na arena da comunicação de “novos arranjos de trabalho dos jornalistas”, identifica que, no Brasil, eles têm um *boom* na primeira

metade dos anos de 2010, sendo resultado da confluência entre a disponibilidade tecnológica, a mobilização social e a crise no mundo do trabalho.

O cenário de capitalismo avançado, desde o final do século XX, com destaque para os processos de globalização e o formato neoliberal, havia conduzido ao crescimento de grandes empresas de comunicação pelo mundo e a difusão do formato empresarial de imprensa, estendendo a lógica capitalista a esse campo. Essa situação levou ao processo de concentração da mídia, organizando as empresas de comunicação nas mãos de poucas companhias, interditando a pluralidade de vozes, prejudicando a criação de um ambiente de circulação de informações mais democrático e privilegiando as maiores estruturas, com adoção de um discurso de estratégia empresarial (BOLÃO, 2000; MOSCO, 2009; BECERRA, MASTRINI, 2009; RAMONET, 2012).

O documento *Media Ownership Monitor* (MOM), que traz dados sobre a concentração midiática no mundo, coloca o Brasil como um dos países de maior concentração (MOM Brasil)². Publicado pelo Coletivo Intervozes e a organização Repórter Sem Fronteiras, em novembro de 2017, o estudo foi realizado em vários países com o objetivo de responder “quem controla a mídia em seu país?”. No Brasil, o estudo concluiu que apesar da diversidade regional e das dimensões continentais do território, quatro principais grupos de mídia concentram uma audiência nacional maior do que 70%, no caso da televisão aberta, meio de comunicação mais consumido no país.

Esse formato concentrado da mídia também se relaciona com o que Goes (2018) classifica como as três grandes marcas históricas do jornalismo brasileiro: 1) sua condição tardia como imprensa regular; 2) os longos períodos de censura; e 3) a oficialidade na produção. Essas marcas repercutem no modelo hegemônico de imprensa adotado e ajudam a consagrar um modelo de produção. Goes (2018) alerta que o termo “jornalismo de referência”, para se referir ao jornalismo praticado nas grandes companhias de comunicação, é comumente usado de modo acrítico e a-histórico, beneficiando as maiores organizações e marginalizando novas possibilidades.

As mudanças decorrentes da reconfiguração do capitalismo contemporâneo, no entanto, não só criam processos de concentração, mas também põem em evidência uma consequente reorganização produtiva, fazendo surgir novas relações, novos agrupamentos e formas de produção até então imprevisíveis (TOURAINÉ, 2005, 2011; HARVEY, 2011). Assim, o que resulta do espaço hiperconcorrido nas primeiras décadas

² Disponível em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/>. Acesso em: 28 abr. 2019.

do século XXI (CHARRON; DE BONVILLE, 2016), não é o desaparecimento dos atores de comunicação ditos menores, mas a proliferação de um modelo renovado de jornalismo alternativo e ativista. Na comunicação, a concentração dos grandes veículos, ao que parece, ao invés de sufocar agentes teoricamente mais marginais, provocou uma reação ao modelo dominante, permitida pelas novas condições sociotécnicas.

Os novos atores emergentes da segunda década do século XXI vão se abrigar em formatos variados. Podem ser individuais, em coletivo e cooperativas, de jornalistas ou de profissionais de comunicação, incorporando pessoas de outras áreas ou de caráter ativista - mobilizadas a partir de causas políticas e adotando práticas colaborativas, nas quais qualquer um pode produzir conteúdo (MICK; TAVARES, 2017).

Nem todos esses atores adotam viés progressista, como é o caso da *Mídia NINJA*.³ Esta segue o formato de coletivo de comunicação, com modelo colaborativo e práticas horizontalizadas. O formato coletivo da *Mídia NINJA* será abordado mais adiante.

A maior parte dos novos agentes de comunicação é composto predominantemente por jornalistas, segundo levantamento de vários estudos (RELATÓRIO PONTO DE

³ No livro *Manifestações e protestos no Brasil*, não por acaso com subtítulo *correntes e contracorrentes na atualidade*, Gohn (2017) cita movimentos sociais reacionários ou conservadores, a exemplo de Revoltados Online e Movimento Brasil Livre (MBL) e faz referência a suas respectivas experiências de comunicação, igualmente com tendências reacionárias ou conservadoras. Os atores conservadores se diferenciam dos progressistas por costumarem defender bandeiras clássicas do liberalismo como a predominância do indivíduo, o estado mínimo e a liberdade absoluta do mercado, muitos deles recebendo financiamento de grandes empresas e se organizando mais como empresas. Ainda diferem dos modelos progressistas por serem mais hierarquizados e ficarem à vontade com o crescimento menos orgânico, recorrendo a robôs, perfis falsos e compra de perfis, que ajudam na indexação do *Google*, buscando um efeito piramidal, de uso comum por agências de publicidade e na promoção digital de empresas (GOHN, 2017). Para Rovai (2018) essas experiências mais à direita não se propõem a fazer coberturas de caráter jornalístico, mas a divulgação de eventos e/ou posicionamentos se utilizando, especialmente, das novas possibilidades de *streaming* por celulares e fazendo uso dos chamados memes como instrumentos de ação política. Haller, Holt e Brosse (2019) observam uma crescente profissionalização dos grupos à direita e usam o termo “mídias alternativas de direita”, no entanto afirmam que o termo “alternativo” é mais utilizado para se referir a mídias que lutam por ideais progressistas e democráticos. Esses autores (2019) observam que as mídias de direita têm em comum com as progressistas o fato de estarem ligadas a grupos insatisfeitos por não se verem representados de forma justa pelo jornalismo *mainstream*, o que lhes confere um caráter fortemente reativo e de oposição. Em junho de 2019, a revista austríaca *Falter* publicou reportagem sobre o uso estratégico de meios de comunicação pela extrema-direita na Europa, verificado com maior intensidade desde 2016. A reportagem diz: “O alcance das publicações da extrema-direita, especialmente no seu formato online, chegou a uma tal ubiquidade na França que já foi cunhada uma expressão para a descrever: “fáchosphère”, uma esfera fascista na Internet.[...] De acordo com o site de análise e pesquisa Alexa, em 2016 sete dos dez sites políticos da Internet mais lidos na França pertenciam à extrema-direita.” A reportagem ainda diz que a extrema-direita, em muitos países da Europa, está construindo “uma máquina de propaganda na comunicação social disfarçada de ‘notícias alternativas’”. Esse ponto indica uma interpretação do termo “alternativo” similar ao que apontam Haller, Holt e Brosse (2019). As experiências em mídia de extrema-direita não são objeto de estudo nesta pesquisa. A reportagem da revista *Falter* está disponível em:

<https://www.publico.pt/2019/06/02/mundo/noticia/guerra-propaganda-europa-1874746?fbclid=IwAR1ChYMTKjorYHJRjubcjN-xHpSdNEJHHP-fxUraiAdWvDkme1cKVGy7PyM>. Acesso em: 02 jun. 2019.

INFLEXÃO, 2016⁴; FÍGARO, NONATO, KINOSHITA, 2017; FÍGARO, 2018). Os produtos que emergem nessas configurações revelam variados tipos de conteúdo, sendo o jornalismo uma de suas possibilidades, e também permitindo modificar práticas e processos do que se convencionou chamar jornalismo de referência, no sentido apontado por Goes (2018).

Mick e Tavares (2017) consideram que, na última década, se alargou a percepção de alguns setores da sociedade de que há um *gap* entre o que a mídia jornalística diz/faz e o que esses agentes acreditam que deva ser dito/feito. Tendo acesso aos instrumentos que permitem criar relatos por conta própria, surgem as diversas experiências para contar o cotidiano que não se vê no discurso do jornalismo da grande mídia, tomando para si a função de produzir significações sobre seus problemas e entorno.

Por desconfiarem da grande mídia⁵, muitos agrupamentos e associações passam a tentar construir um espaço público e uma comunicação autônoma, encontrando na internet e nas plataformas de redes sociais o caminho mais adequado, por ser mais rápido, interativo, horizontal, com poder de amplificação, independente dos veículos tradicionais de mídia, permitindo a desejada autonomia e organização em rede (CASTELLS, 2013).

A desconfiança sobre a mídia empresarial se associa a uma situação de crise do modelo de negócios do jornalismo e crise do trabalho do jornalista, relacionada as incertezas provocadas pela concentração, pela reestruturação produtiva e pela convergência de meios (FÍGARO, 2018).

No início dos anos de 2010, no Brasil, sucessivas demissões em massa de jornalistas de grandes veículos de comunicação⁶ e mais tarde também a extinção de publicações reconhecidas no mercado, a exemplo de diversas revistas da Editora Abril⁷, reforçaram a ideia de crise.

⁴ Disponível em: <http://data.sembramedia.org/>. Acesso em: 01 out. 2018.

⁵ O *Latinobarómetro* vem fazendo pesquisas sobre a credibilidade da imprensa em 18 países latino-americanos desde 2004. Nos últimos dez anos, dois terços dos entrevistados estavam de acordo com a afirmação de que os meios de comunicação “são frequentemente influenciados por instituições ou pessoas poderosas”. Inqueridos sobre a afirmativa de que “os meios de comunicação são suficientemente independentes”, apenas um quarto dos entrevistados concorda com essa premissa. Os meios de comunicação na Argentina, Brasil, Colômbia e México ficaram abaixo da média em credibilidade. *Latinobarómetro* é uma ONG sem fins lucrativos com sede em Santiago do Chile, responsável pela produção e publicação de dados. Disponível em <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>. Acesso em: 27 set. 2017.

⁶ Disponível em: <https://apublica.org/2013/06/revoada-dos-passaralhos/>. Acesso em: 25 abr. 2019.

⁷ Disponível em: http://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/80833/editora+abril+fecha+revistas+e+demite+jornalistas. Acesso em: 25 abr. de 2019.

A situação de crise não deixa de ser contraditória uma vez que as indústrias da mídia aparecem entre os dez maiores investidores do setor econômico na década, com investimentos pesados em tecnologia, o que sugere que o mercado não estaria em crise, mas redirecionando investimentos (LIMA, 2015).

Nesse contexto, Charron e De Bonville (2016) enxergam a atividade jornalística como um campo de reinvenção permanente. Esse pensamento leva Charron (2019) a sustentar que a crise não é do jornalismo, mas do financiamento da sua produção.⁸ Ou seja: a crise estaria no modelo de financiamento da empresa de jornalismo, mas não na relevância e centralidade da atividade. Tentando alargar a discussão para alterações amplas, não restritas a mudanças de plataformas ou modelos de negócio, Adghirni (2012) e Pereira e Adghirni (2011) usam o termo “mudanças estruturais no jornalismo”, alertando que o discurso sobre crise no jornalismo pode adotar uma perspectiva normativa, desautorizando novas práticas.

Le Cam, Pereira e Ruellan (2015) sustentam ainda que a ideia de crise seja um tema recorrente a percorrer a profissão, se preocupando mais com a figura do jornalista profissional e a corporação jornalística, enquanto a prática vem incorporando novas rotinas e sendo tensionada por atores heterogêneos. Ruellan (2011) advoga a favor de um movimento de descentralização do olhar sobre o “jornalista profissional”, de forma a que se aborde o jornalismo também a partir de suas margens.

O contexto que permite a emergência de novos atores reagindo ao concentrado campo da mídia é, assim, atravessado por diversos fenômenos, em que se articulam, além dos avanços nas TICs, discussões sobre crise na profissão jornalística, mudanças estruturais no jornalismo, a centralidade que a comunicação adquire, atravessando processos políticos, econômicos, sociais e culturais (BOLÃO, 2000; MOSCO, 2009; RAMONET, 2012) e o desgaste em modelos representativos que atinge estruturas e abala hierarquias, governos, escolas, partidos políticos (TOURAINÉ, 2005, 2011) e não poupa a mídia.

Isso tudo resulta no que Rovai (2018) vai chamar de “novo ecossistema midiático”. Nele se encontram *hubs* de redes: sites, perfis ou páginas com capacidade de organizar informação e a distribuir para grande número de pessoas na rede. Os veículos convencionais são *hubs*. Mas a grande novidade é que veículos alternativos, independentes ou livres se tornaram também produtores e distribuidores com audiências

⁸ Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/82397>. Acesso em: 02 jun. 2019.

relevantes. Nesse novo ecossistema vieram se somar diferentes atores, alguns que praticam “um jornalismo menos posicionado; alguns estão totalmente inseridos na lógica do *hardnews*, ou do jornalismo em tempo real; outros praticam uma cobertura mais fria e de viés interpretativo e explicativo” (ROVAI, 2018, p.171).

A experiência dos blogueiros, surgidos no final dos anos de 1990, pode ser considerada precursora desse “novo ecossistema midiático” (GUAZINA, 2013; LIMA, 2015; ROVAI, 2018). Surgidos como diários pessoais, os blogs logo se diversificaram e foram adotados por jornalistas que buscavam maior autonomia – sem a estrutura que a grande empresa exigia - e desejavam um *feedback* mais rápido com os leitores.

Para Rovai (2018), o surgimento e crescimento do jornalismo digital estaria dividido em fases. Na primeira, entre 1995 e 2001, estaria a difusão dos portais de notícias, a maioria ligados aos veículos de comunicação já existentes. Na segunda fase, entre 2001 e 2005, acontece uma explosão do jornalismo digital, que tem como marco o ataque às Torres Gêmeas, nos Estados Unidos, e como características um alargamento da base de leitores – que percebem que podem se informar via internet - e o crescimento de sites comerciais. Esse momento também é de certa desconfiança em relação ao novo meio e de investimentos ainda reduzidos. Os blogs se constituem numa terceira fase do jornalismo digital, alargando o ecossistema informativo.

A quarta fase, iniciada em 2010 e tornada forte em 2013, é a das plataformas de redes sociais e da mobilidade, que criam novos personagens associados a essas mudanças tecnológicas. Nessa fase ganham força os coletivos de comunicação como a *Mídia NINJA*, fazendo uso de plataformas como Facebook (a mais utilizada naquele momento). Os usuários da internet passam a se informar mais diretamente via esses novos canais do que pelos sites dos meios de comunicação, levando a uma hegemonia das plataformas. A quinta fase do jornalismo digital seria a do aumento de poder das plataformas, que mantêm um controle sobre a visibilidade do que é publicado, via algoritmos e manipulação de dados de modo desconhecido pelos usuários, interferindo no crescimento orgânico dos atores alternativos.

1.2. Emergência dos novos alternativos

Observando a onda de crescimento do jornalismo alternativo na América Latina, o relatório *Ponto de Inflexão* (2016)⁹, investiga o surgimento e crescimento de 100 veículos digitais na Argentina, Brasil, Colômbia e México nos últimos vinte anos. O relatório se refere ao formato como jornalismo alternativo, jornalismo digital, até nomes menos alternativos como *startups* de jornalismo digital e empreendedores digitais. Segundo o estudo, os jornalistas estão sendo impelidos a produzir jornalismo independente em países altamente polarizados do ponto de vista político e onde a propriedade de empresas de mídia é muito concentrada, com a publicidade governamental frequentemente usada para recompensar veículos de grande circulação.

O relatório destaca que ferramentas de *web design* mais fáceis de utilizar e o advento das mídias sociais tornaram possível o jornalismo digital quase que inteiramente com patrimônio e esforço próprio, conseguindo uma manutenção com fontes diversificadas de receitas e, em muitos casos, produzindo jornalismo de qualidade e/ou publicando histórias que outros meios de comunicação não podem (ou não iriam) cobrir, devido a controle do governo ou influência de interesses financeiros. Por fim, o relatório destaca uma ênfase no modelo coletivo na última década.

No Brasil, a *Agência Pública*¹⁰, criada em 2011, elaborou em 2016 o Mapa do Jornalismo Independente¹¹, uma base de dados que localizou 79 iniciativas em 12 estados brasileiros e no Distrito Federal. A seleção seguiu os seguintes critérios: iniciativas que nasceram na internet, fruto de projetos coletivos, que produzam primordialmente conteúdo jornalístico e não sejam ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas.

⁹ O Relatório *Ponto de inflexão – impacto, ameaças e sustentabilidade: um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos* (2016), foi produzido por *SembraMedia* - organização espanhola que se define sem fins lucrativos e estuda o crescimento de mídias alternativas digitais em países de língua espanhola. Ao desenvolver o relatório que levanta dados da Argentina, Colômbia e México, incluiu o Brasil pela proximidade da língua e geográfica e por observar o crescimento do modelo no Brasil. A produção do Relatório tem apoio da *Omidyar Network* - organização americana de investimento filantrópico que afirma defender a mídia independente e o jornalismo investigativo. A organização é uma das principais mantenedoras da Agência Pública no Brasil (veja adiante sobre a Agência Pública). O Relatório *Ponto de Inflexão* está disponível em: <http://data.sebramedia.org/>. Acesso em: 01 out. 2018.

¹⁰ A *Agência Pública* se define como sem fins lucrativos e com objetivo de produzir e publicar jornalismo investigativo alternativo com temas relativos aos direitos humanos. Suas reportagens são distribuídas gratuitamente para republicação sob a licença Creative Commons, que determina que o conteúdo pode ser publicado na íntegra, sem edições, e devendo trazer o nome da *Pública* e do autor da reportagem. Ela é mantida por organizações internacionais de investimento filantrópico como Ford Foundation (EUA) e OAK Foundation (Suíça), por patrocínio a projetos e eventos, editais e por financiamento dos leitores via *crowdfunding*. Disponível em: <https://apublica.org/transparencia/>. Acesso em: 25 out. 2019.

¹¹ Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em: 26 out. 2019.

Outro levantamento, produzido pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), somou ao Mapa do Jornalismo Independente da *Agência Pública*, outras informações, incorporadas por componentes do grupo de pesquisa, chegando a um banco de dados com 181 iniciativas no Brasil, sendo 70 em São Paulo (FÍGARO, NONATO, KINOSHITA, 2017).

Em 2018, o CPCT publicou o relatório final da pesquisa *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*, sob coordenação de Roseli Fígaro. Esta pesquisa, produzida entre 2016 a 2018, se concentra nas 70 iniciativas localizadas em São Paulo, citadas no levantamento anterior. A pesquisa afirma que profissionais estão criando “viabilidades para exercer o jornalismo, comprometidos com o bem comum, para além dos interesses econômicos” (FÍGARO, 2018, p.10). E revela diferentes linhas editoriais, distintas maneiras de organização e a reinvenção de rotinas produtivas, com a apropriação dos recursos das tecnologias digitais.

Nesse mesmo documento há uma reflexão sobre os termos alternativo – que remete à experiência histórica daqueles que buscam construir meios de comunicação contra-hegemônicos ou ao menos alternativo a outro já constituído – e independente – “que se configura na literatura como desvinculação política e econômica, como compromisso autocentrado” e que, mais especificamente no caso do jornalismo, “restringe-se à não vinculação com os interesses políticos vigentes e à ideia de neutralidade” (FÍGARO, 2018, p. 39). Em entrevista para essa mesma pesquisa, um integrante da *Mídia NINJA* adotou o termo independente para se referir ao seu trabalho e declarou não gostar do sentido de alternativo, que se assemelharia mais a um tipo “B” de produção, identificando algo menor, que desqualificaria o que produzem.

1.2.1. Movimentos de influências e Junho de 2013

O surgimento das mídias alternativas do século XXI bem como o retorno das mobilizações de rua, têm como marco, protestos ocorridos contra a reunião da Organização Mundial do Comércio (OMC), que acontecia em Seattle, nos Estados Unidos, em novembro de 1999. Os protestos reuniram grupos distintos, como ONGs, sindicatos, ecologistas, anarquistas, estudantes e também grupos *black blocs* com práticas de ação direta. As manifestações foram duramente reprimidas e o movimento passou a

ser conhecido como “Batalha de Seattle”, marcando o início de movimentos altermundialistas e contrários à globalização.

Insatisfeitos com a cobertura da mídia convencional sobre os protestos, diferentes mídias alternativas e ativistas independentes criaram o projeto *Indymedia* (no Brasil, Centro de Mídia Independente ou CMI), que pôs no ar um site para publicação livre de relatos alternativos à imprensa, abastecido de forma colaborativa, não apenas por jornalistas independentes, mas também por ativistas. O modelo, que seria temporário, tornou-se permanente e se constitui em uma rede internacional de produtores de informação que se autodeclara livre e independente, servindo de modelo e inspiração às experiências de mídias alternativas que se seguiram pelo mundo (CASTELLS, 2013; MALINI, ANTOUN, 2013; SAVAZONI, 2014; CABRAL, 2019).

O sucesso daquela iniciativa inspirou no Brasil a Ciranda Internacional da Informação Independente, cobertura colaborativa posta em prática pela primeira vez em 2001, durante o I Fórum Social Mundial (FSM), em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, evento organizado por movimentos sociais de vários países e realizado ao mesmo tempo em que ocorria o Fórum Econômico Mundial de Davos, na Suíça. O objetivo era criar um contraponto a este, propondo alternativas para uma transformação social que não privilegie apenas a economia globalizada. Após essa experiência começam a surgir várias iniciativas de mídias livres no Brasil, principalmente digitais (ROVAI, 2018).

Tornada discussão relevante desde aquele I Fórum Social Mundial, o tema do direito à comunicação e a necessidade da construção de narrativas alternativas à mídia hegemônica tem acompanhado todas as edições do FSM. Em junho de 2008 essas discussões ganharam também espaço próprio no Fórum de Mídia Livre (FML), que reuniu, no Rio de Janeiro (RJ), comunicadores alternativos, ativistas da mídia, representantes de movimentos sociais, professores e estudantes. No ano seguinte (2009), em Belém (PA), esses mesmos grupos reunidos realizam o I Fórum Mundial de Mídia Livre (FMML).¹²

Paralelamente, desde 2003, com a posse do Governo Lula (2003-2006 e 2007-2010) e o já crescente movimento de mídias livres no Brasil, o tema do midialivismo entrou em pauta como política pública de Estado via Ministério da Cultura (MinC -

¹² Todos esses eventos (FSM, FML e FMML) continuam a ocorrer, reunindo organizações e pessoas em diferentes cidades do mundo a cada edição, tendo o Brasil como *locus* importante. O FSM, depois das primeiras edições, deixou de acompanhar o calendário do Fórum Econômico Mundial de Davos, mas continua se propondo a ser um contraponto a este.

primeiro com o Ministro Gilberto Gil e depois com o Ministro Juca Ferreira). Foram feitos investimentos em Pontos de Cultura pelo Brasil, que se constituía em financiar projetos implementados por entidades diversas, instalados em casas ou centros culturais, agregando outros agentes como escolas, igrejas, grupos de bairros. Cada Ponto de Cultura recebia uma verba do MinC para investir sendo que, parte do investimento, necessariamente deveria ser utilizado para aquisição de equipamento multimídia (com uso de *software* livre oferecido pelo projeto), composto por computador, miniestúdio de gravação, câmera digital e ilha de edição. A medida visava permitir a produção e divulgação de iniciativas culturais locais que não tinham acesso à grande mídia. Ajudou a possibilitar o florescimento de ações em pontos mais periféricos do país, enquanto contribuía com a proliferação de coletivos de comunicação, que nasciam ligados a iniciativas dos grupos culturais (SAVAZONI, 2014).¹³

Em março de 2013 o FSM aconteceu em Túnis, Tunísia, no norte da África, cidade que deu início à chamada Primavera Árabe, dois anos após esses movimentos. Estiveram em pauta, os desdobramentos destes eventos e dos “ocupas” (Europa e Estados Unidos). À época, Orrico (2013), da Rede Brasileira pela Integração dos Povos (Rebrip), participante do FSM, em artigo publicado, avaliou que aqueles movimentos insurgentes tiveram importância como construção coletiva anti-sistêmica e representavam, de certa forma, uma reemergência do anarquismo, mas criticou o fato de se manterem muito restrito às classes médias que têm acesso às TICs e o fato de serem pouco abertos a reconhecer a história de lutas dos movimentos sociais organizados que os precederam e que continuavam sendo plataformas de lutas.

No FSM da Tunísia, com internet sem fio e livre, os integrantes do Fora do Eixo fizeram coberturas ao vivo da marcha de abertura do Fórum e usaram pela primeira vez a expressão *Mídia NINJA*.

Com todo esse percurso, quando Junho de 2013 chegou, já encontrou terreno fértil para a emergência dos coletivos de comunicação na dimensão que alcançaram. A grande onda de protestos no Brasil, conhecida como Jornadas de Junho¹⁴, partilhou certas

¹³ No Governo Dilma Rousseff (2011-2014 e 2015-2016 – interrompido pelo impeachment) os investimentos nos Pontos de Cultura sofreram cortes. Quando Michel Temer assume a presidência (2016), chega a anunciar a extinção do Ministério da Cultura para transformá-lo numa Secretaria. A decisão foi revista, mas o Ministério não teria mais o mesmo prestígio ou investimento, chegando a ter quatro ministros em dois anos, um deles interino. Quando Jair Bolsonaro assumiu a presidência (2019) concretizou a ideia de transformar o Ministério da Cultura em Secretaria, diminuiu ainda mais os recursos e aumentou o controle sobre o que está sendo produzido.

¹⁴ Os movimentos de Junho de 2013 recebem algumas denominações (GOHN, 2015). Os manifestantes costumam usar com mais frequência a expressão Jornadas de Junho. O termo faz referência as Jornadas de

características com as manifestações no mundo árabe e com os “ocupa”, como já citado (ocupação de espaços públicos, horizontalidade, uso intenso de comunicação via mídias sociais como instrumentos de organização e para narrar o que acontecia). No Brasil, como lá fora, os protestos também são reflexo do desencanto da população com os sistemas representativos e modelos institucionalizados (CASTELLS, 2013; GOHN; BRINGEL, 2014; GOHN, 2015). Não é à toa que um dos lemas das Jornadas de Junho do Brasil era “não me representa”.

A ação dos coletivos de comunicação, empenhados na construção de um relato alternativo dos eventos, diferia tanto das mídias estatais (TUFECKI, WILSON, 2012) como dos veículos da mídia *mainstream* (CASTELLS, 2013; GOHN; BRINGEL, 2014; GOHN, 2015; FOLETTO, 2017). Organizados a partir de uma lógica mais horizontal e colaborativa e, neste momento produzindo majoritariamente conteúdo audiovisual, os novos atores surpreendem a imprensa hegemônica.

Ao longo dos dias de protestos, acontece uma mudança na abordagem da cobertura jornalística dos veículos *mainstream*, que a princípio se referiam as Jornadas de Junho como vandalismo e passam a denominá-las manifestações. Dois fatores contribuíram para essa mudança: a) a forte repressão policial aos protestos, e b) as imagens de violência gravadas e transmitidas via mídias sociais, provocando comoção na população que não estava presente nas manifestações e gerando simpatia pelos manifestantes (GOHN; BRINGEL, 2014; TRINDADE, 2017). Os questionamentos à mídia empresarial apresentados pelos novos meios alternativos terminaram encontrando ressonância em parte do público que, ao longo do tempo, já desenvolvia capacidades críticas frente as narrativas jornalísticas.

Junho de 2013 se torna, assim, um momento flagrante de manifestações também contra os meios de comunicação *mainstream*. Os manifestantes interpretaram as empresas de mídia empresarial como aliadas ao capital e contrárias aos interesses públicos, como estavam sendo percebidos os bancos e grandes empresas globalizadas – que viram o alvo mais comum dos protestos com depredações. Gohn (2015) destaca que alguns protestos desse período tiveram como alvo empresas definidas como representantes do modelo que

Julho, série de manifestações de rua que marcam a Revolução Russa de 1917, levando o partido Bolchevique ao poder, mais tarde denominado Partido Comunista (FITZPATRICK, 2017). Também são chamados de Jornadas de Junho as manifestações da revolta operária ocorrida em Paris em junho de 1848, contra a Segunda República francesa, que se mostrava conservadora e hostil ao socialismo (AGULHON, 1991).

se rejeitava. Dois protestos deste período se voltaram especificamente contra empresas de comunicação: em frente à sede da *Rede Globo/SP*¹⁵, no dia 17 de junho de 2013, fase de auge das manifestações; e contra o grupo da Editora Abril, que publica a revista *Veja*, no dia 23 de agosto de 2013¹⁶ (GOHN, 2015).

1.2.2. Fora do Eixo e *Mídia NINJA*

Emergindo no contexto das manifestações de Junho de 2013, capitalizando as insatisfações com a mídia de formato empresarial e conquistando adesões, a *Mídia NINJA*, criada em março de 2013, a partir do Fora do Eixo (FdE), se beneficiava da disposição dos integrantes dessa organização e de processos que eles já desenvolviam desde 2005. Como o nome sugere, o Fora do Eixo promove artistas e lugares fora do formato *mainstream* e longe dos grandes centros urbanos de produção. Além de promover artistas e festivais, já experimentava a comunicação para divulgar seus próprios eventos. Para Savazoni (2014), as ações do FdE têm uma lógica dual: são ações culturais voltadas à formação de público e à circulação artística e, ao mesmo tempo, são instrumentos de estruturação da ação política.

O FdE adota a ideia de constituir simulações de instituições existentes na sociedade, mas redesenhadas com características que de princípios coletivistas, trabalhando com a concepção de simulacros ou duplos disruptivos, que disputem o modelo de sociedade, rivalizando com instituições existentes e apresentando propostas de reorganização (SAVAZONI, 2014; BENTES, 2015). Assim, ele trabalha com o banco FdE, moeda FdE, Universidade FdE, Partido da Cultura. A *Mídia NINJA* se constituiu em seu simulacro de mídia. Para Savazoni (2014) é neste simulacro que o FdE mais tem investido.

O FdE já utilizava casas coletivas e caixa coletivo e experimentava a transmissão ao vivo via internet dos eventos que realizava e de atividades de parceiros com o que chamavam de *Pós-TV*. A primeira transmissão de rua que fizeram aconteceu em 2011, na

¹⁵ No dia 17 de junho acontece o quinto grande momento de protestos no Brasil, iniciados dia 6 de junho de 2013. O dia 17 reuniu 215 mil pessoas em 12 capitais. Em Brasília, manifestantes ocuparam o teto do Congresso Nacional. Em São Paulo, os participantes somaram 65 mil pessoas. Destes, um grupo se deslocou até a sede da Rede Globo (GOHN, 2015).

¹⁶ O protesto contra a Editora Abril ocorreu dois dias depois da revista *Veja* publicar, em 21 de agosto de 2013, uma edição com a manchete de capa: “O bando dos cara tapadas”, fazendo uma alusão aos participantes das manifestações contra Collor de Melo (caras pintadas) e em referência aos manifestantes que cobrem o rosto. A polícia reprimiu o protesto e o grupo se espalhou, destruindo duas agências bancárias e uma loja de carros. As depredações foram atribuídas a grupos *black blocs* (GOHN, 2015).

Marcha da Liberdade, em São Paulo, convocada em resposta à violência policial contra manifestantes da Marcha da Maconha, realizada uma semana antes.

Após a experiência de transmissão via *streaming* no Fórum Social Mundial da Tunísia e vendo a explosão dos protestos das Jornadas de Junho, integrantes do FdE, jornalistas e ativistas, marcam a primeira reunião para criação da *Mídia NINJA*.

O texto de convite para essa reunião foi publicado pelo jornalista Bruno Torturra, um dos co-fundadores da *Mídia NINJA*, em sua página pessoal de Facebook e seu blog, no dia 05 de junho de 2013. Ele intitulou esse convite como “O Ficaralho”, numa referência a “passaralho”, termo que estava sendo usado para se referir às demissões em massa de jornalistas dos grandes veículos. “Passaralho” alude, de forma agressiva, a pássaros em revoadas destruidoras sobre as redações, demitindo grande quantidade de profissionais. O texto de Torturra, argumentando que é pior ficar nas redações, em trabalhos sobrecarregados e precarizados, do que ser demitido e ter a oportunidade de se juntar a outros jornalistas para criar novas formas de se trabalhar com comunicação, obteve grande repercussão.

A reunião, que aconteceria dia 11 de junho, foi transferida para 13 de junho e para um local mais amplo, devido ao grande número de interessados. Neste dia, ocorreu a quarta e uma das maiores manifestações das Jornadas de Junho de 2013. Se intensificaram também os atos de violência da polícia contra manifestantes e a ação de grupos *black blocs*. Da reunião, os criadores da *Mídia NINJA* e interessados foram direto ao protesto, experimentando, na prática, a cobertura jornalística que começavam a discutir: publicaram fotos, vídeos e relatos, ainda nas redes do FdE. Não havia site ou página da *Mídia NINJA*, mas já se passou a usar a *hashtag* com esse nome, alcançando um impacto que surpreendeu os próprios criadores (TORTURRA, 2013; SAVAZONI, 2014; LORENZOTTI, 2014).

O texto “O Ficaralho” foi depois considerado como fundante da *Mídia NINJA*. Ele também é importante para que se verifique o espírito da época e da nascente *NINJA*, como no trecho:

Semana que vem, terça-feira, dia 11 de junho, vou ajudar a promover junto com o Fora do Eixo e o Existe Amor em SP, uma reunião aberta com profissionais de mídia, desempregados ou a fim de se desempregar, para apresentar um projeto que vem sendo elaborado em fogo brando há mais de um ano. E que agora está no ponto para receber todos os que se animarem com a ideia: NINJA (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação). Um grupo de comunicação amplo e descentralizado, a fim de explorar as possibilidades de cobertura, discussão, repercussão, remuneração e da radical liberdade de

expressão que a rede oferece. *Streaming*, impressos, blogs, fotos, debates públicos sem o fantasma do lucro e do crescimento comercial como condições primordiais para o trabalho. Por enquanto, nosso melhor investimento é entender a frequente e saudável relação inversa entre saldo bancário e propósito. Quem estiver a fim de conversar por favor me escreva e fique de olho nas minhas redes. Logo divulgo local e horário dessa primeira reunião. (TORTURRA, 2013).¹⁷

O texto de Torturra pode ser visto também como uma provocação às motivações dos atores de comunicação num cenário adverso. Avaliando motivações, Gaiger (2016) sugere que se possa pensar em “escolhas” por parte dos participantes das organizações alternativas e não em oportunismo dos trabalhadores ou saída emergencial a qual se recorre na falta de outras oportunidades. No lugar de uma reação ao desemprego, ele sugere “uma eleição ousada por um novo tipo de atividade e de trabalho”, que pode trazer acréscimos além da remuneração monetária, como bem-estar e satisfação pessoal.

A proposta de ser uma narrativa alternativa aos meios de comunicação convencionais aparece no texto de apresentação da *Mídia NINJA*, publicado no site, que situa a organização como “uma rede descentralizada que produz e difunde conteúdos e pautas invisibilizadas pela Grande Mídia”, sendo contrária ao “modelo concentrado e privatista” e conectando, a partir da lógica colaborativa, jornalistas, fotógrafos, *videomakers*, *designers*, possibilitando “a troca de conhecimento entre os envolvidos”. O texto ainda afirma que o modelo comercial de imprensa está em declínio e que a *Mídia NINJA* é uma iniciativa independente, que “realiza coberturas e matérias por todo Brasil, apresentando histórias e contra-narrativas aprofundadas nas questões sociais, econômicas, políticas e ambientais”.¹⁸

Mesmo que a *Mídia NINJA* se apresente em oposição aos meios de comunicação de formato empresarial, eles tiveram grande papel na visibilidade que a *NINJA* passou a ter, ao usarem imagens dos protestos de 2013 que só a *NINJA* possuía, creditarem a fonte e fazerem referência ao formato coletivo. Para Gohn (2015), mesmo com a ascensão dos coletivos, a chamada grande mídia permanece, em grande medida, dominando as formas de como agir e produzir no campo jornalístico.

Um momento de grande exposição e repercussão foi o debate no programa *Roda Viva*, da *TV Cultura*,¹⁹ exibido no dia 05 de agosto de 2013, considerado momento de

¹⁷ Disponível em: <https://cascadebesouro.wordpress.com/2013/06/05/o-ficaralho/>. Acesso em: 29 abr. 2019.

¹⁸ Disponível em: <http://midianinja.org/sobre/>. Acesso em 20 de set. 2017.

¹⁹ O programa pode ser acessado no link: <https://www.youtube.com/watch?v=kmvGdn-lpNQ>.

desde que este espaço começou a chamar mais a atenção da mídia e da população de modo geral, com os processos que culminaram no impeachment de 2016.

Em 2017, com a diminuição dos eventos de rua, a *NINJA* anunciou um novo formato, não mais centrado nos acontecimentos que reuniam multidões, mas com conteúdo produzido por colunistas convidados. Esses colunistas somam, no momento desta pesquisa, 124 colaboradores. São professores universitários, intelectuais, ativistas, artistas, políticos, *youtubers*.²² Reúne nomes como Boaventura de Sousa Santos, Caetano Veloso, Sônia Guajajara, Luis Eduardo Soares, Guilherme Boulos, Jean Wyllys, Cláudio Prado, Ivana Bentes, Jandira Feghali, João Brant, Marcelo Freixo, Carlos Minc, Spartakus Santiago e muitos outros. Eles cumprem a função de contribuir com a legitimidade do espaço e com sua atualização constante, produzindo textos e vídeos que vão para diferentes plataformas como site, canal no Youtube, Twitter, Facebook e Instagram.

Com a eleição presidencial de 2018 e depois, quando assume o Governo Jair Bolsonaro, em 2019, a *Mídia NINJA* demonstra nova capacidade de adequação e articulação, mantendo o formato dos colunistas, mas aumentando a participação da cobertura no Congresso Nacional com uma editoria chamada “parlamento”, com entradas ao vivo, via *streaming*, e também produzindo pequenas inserções por meio de *stories*. Eles também testam algumas coberturas mais aprofundadas, como no rompimento da barragem da Vale em Brumadinho, Minas Gerais, em 25 de janeiro de 2019, quando produzem vídeos, ensaio fotográficos e fazem entrevistas.

Os ninjas não se desligaram das coberturas de rua e, em 2019, criaram a subplataforma Estudantes Ninja, para cobrir manifestações contra os anunciados cortes de verbas para educação do governo Bolsonaro. Com esse novo perfil também buscam se (re)aproximar de um público mais jovem e atrair novos colaboradores. Para isso intensificaram oficinas e palestras em universidades, institutos federais de educação e escolas.

1.3. Formas de financiamento

Operações mais enxutas que a chamada grande imprensa, as mídias independentes recorrem a uma variedade de formas de financiamento, sendo raro que anunciantes procurem veículos posicionados à esquerda no Brasil.

²² Link para colunistas no site da Mídia Ninja: <http://midianinja.org/capa/>. Acesso em: 14 jan. 2020.

Das 79 iniciativas do citado Mapa do Jornalismo Independente da *Agência Pública*,²³ 29 afirmam “ainda não se manter”. Entre as iniciativas que afirmam se manter, as formas indicadas são variadas: assinaturas, publicidade no site, doações de pessoas físicas ou jurídicas, realização de eventos, *crowdfunding*, parcerias com ONGs, editais e leis de incentivo, contribuição de movimentos sociais e investimentos pessoais.

Essas formas de financiamento são semelhantes as encontradas no relatório *Ponto de Inflexão*²⁴, que identifica pelo menos 15 fontes de receitas usadas pelas iniciativas na América Latina, incluindo publicidade, consultoria, treinamento, realização de cursos, eventos, *crowdfunding*, assinaturas, até doações da audiência, que podem ser inclusive doações de pequeno valor que, somadas, formariam um capital. Essas diversas fontes de receitas não deixam de atestar a dificuldade de obter recursos.

Após o impeachment de Dilma Rousseff, em 2016, o Governo Temer promoveu um corte de verbas publicitárias do governo federal destinadas aos veículos e blogs chamados progressistas²⁵, dificultando a situação de muitos deles e também estimulando a adesão às formas diversificadas de financiamento.

Alguns veículos independentes passaram a incluir as chamadas “mídias programáticas”. Rovai (2018, p. 176), do *Blog do Rovai* e *Revista Fórum*, que usa esse tipo de anúncio, explica:

Trata-se de um mecanismo relativamente novo, executado por algumas empresas como o Google, que estabelece de forma automática anúncios a serem exibidos no site de acordo com o leitor que está acessando. Dessa maneira, o anúncio publicitário automático é pago de acordo com a audiência do site.

Para que se revertam em ganhos financeiros, os anúncios programáticos exigem uma quantidade elevada de publicações diárias que, por sua vez, tenham a capacidade de mobilizar grande audiência. É essa grande audiência que vai direcionar anúncios para o site, sem que o veículo precise procurar um anunciante em específico.

A *Mídia NINJA*, apesar da grande audiência, não usa os anúncios de mídias programáticas. Os ninjas justificam que esse tipo de veiculação não dá controle sobre que

²³ Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em: 26 out. 2019.

²⁴ Disponível em: <http://data.sembramedia.org/modelos-de-negocios/?lang=pt-br>. Acesso em: 01 out. 2017.

²⁵ Os investimentos nas chamadas mídias progressistas sofre corte (Disponível em <https://exame.abril.com.br/brasil/midia-alternativa-deve-sofrer-restricao-comercial-sob-gestao-temer/>. Acesso em: 02 de junho de 2019), bem como os recursos em cultura sofrem diminuição quando Michel Temer (2016-2018) assume a presidência da república. Ele era vice-presidente eleito junto com a presidenta Dilma Rousseff para segundo mandato em 2014. Em 2016 Temer participa do processo de impeachment que o conduz ao cargo de Presidente. O impeachment é questionado por grande parte dos estudiosos de ciência política e ciências jurídicas que preferem usar os termos interrupção democrática ou golpe.

anunciante a página terá e consideram que seria incoerente, por exemplo, um anúncio de previdência privada ao lado de um texto contra a reforma da previdência.

A *Mídia NINJA* não está organizada como ONG (Organização Não-Governamental), não possui CNPJ como empresa, nem está ligada a um partido político em especial, mas alinhada a partidos do espectro da esquerda (LORENZOTTI, 2014). Para se manter, ela recorre a algumas estratégias. Uma das mais utilizadas tem sido se financiar por meio de suas próprias produções, via organização de eventos culturais pelo FdE - como festivais de música ou de audiovisual - e realizando coberturas - principalmente em audiovisual e a maioria na área cultural. Muitos desses festivais foram criados e continuam sendo executados pelo FdE. Outros são feitos em parceria com outros coletivos ou organizações as quais a *NINJA* se associa.²⁶ Para Foletto (2017), o FdE continua sendo a principal sustentação do trabalho da *Mídia NINJA*.

A *Mídia NINJA* presta serviço de coberturas de eventos, geralmente em audiovisual, quase sempre para sindicatos ou organizações de movimentos sociais. Os integrantes do coletivo também ministram cursos e oficinas de uso de mídias digitais e realizam projetos pontuais de comunicação. Mas eles não aceitam qualquer trabalho e recusam aqueles que podem se chocar com a linha ideológica que acreditam.

O coletivo desenvolve projetos e submete a editais de organizações públicas e privadas, especialmente voltados à cultura, à comunicação e aos direitos humanos.²⁷ Com a diminuição desses editais públicos e cortes nas leis de incentivo a projetos de organizações da sociedade civil de modo geral, marcadamente no governo de Jair Bolsonaro (a partir de 2019), essas formas de financiamento refluíram.

²⁶ Em agosto de 2013, no auge das repercussões na mídia empresarial brasileira sobre o Fora do Eixo e suas formas de financiamento, Pablo Capilé concedeu entrevista ao jornalista André Forastieri, à época com blog no Portal da Record (R7). A entrevista é longa, com 73 perguntas, que foram todas lidas antecipadamente e respondidas por e-mail ao jornalista. Ainda que esse formato impeça a interação direta, a entrevista se tornou uma fonte interessante porque grande parte das questões gira em torno do financiamento do Fora do Eixo, dos festivais realizados, valores arrecadados, fontes de recursos etc. Ainda que algumas respostas sejam evasivas, poucas vezes alguns pontos foram tratados da forma como se vê nesse material. Disponível em: <http://foradoeixo.org.br/2013/08/16/70-perguntas-de-andre-forastieri/>. Acesso em: 20 jan. 2020.

²⁷ Quando concorre em editais públicos ou privados, a *Mídia NINJA* utiliza cerca de 20 CNPJs diferentes, de participantes que vinham de outros coletivos menores e mantiveram esses registros. Essa medida, que é a mesma utilizada pelo FdE, já levantou reclamações de concorrentes dos editais que consideram essa uma forma de burlar o edital, que não reconheceria a mesma fonte recebedora dos recursos, ainda que as escolhas dos editais ocorram por projetos e não por inscrição do CNPJ. Na mesma entrevista citada acima, Pablo Capilé argumentou que manter os vários coletivos associados ao FdE se deve à lógica de descentralização da rede. Disponível em: <http://foradoeixo.org.br/2013/08/16/70-perguntas-de-andre-forastieri/>. Acesso em: 20 jan. 2020.

O site e todas as mídias sociais do coletivo fazem constante campanha de financiamento coletivo (*crowdfunding*), por meio do Catarse.²⁸ As doações podem ser mensais – com assinaturas que vão de R\$ 10,00 (dez reais) a R\$ 2.000,00 (dois mil reais) – ou pontuais –, com valor maior. A cada atividade nova que desenvolvem, Festival *Mídia NINJA*, por exemplo, costumam fazer um *crowdfunding* específico para aquele evento.²⁹

No final de 2018, a *Mídia NINJA* passou também a colocar à venda, por meio do site, produtos como camisetas, roupas, bolsas e canecas.³⁰

Todos os recursos arrecadados vão para um caixa coletivo, que ajuda a manter as casas coletivas com seus integrantes e também são usados na aquisição de equipamentos.

Sobre as desconfianças que rondam as formas de financiamento da *Mídia NINJA* e que ficaram expostas desde aquela entrevista ao programa Roda Viva, o economista e professor Ladislau Dowbor publicou, à época um texto em que apontava nos críticos ao modelo um desconhecimento sobre moedas alternativas e processos colaborativos não monetários usados pelos ninjas. Ele argumentou, em referência aos entrevistadores do programa:

O que não se entende é que sequer tinham conhecimento de moedas alternativas, das formas de funcionamento dos processos colaborativos não monetários, de toda uma economia da cultura não comercial que se desenvolve e já tem anos de experiência [...]. O sistema de financiamento da rede Ninja e da rede Fora do Eixo não constitui nada de revolucionário, existe em milhares de experiências pelo mundo afora e no Brasil, e consiste em reciprocidades baseadas em uma moeda contábil, ou simbólica, que pode ser representada por horas de trabalho.

²⁸ Catarse é a primeira e maior plataforma de *crowdfunding* do Brasil, criada em 2011. Disponível em: https://crowdfunding.catarse.me/assinaturas?utm_source=catarse&utm_medium=banner_home_1&utm_campaign=qualified_leads_from_home>. Acesso em: 02 jun. 2019.

²⁹ O *crowdfunding* já foi uma das maiores receitas da *Mídia NINJA*. Hoje, esse recurso é utilizado por várias mídias independentes e outros projetos culturais e de movimentos sociais e a disputa por doadores tem sido acirrada. O valor obtido é oscilante e pode depender do tipo de cobertura que estiver sendo produzida naquele momento. Por exemplo: Em 2019, a *Mídia NINJA* reduziu sua expectativa de arrecadação mensal de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) para R\$ 10.000,00 (dez mil reais). Até este momento de pesquisa eles têm conseguido arrecadar pouco mais de R\$ 6.000,00 (seis mil reais mensais). Em meados deste mesmo ano, por ocasião da publicação da série #VazaJato, com vazamento de conversas entre procuradores da Operação Lava Jato, o promotor Deltan Dallagnol e o ex-juiz Sérgio Moro, o site *The Intercept Brasil* alcançou grande visibilidade e aumentou sua expectativa de arrecadação para R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais mensais), superando esse valor e arrecadando R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais mensais). Passada a euforia dessa cobertura, no momento desta pesquisa, eles têm arrecadado ainda a boa soma de R\$ 251.000,00 (Duzentos e cinquenta e quinze mil reais mensais). Disponível em: <https://www.catarse.me/midianinja>. Acesso em: 10 jan. 2020. Disponível em: <https://www.catarse.me/intercept>. Acesso em: 10 jan. 2020.

³⁰ Disponível em: <http://lojaninja.iluria.com/>. Acesso em: 01 maio 2019. A organização da loja virtual é deficitária. Experimentei a compra de quatro camisetas que levaram quase três meses para serem entregues. Há um mês de completar um ano da compra, responderam a um e-mail de reclamação, pedindo-me desculpas e perguntando se o problema tinha sido solucionado.

A diferença é que não se paga juros aos bancos, o que torna tudo mais barato, e facilita as trocas, ao se tirar os intermediários de cena.³¹

Ainda sobre formas de financiamento, em seu início, a *Mídia NINJA* recebeu recursos durante três anos (2013-2015), da Fundação Ford e da Open Society Foundations (FÍGARO, 2018). Essas formas de financiamento também já foram motivo de especulação. A Open Society Foundations pertence ao investidor financeiro norte-americano de origem húngara George Soros e inclui 23 fundações que, segundo apresentação em site da organização, “lutam por liberdade de expressão, transparência, governo responsável e sociedades que promovam justiça e igualdade”.³² Por meio dessas organizações e desse discurso, Soros doa somas em dinheiro para entidades políticas e ativistas pelo mundo. Em reportagem da BBC, ele é retratado como alguém que ganhou “fortuna por meio de especulação financeira” e investe em projetos de defesa dos direitos humanos e iniciativas de promoção de valores liberais, sendo procurado tanto por entidades à esquerda como à direita e gerando desconfianças.³³

A reportagem sobre o crescimento de mídias da extrema-direita no mundo,³⁴ produzida pela revista austríaca *Falter*, fala em uma “rede Soros”, com o objetivo de patrocinar iniciativas digitais de comunicação. Essas iniciativas vão de conservadoras e à extrema-direita, até organizações de esquerda e de ativistas de direitos humanos.

A exemplo da fundação de Soros, outras organizações de grande capital têm promovido intervenções tanto na comunicação como na política partidária e eletiva, muitas vezes, borrando, até intencionalmente, muitas fronteiras, exercendo influências sobre processos originalmente tidos como democráticos e contribuindo para confundir também as análises.

1.4. Disputas e tensões

Os movimentos de Junho de 2013 ou Jornadas de Junho, em seu início saudadas como uma oportunidade de discutir o Brasil e/ou a democratização da mídia, hoje não gozam de um consenso sobre sua interpretação e podem também ser vistas como

³¹ Disponível em: <http://dowbor.org/2013/09/ladislau-dowbor-redes-culturais-desafio-a-velha-industria-da-cultura-setembro-20136p.html/>. Acesso em: mar. 2019.

³² Disponível em: <https://www.opensocietyfoundations.org/explainers/open-society-foundations-and-george-soros/pt>. Acesso em: 01 maio 2019.

³³ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-44338827>. Acesso em: 01 maio 2019.

³⁴ Disponível em: <https://www.publico.pt/2019/06/02/mundo/noticia/guerra-propaganda-europa-1874746>. Acesso em: 02 jun. 2019.

estimuladas por agentes de grande capital e como algo que – voluntária ou involuntariamente - ajudou a criar uma onda conservadora no Brasil.

Na busca de compreender as Jornadas de Junho e suas interfaces com a comunicação, o veículo independente *Nexo* publicou, em 17 de junho de 2017, um balanço ouvindo protagonistas e estudiosos do movimento. Nele, Torturra avalia que cada vez mais considera que Junho de 2013 foi um fenômeno comunicacional com implicações políticas, mais do que um fenômeno político com implicações comunicacionais.³⁵

Tampouco há consenso sobre a *Mídia NINJA* ou atores semelhantes, ora vistos como possibilidade de renovar o campo do trabalho e da vida, enquanto iniciativa promotora de outras relações possíveis, ora como mais uma iniciativa exploradora da mão de obra e reprodutora de relações próprias do capitalismo e de opressão, inclusive entre os colaboradores.

Uma outra discussão diz respeito, de modo mais amplo, ao poder das mídias sociais, e com isso das mídias independentes do século XXI, como canais de inclusão de discursos, debates políticos e contribuição para as democracias modernas.

As potencialidades técnicas dos recursos digitais e a ascensão das mídias sociais desempenham papel importante na disseminação de uma cultura cívica e no surgimento de novos atores na arena da comunicação. O potencial emancipatório dos prováveis usos dessas tecnologias, no entanto, tem sido controlado por algoritmos que orientam os negócios na rede, freando entusiasmos excessivos, uma vez que tanto a grande mídia continua com forte influência no debate público, como as mídias sociais continuam sob controle do Estado e das empresas de organização dessas redes.

Inseridas no contexto de hegemonia das plataformas digitais - quando gigantes deste setor saem de seus nichos originais (como o de redes sociais digitais e mecanismos de busca) para entrar em novos segmentos, tirando proveito do cenário desregulado e de seu poder tecnológico para ampliar atuação, com impactos ainda não de todo previstos (NEWELL; MARABELLI, 2015; MOROZOV, 2018; VALENTE, 2019)-, não se pode dizer que as mídias alternativas digitais disseminadas na segunda década do século XXI tenham a mesma organicidade que desfrutaram em seu surgimento.

A empolgação inicial com o potencial emancipatório e democrático das TICs (CASTELLS, 2013), passa a conviver com o uso dessas tecnologias – um instrumento que não é neutro -, para a coleta e manipulação de dados massivos - o chamado big data

³⁵ Disponível em: < <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/06/17/O-que-foram-afinal-as-Jornadas-de-Junho-de-2013.-E-no-que-elas-deram>>. Acesso em: 20 set. 2017.

(MOROZOV, 2018; VALENTE, 2019), e com o controle dos algoritmos sob organizações privadas, que assumem cada vez mais o papel de monitorar a visibilidade do que é publicado, atendendo interesses mercadológicos (SALTER, 2011; DA SILVA; BRAGATTO; SAMPAIO, 2016;). Assim, empresas de organização de mídias sociais e Estado, seja na forma de manipulação do que é tornado visível em busca de capitalização ou por meio de leis, fazem da mídia social um espaço sob controle, vigiado e de autonomia relativa.

Para Rovai (2018), ao controlar a visibilidade do que é publicado, altera-se a dinâmica da atenção e da própria produção de informação. Ele afirma que essa fase pode refletir o desgaste em plataformas como o Facebook, mas também diz que ela revela o crescimento de sites jornalísticos desvinculados dos conglomerados da mídia tradicional e, ao mesmo tempo, sem relação com os movimentos de mídia livre.

Na esteira do crescimento dos veículos digitais independentes no Brasil, por volta da metade da década de 2010, passam a chegar ao país, veículos digitais internacionais de comunicação (*El País Brasil, BBC Brasil, The Intercept Brasil, BuzzFeed* e outros). Eles adotam um discurso progressista que dialoga com os veículos independentes desta linha, mas se diferenciam pela capacidade financeira, o que geralmente repercute em reportagens mais aprofundadas. Rovai (2018, p.201) avalia:

Com a internet, veículos internacionais tiveram a percepção de que havia a possibilidade de se ocupar um “vácuo” que foi se ampliando no mercado brasileiro de informação diante da crise de cobertura e credibilidade da mídia hegemônica, papel que inicialmente foi executado pelas mídias independentes nacionais e pela blogosfera. A diferença é que as versões brasileiras dos veículos internacionais, ao contrário dos blogs e sites independentes brasileiros, são de alguma forma blindados pelo prestígio internacional e pelo maior aporte financeiro.

Meios de Comunicação como o *El País*, da Espanha, por exemplo, que controla a versão brasileira, faz parte do maior conglomerado de mídia espanhol, o Grupo Prisma, que atua em 22 países, tendo chegado ao Brasil em 2013. Essa condição de investimento faz supor que, no Brasil, esses veículos tenham encontrado uma oportunidade de mercado, tornada evidente pelas mídias independentes, que não dispunham da capacidade de investimentos que os conglomerados possuem.

Todos estes veículos e formas de comunicação compõem o ecossistema midiático digital brasileiro atual. Eles coexistem num ambiente de tensões e disputas. O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) e o coletivo de comunicação

Intervozes têm cobrado do Estado brasileiro ações no sentido de garantir o que chama de “empoderamento digital”, pondo as tecnologias de informação e comunicação como instrumentos a serem apropriados de forma ativa pelos sujeitos e reclamando a web como espaço de exercício de direitos e vivência democrática e não como local de controle por grandes agentes e de concentração de mercado. No documento “Direito à Comunicação e Internet: o empoderamento digital como garantia deste direito no ambiente online” (2018), o Intervozes lista as premissas da noção de empoderamento digital e coloca como a primeira delas a indivisibilidade entre o direito à comunicação e outros direitos humanos. O documento é concluído apontando cinco questões para a garantia do direito à comunicação: acesso, apropriação tecnológica, diversidade, pluralidade e liberdade de expressão, e privacidade.

O fato é que a partir de 2013 e da experiência da *Mídia NINJA* e o papel de influência desses eventos sobre as formas de comunicação que se seguiram, muitas transformações estão em curso na comunicação no Brasil, exigindo estudos atentos e complementares para a compreensão desses eventos.

Considerações sobre este capítulo

Neste primeiro capítulo, apresentamos o contexto socio-histórico das transformações e acontecimentos que permitem compreender o surgimento de uma mídia alternativa nas primeiras décadas do século XXI: digital, com práticas horizontalizadas, colaborativas e ativistas. Trouxemos dados sobre o crescimento da mídia alternativa na América Latina e no Brasil. Citamos acontecimentos que preparam o terreno para que, no Brasil, os coletivos de comunicação se disseminassem. Discutimos o papel das Jornadas de Junho e o surgimento da *Mídia NINJA*, que capitaliza o modelo.

No capítulo seguinte, trazemos uma proposta de filiação para a *Mídia NINJA*, na busca de compreender melhor o fenômeno. Assim, destacamos esse coletivo bebendo em quatro fontes, sendo a primeira delas as origens ligadas a ideia de novo movimento social. Na sequência do capítulo, discute-se outras três possíveis filiações.

CAPÍTULO II: PROPOSTA DE FILIAÇÃO: de onde vem o fenômeno?

As inovações recentes no jornalismo - como a participação de amadores, as comunidades *online* de contribuição colaborativa (*crowdsourcing*), a hegemonia das redes sociais, entre outras – vieram acompanhadas de uma forte discursividade que tende a defini-las e legitimá-las como novidade. Contudo, como explica Le Cam (2013), é preciso entender de que modo essas novas práticas se inspiram, prolongam e adaptam práticas mais antigas e revelam elementos de permanência no jornalismo.

Como proposta para ultrapassar o discurso de entusiasmo com as novidades, Le Cam (2013) aponta duas saídas: ancorar as transformações em uma dimensão histórica - pensando os fenômenos como encarnações da história ajustadas ao ambiente em que se apresentam (como fizemos no capítulo anterior) –, e encontrar uma filiação para o fenômeno que se estuda, observando a herança de outros espaços sociais, pois o que o mundo jornalístico atravessa não é exclusivo dele e nem dele mesmo, mas tem filiações partilhadas com outros mundos sociais. Assim, a autora defende que a perspectiva histórica e um olhar sobre filiações externas devem ser a base de análise para a compreensão de novos fenômenos.

Observando a proposta de Le Cam (2013), neste capítulo, propomos analisar as filiações históricas dos coletivos de comunicação, vistas como plurais e provenientes de diferentes práticas sociais que se entrecruzam. Nesta proposta, a *Midia NINJA* é considerada herdeira de pelo menos quatro grandes filiações: a) novos movimentos sociais – que apresentamos em primeiro plano, pela influência que essa filiação exerce sobre o modelo; b) jornalismo alternativo e o aparecimento do midiativismo, e c) cultura *hacker*, e d) comunidades alternativas. Cada uma dessas filiações será discutida a seguir.

2.1. Novos Movimentos sociais

No Brasil, os movimentos sociais são instituídos como objeto de estudo na academia desde a década de 1960. A década de 1980 marca a institucionalização desse debate, com análises até hoje consideradas referência, grande parte delas com influências marxistas (GOHN; BRINGEL, 2014). A década de 1990 vê um refluxo no debate sobre

os movimentos sociais nas entidades de pesquisa, quando o cenário das lutas sociais bem como o quadro de análises, especialmente na América Latina, se altera. Com a ascensão ao poder de governos tidos como mais à esquerda, grande parte dos movimentos sociais é absorvida por esse novo Estado, levando os movimentos a um processo de domesticação enquanto, paralelamente, as reflexões vão se dedicando a discutir políticas públicas, reivindicar políticas sociais compensatórias e mecanismos de inclusão social. Nesse período dá-se mais atenção a um sujeito social até então meio oculto: as Organizações Não Governamentais (ONGs) e organizações do terceiro setor (GOHN; BRINGEL, 2014; GOHN, 2014).

Mais tarde, com viés mais crítico, alguns estudos vão apontar a incorporação dos movimentos sociais à lógica política institucionalizada e revelar uma preocupação com uma leitura institucionalista da participação política, deixando em segundo plano outras formas de mobilização coletiva (GOHN; BRINGEL, 2014).

O viés institucionalizado do movimento social difere de sua característica original de ser uma forma de ação coletiva de caráter extrainstitucional, fora dos canais validados pelas autoridades, ainda que alguns atores se relacionem com as instituições políticas por meio de diversos canais e espaços, porém mantendo a sua característica central de confronto (TARROW, 2009; JASPER, 2016; TRINDADE, 2017). Para os movimentos sociais, originalmente, “a ação de caráter extrainstitucional é uma ação dotada de caráter político, e não um desvio comportamental coletivo ou fruto da anomia social” (TRINDADE, 2017, p.121).

Desde o final da primeira década do século XXI, o debate sobre os movimentos sociais experimenta uma recuperação no Brasil e no mundo.³⁶ Concorrem para isso o aparecimento de um ativismo internacional, o retorno das marchas e mobilizações de rua, e uma renovação nos atores sociais, com práticas que Gohn e Bringel (2014) consideram mais movimentalistas e menos institucionalizadas.

Tentando compreender porque as pessoas fazem reivindicações coletivas, o sociólogo e cientista político Charles Tilly (2005) concebeu a dinâmica de mobilizações

³⁶ O 18º Congresso Brasileiro de Sociologia, ocorrido em Brasília, em 2017, revela um reflexo da recuperação pelo interesse sobre os movimentos sociais e, dentro dele, o papel que ocupa as manifestações de Junho de 2013. No segundo dia do evento (28 de julho), todas as discussões do GT 22, “Movimentos Sociais Contemporâneos”, foram condensadas sob o tema “O ciclo de protestos de Junho de 2013: disputas, significados e impactos”, recebendo pesquisas de diversas regiões do Brasil. Para saber mais, acesse: <http://sbs2017.com.br/>. Os trabalhos do GT 22 estão disponíveis em: <http://sbs2017.com.br/anais/busca.htm?query=gt+22>. Acesso em: 01 out. 2017.

dentro de quadros históricos abrangentes. Para ele entre os séculos XVII e XIX as ações eram reações a condições estruturais impostas (revoltas contra impostos, desapropriações etc.). Já no século XX e início do XXI as ações coletivas se referem a lutas por redistribuição de renda e outros serviços coletivos sob o controle de grandes organizações públicas ou privadas.

Um dos autores contemporâneos que muito tem se dedicado a elaborar novas contribuições sobre os movimentos sociais, desde o final do século XX, é o sociólogo francês Alain Touraine (1984, 1997, 2005, 2011). Para esse autor, a importância de um movimento social está em pôr em questão o modo de utilização social de recursos e modelos culturais. Touraine (1997) defende que os movimentos sociais mobilizam princípios e sentimentos, são constituídos por uma associação entre um chamamento moral e um conflito diretamente social e se movimentam entre duas vertentes: uma utópica e uma ideológica, que opõe um ator socialmente definido a outro. Esse estudioso recusa a ideia de uma sociedade dominada por macroestruturas e propõem uma análise baseada no desempenho de atores sociais como sujeitos coletivos e históricos, impregnados de valores e, como tal, podendo se corromper.

Entre os méritos da abordagem de Touraine está a importância conferida às microestruturas e o fato de enxergar os atores sociais como sujeitos coletivos e históricos. Para esse estudioso, os movimentos sociais são as forças centrais da sociedade por serem sua própria trama, seu pulsar e seu coração. Ele ainda define movimentos sociais como forças culturais indispensáveis, enxergando suas lutas não como marginais à ordem, mas, ao contrário, tendo o poder de repor a ordem (TOURAINÉ, 1984). Segundo Touraine (2005, p.18-19), um movimento social é:

a combinação de um conflito com um adversário social organizado e da referência comum dos dois adversários a um mecanismo cultural sem o qual os adversários não se enfrentariam, pois poderiam se situar em campos de batalha ou em domínios de discussão completamente separados.

Os estudos em sociologia fizeram diferentes classificações entre os movimentos sociais. Entre as mais utilizadas está a que distingue movimentos sociais clássicos e novos movimentos sociais (MELUCCI, 1980; OFFE, 1984; TOURAINÉ, 1984, 1997, 2005, 2011). Os clássicos se referem a sindicatos, sem-terra, sem-teto, estudantes, movimentos populares ou comunitários de bairros etc. Entre os novos movimentos sociais estão aqueles criados a partir do final dos anos de 1970, na luta por identidades e os chamados novos direitos, que organizam o movimento social ao redor das questões de gênero, etnia,

culturais, ambientais etc., fazendo surgir novos poderes (TOURAINÉ, 1984, 1997, 2005, 2011; CEFÄI, 2005, 2009; SANTOS, 2007, 2011; DAHLGREN, 2011; CASTELLS, 2013).

A distinção de movimentos sociais por fases e a divisão entre clássicos e novos tem importância porque evidencia os caminhos diferentes que os movimentos sociais foram adquirindo em seu percurso. Touraine (1997) explica que nas sociedades pré-industriais as lutas foram por direitos universais e políticos, já nas sociedades industriais havia uma ênfase dos trabalhadores por direitos sociais, enquanto, desde as últimas décadas do século XX, as demandas são diferentes, com os chamados novos movimentos sociais passando a ser mais culturais que sociais e se dirigindo diretamente contra os poderes que dominam o universo da instrumentalidade (dada pelo mercado e por órgãos financeiros) e da identidade (que esses movimentos buscam preservar ou construir). Essas novas lutas, identitárias, trazem à cena um neocomunitarismo e apelam ao sujeito coletivo, destacando práticas solidárias, como se vê em movimentos de gênero, de etnia, sexualidade.

O retorno do sujeito, trazido pelos novos movimentos sociais, está ligado a redescoberta das emoções nas ciências sociais nas últimas décadas (LORDON, 2015), sendo pensado como ator coletivo, que se constitui na interação com outros, criando sistemas de pertencimento (TOURAINÉ, 1984, 1997).

Os novos movimentos sociais ganham proeminência no âmbito político contemporâneo mais do que atores coletivos anticapitalistas de caráter mais classista. A experiência de participar desses movimentos sociais identitários pode mudar os sentimentos que alguém tem sobre si, aumentando o compromisso com a causa, conferindo empoderamento³⁷ aos atores e estimulando a permanecer na ação.

Outra característica dos novos movimentos sociais é que eles não apenas questionam decisões impostas, mas propõem novas formas. Assim, não apenas cobram o

³⁷ A adoção disseminada do termo empoderamento, que passa a ser usado pelos novos movimentos sociais e novos sujeitos nas arenas públicas para qualificar suas ações, suscita críticas quanto a sua imprecisão ou seu caráter que parece se encaixar a quase tudo. Berth (2018, p. 20), no livro “*O que é empoderamento?*”, considera que o conceito vem sendo “distorcido e incompreendido, usado e abusado, o que se deve em grande parte ao debate acrítico sobre o tema”. Para a autora, o conceito vem sendo criticado não pelo seu significado, mas pela maneira esvaziada com que é utilizado. Feita essa consideração, é possível compreender a ideia de empoderamento quando ela se concretiza nas reivindicações que entrecruzam os novos movimentos sociais, como a defesa do feminismo, o combate ao racismo, as discussões de gênero, os direitos indígenas etc. O empoderamento é uma postura de enfrentamento para eliminação de situação considerada injusta que comporta uma dimensão individual e uma coletiva, se aplicando a vários tipos de organizações e associações em que as pessoas se reúnem para cooperar com um objetivo comum, levando uma dimensão de emancipação a esses atores (BERTH, 2018; WRIGHT, 2019).

que se pode fazer, mas também fazem. Desse modo, enfrentam constrangimentos junto a poderes instituídos e se constituem em formas de empoderamento, autonomia e acesso à dignidade, renovando práticas militantes (CEFÄI, 2005, 2009; TOURAINE, 2005, 2011).

Em termos de organização, os novos movimentos sociais procuram escapar das estruturas rígidas dos clássicos movimentos operários ou sindicais anteriores, sempre hierarquizados e focalizados em lideranças (TOURAINE, 2005, 2011; GOHN, 2014, 2017). Enquanto isso, os novos movimentos se aproximam de conceitos como autogestão e democracia interna, ajudando a pôr em relevo a ideia de coletivos e, muitas vezes, se recusando a assumir a definição de movimento social. Eles veem o movimento social como forma engessada, tradicional e centralizadora, enquanto o coletivo sugere agrupamentos fluidos, horizontais, fragmentados (GOHN, 2017).

Ainda que recuse a forma movimento social, um coletivo pode também transformar-se em um movimento social, como Gohn (2017, p.23) argumenta:

Um coletivo pode se transformar em movimento social ou autodenominar-se movimento, ou articular-se a um conjunto de outros coletivos que configuram um movimento social. Ou, ainda, negar a forma movimento social, por considerá-la presa aos modelos tradicionais de fazer política.

Sobre Junho de 2013, Gohn (2014) considera que há uma dificuldade em afirmar se esses eventos podem ser chamados de movimento social ou seriam uma mobilização. Na teorização de Toro e Werneck (2007) não há angústia ou pressa em determinar se uma dada ação coletiva é ou não movimento social. Para esses estudiosos “movimento” é algo que aparece apenas no final de um processo, sendo primeiro uma mobilização. Eles interpretam movimento como resultado e não como o foco inicial da ação coletiva. Assim, essa é uma definição que só acontece a *posteriore*, podendo levar algum tempo para sua avaliação.

Gohn (2017) ainda usa o termo “novíssimos movimentos sociais”, para se referir a atores firmados na cena pública nas duas primeiras décadas do século XXI, conferindo importância ao papel que as TICs desempenham, especialmente internet e mídias sociais - apontadas como recursos estratégicos, considerando que seu poder vai além da mobilização, impacta o caráter da ação coletiva. Para a autora, as manifestações de Junho de 2013 e outras que se seguiram no Brasil podem ser apontadas entre os novíssimos movimentos sociais. Ela salienta que os termos “novo” e/ou “novíssimo” não são, em princípio, dotados de virtualidades que o qualifiquem como bom ou progressista, não sendo, portanto, uma categoria analítica, mas uma construção histórica. Alguns estudos

ainda apontam a possibilidade de alguns desses movimentos sociais de grande adesão se converterem em movimentos morais (TOURAINÉ, 1997, 2005, 2011; GOHN, 2014, 2017).

Os movimentos sociais na era digital podem ser considerados uma nova geração de movimentos sociais, ainda que a característica de uso das TICs não seja suficiente para defini-los. Tufekci (2019), além de destacar o uso dos recursos digitais e o modelo horizontal, aponta a recusa de desigualdades e discriminações, uma demanda de liberdades e direitos efetivos, uma rejeição da delegação e representação e afirma que esses movimentos são bem diversos e muitas vezes contraditórios, mas são essencialmente políticos, no sentido de assumirem de maneira direta uma parte das tarefas de organização que tradicionalmente cabiam aos partidos políticos.

Tufekci (2019) ainda reconhece a existência dos movimentos sociais digitais de direita e extrema direita que podem compartilhar certas características técnicas com movimentos sociais à esquerda, em especial o conhecimento do digital. E alerta que é necessário concentrar o debate no fundo político desses movimentos e não nas ferramentas utilizadas.

Os novos movimentos sociais de viés progressista trouxeram pautas simbólicas para a centralidade das discussões, utilizaram os meios de comunicação para estabelecer diálogos com a sociedade civil (não apenas com o Estado), trabalharam em rede, de forma coletiva e horizontalizada, e ainda trouxeram repertórios de ações não convencionais. (LIEVROUW, 2011).

Muitas elaborações dos estudiosos dos movimentos sociais são úteis para que se pense nos coletivos de comunicação. A *Mídia NINJA*, por exemplo, apresenta muitas características usadas para definir os movimentos sociais: ela põe em questão o modo de utilização social de recursos e modelos culturais, estabelece objetivos, encontra adversários e aliados, enfrenta constrangimentos junto a poderes instituídos, apresenta narrativas sobre os acontecimentos públicos, se constitui em formas de empoderamento, compartilha projetos ou visões de mundo entre seus integrantes, mobiliza sentimentos, não apenas cobra o que se pode fazer, mas faz, e ainda contribui com a renovação das práticas militantes.

A defesa de identidades e a recusa às discriminações que caracterizam os novos movimentos sociais se veem refletidas nas escolhas editoriais e adoção de pautas em defesas dos direitos humanos, discussões de gênero e meio ambiente, combate ao racismo e preconceitos, defesa de grupos LGBTQI+, indígenas etc.

O uso das TICs é amplamente experimentado. Na *Mídia NINJA*, os integrantes, inclusive, desenvolvem aplicativos originais e testam possibilidades disponíveis.

Ainda que em sua emergência, muitos coletivos tenham recusado a definição de movimento social, considerando-o uma forma engessada e centralizadora, preferindo se nomear como “coletivo”, alguns desses coletivos, como a *Mídia NINJA*, ensaiam uma “reaproximação” dos movimentos, com os quais nunca romperam completamente, posto que bebem em sua fonte, ainda que adquirindo novas formas.

No site da *Mídia NINJA*, na seção de perguntas frequentes, há a questão: “A *Mídia NINJA* é um novo movimento social?” Na resposta, eles afirmam que muitas construções e iniciativas de movimentos sociais “inspiraram a geração que concebeu a *Mídia NINJA* e outras iniciativas mais recentes”.³⁸

Na Imersão FdE/*Mídia NINJA* 2017, além dos coletivos inscritos, representantes de vários movimentos sociais foram convidados a participar, como Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST) e representantes indígenas.

Com o avanço na aceitação da abordagem que dá protagonismo aos sujeitos, a sociologia dos sistemas foi dividindo espaço com uma sociologia dos atores, o que traz junto o avanço das subjetividades e a ideia de agência contra a ideia de estrutura (CEFÄI, 2005, 2009; TOURAINE, 2005, 2011; DAHLGREN, 2011; GAULEJAC, 2014).

2.2. Jornalismo alternativo e o aparecimento do midiativismo

Os termos jornalismo alternativo, imprensa alternativa ou ainda imprensa nanica ou *underground* ficaram conhecidos por se referirem às experiências jornalísticas alternativas aos grandes meios de comunicação nos anos da ditadura civil-militar no Brasil, entre 1964 e 1980, quando “nasceram e morreram cerca de 150 periódicos que tinham como traço comum a oposição intransigente ao regime militar” (KUCINSKI, 2003, p.13). Essas publicações continuam a motivar centenas de pesquisas acadêmicas.

O radical “alter” (outro), argumenta Kucinski (2003), é capaz de definir melhor essa imprensa por fazer referência a quatro significados essenciais: “o de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo [...] de protagonizar as transformações sociais que pregavam” (KUCINSKI, 2003, p.13). Esses

³⁸ Disponível em: <https://midianinja.org/perguntas-frequentes/>. Acesso em: 20 jan. 2020.

significados também podem ser úteis para que se pense sobre os coletivos de comunicação do século XXI.

Strongren (2017) argumenta que, além desse jornalismo alternativo da segunda metade do século XX, representante máximo do modelo contra-hegemônico no período da ditadura civil-militar, outras práticas jornalísticas se alinharam, ao longo do tempo, na função social de criação de um espaço público alternativo, como o jornalismo sindical, o operário e o jornalismo anarquista.

Também se constituem em experiências alternativas, o jornalismo comunitário, produzido por jornalistas com a colaboração de pessoas da comunidade (DORNELLES, 2004) e o jornalismo cidadão, que surge na década de 1990 (GLASER, 2004), produzido não necessariamente por jornalistas e de forma colaborativa. Isso tudo nos lembra o quanto a prática social do jornalismo é atravessada por uma diversidade de movimentos de resistência aos modelos hegemônicos, marcada por experiências que apresentam uma narrativa alternativa a dos grandes veículos e o quanto já contavam com a participação de não jornalistas na produção de informações. A *Mídia NINJA*, junto com outros coletivos surgidos no século XXI, filiam-se a esse conjunto de experiências.

Assim, a imprensa alternativa dos anos 1960 e 1970 articulava jornalistas, intelectuais e ativistas políticos, com disposição contestatória e em busca de espaços que não encontravam na grande imprensa, por vezes adotando formatos coletivos e cooperativistas. Apesar de sua natureza essencialmente jornalística, aquela imprensa alternativa acabou se tornando espaço de reorganização sócio-política. Por isso Kucinski (2003, p.17) atribui ao “surto alternativo” uma importância que “extravasa sua aparência como conjunto de jornais ou como criação ideológico-cultural”.

Os estudos sobre a imprensa alternativa daquele período apontam uma debilidade financeira em quase todos os projetos, fazendo dos veículos que surgiam não uma formação permanente, mas provisória, vulnerável tanto a ataques de fora da organização, como as suas próprias contradições, mesmo assim registrando exemplos que se tornaram sucesso histórico pelas grandes tiragens por períodos longos e grande impacto, como *O Pasquim* (KUCINSKI, 2003). Pesou contra *O Pasquim* - predominantemente jornalístico -, segundo a avaliação de Kucinski (2003), a falta de uma tradição cooperativista, ou ele teria tido condições de permanecer por mais tempo em circulação.

Com o processo de abertura política, nos anos 1980, e muitas pautas da imprensa alternativa encontrando espaço na imprensa convencional, os veículos alternativos vão se diluindo até desaparecer. O tipo de jornalismo que eles praticavam, em parte, migra para

órgãos de sindicatos, de partidos políticos e de movimentos populares apoiados pela Igreja Católica.

Segundo Braighi e Câmara (2018), hoje o termo mídia alternativa serve como um conceito guarda-chuva que pode abarcar várias experiências, inclusive midiativismo, uma concepção em (re)construção, alinhada com a perspectiva alternativa, principalmente considerando o baixo custo de produção e independência de grandes interesses econômicos, “mas midiativismo é mais que isso” (BRAIGHI, CÂMARA, 2018, p. 29). O termo foi cunhado por Pasquinelli (2002) para diferenciar a experiência de mídias progressistas contemporâneas, especialmente digitais, das mídias alternativas anteriores. Para o autor midiativismo seria mais que um fenômeno social ou político, representaria um laboratório de experimentos e inovação não só de mídia, mas de modelos sociais. Ele diz que os coletivos midiativistas não servem apenas à informação, mas atuam diretamente na construção de subjetividades políticas.

O acesso à internet facilitou o crescimento de grupos de ativistas engajados, coordenados por redes digitais e mantendo a prática da ação direta (DAHLGREN, 2011). O surgimento desse ativismo de tipo novo é a prova de que o impacto das TICs não se fez sentir somente na comunicação, mas no próprio ativismo (BRAIGHI, CÂMARA, 2018). Os midiativistas têm influência do modelo de militantes de movimentos sociais, mas agora se apresentam ressignificados. Para Cefai (2005, p.144), os movimentos perceberam o partido que podem tirar do ciberespaço: “custos mínimos, uma maior simetria entre produtores e consumidores de informação, uma ubiquidade imediata das mensagens sem qualquer dilação no tempo, um formidável instrumento de comunicação e de coordenação entre ativistas”.

O midiativismo também vai além da contestação dos “códigos” da comunicação, e questiona todo o complexo de relações e práticas sociais através das quais os códigos são produzidos e disseminados; com isso buscando construir alternativas democráticas de mídias.

No jornalismo, enquanto os cânones profissionais rejeitam a ideia de unir a atividade jornalística a ativismo, é recorrendo a esse termo que muitos participantes se referem ao que fazem na *Mídia NINJA*. Capilé (informação verbal)³⁹ define que “midiativismo é a articulação entre pessoas e comunicação”. Oliver (informação verbal)⁴⁰, diz que o tipo de produção que a *Mídia NINJA* faz é “midiativismo”, explicando

³⁹ Pablo Capilé, na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, na casa coletiva de Brasília, DF, em junho de 2017.

⁴⁰ Oliver Kornblitt, na Oficina *Mídia NINJA*, UnB, Brasília, DF, em setembro de 2017.

que unem jornalismo com ativismo. Midiativismo, para esses atores, é, então, um ativismo de formato novo que une a comunicação mediada por computador e a prática da ação direta, exercida por pessoas que utilizam ferramentas do jornalismo e criam um novo local para a percepção de afetos e para a defesa de causas que acreditam.

O midiativismo não é apenas um neologismo, apontam Braighi e Câmara (2018). Ele se constitui num híbrido: de um lado com a função da informação, da mediação, e de outro, se associando a ideia de transgressão solidária, sendo uma prática que “só se faz com midiativistas, sujeitos portadores de uma vontade solidária que empreendem ações diretas, transgressivas e intencionais, e veem as próprias capacidades de intervenção social, antes localizadas, sendo potencializadas por meio de um registro midiático” (BRAIGHI; CÂMARA, 2018, p 36).

Ao se aproximarem do ativismo, os trabalhadores da mídia se inspiram no sentimento de solidariedade em grupo, no senso de identidade compartilhada e na luta por uma causa que une os integrantes dessa prática. Para Pasquinelli (2002), o midiativista é uma nova figura social comprometida a experimentar no tecido urbano formas de autogestão de comunicação. O conceito se estende para além da própria mídia e o autor entende como ponto culminante do midiativismo “a arte de trabalhar em rede” (2002, p.3).

Pode-se advogar que seja improdutivo comparar mídia convencional e veículos midiativistas, uma vez que, seguindo o raciocínio de Malini e Antoun (2013), na ideia de midiativismo a potência da comunicação “se emancipa” de mero transporte das informações

para revelar-se como meio de individuação, máquina de guerra das subjetivações, resistência transformadora da conversação em arma de luta. A nova mídia não é um meio de vida, como eram os velhos locais de trabalho e a antiga profissão. A mídia livre é um meio para viver, um meio onde o tempo do trabalho não se contrapõe mais ao tempo de vida, um meio onde o trabalho vivo determina o trabalho ‘morto’ das informações e tecnologias e onde o movimento vivo de cada participante constitui o espaço vital da atividade comunitária (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 146)

A *Mídia NINJA*, seguindo o formato midiativista, não distingue trabalho e vida, mas entrelaça ambos, conferindo a eles um só sentido integral, tomando a experiência midiática não como meio de vida, mas como meio de viver.

Uma vez que no midiativismo a potência da comunicação não é apenas mero transporte de informações, mas “máquina de guerra das subjetivações”, permitindo o uso

da mídia em defesa das causas que unem os participantes, a operação dessa mídia se dá de forma militante, sem neutralidade, como faz a *Mídia NINJA*, que defende a comunicação que pratica como ativismo sociopolítico (FOLETTTO, 2017; GOHN, 2015).

As experiências de comunicação do século XXI são para o midiativista o modelo desengessado que a mídia alternativa representou nos anos 1960-1970 – sem as regras da imprensa convencional, nem o financiamento desta - e alimentada com novas ferramentas e práticas.

2.3. Cultura Hacker

Com o surgimento da internet, paralelamente surgiu uma cena ciberativista, com grupos politicamente motivados, utilizando as redes virtuais para a produção, mobilização e divulgação de causas, incrementando adequações e aprimoramentos em *softwares* e fomentando a produção de *softwares* livres. Parte dessa atividade foi permitida e até estimulada pela própria indústria, interessada em perceber os usos e desdobramentos das novas ferramentas. Essas condições fazem emergir o fenômeno dos *hackers*, que invadem e se apropriam de redes.

Hacktivism se refere a ação de invadir redes como prática de protesto no espaço virtual. Os *hackers* criam meios de interferir em programas originalmente fechados, possibilitando a qualquer indivíduo utilizar o programa (MALINI, ANTOUN, 2013). Também adotam ações como sobrecarregar um sistema, bloqueando um determinado espaço de forma pacífica (JORDAN, 2002).

Pasquinelli (2002) entende *hacktivism* como uma guerra entre domínio e liberdade. Mazetti (2018) segue esse raciocínio ao considerar que iniciativas coletivas de comunicação alternativa não tenham como intenção principal reformar o sistema de mídia ou promover uma transformação da prática jornalística profissional, mas fomentar a apropriação coletiva da mídia. Cardon e Granjon (2010) chamam a atenção para um significado das ações *hackers* que convidam os indivíduos a dominarem os instrumentos de representação e simbolização: elas se constituem em uma crítica expressivista que adota caráter de tradição anarquista.

Ao defenderem o *software free*, os *hackers* não fazem necessariamente uma defesa da gratuidade, mas da liberdade. Advogam o acesso aos códigos fonte para que possam modificar um programa, adaptá-lo às necessidades do usuário e redistribuir cópias, grátis ou com pagamento de taxa, de modo que a comunidade se beneficie (MALINI, ANTOUN, 2013).

As comunidades de *hackers* se enxergam como clubes, dos quais participam de modo voluntário, em busca de difundir informações que possam contribuir com uma maior quantidade de pessoas e estabelecendo relações de reciprocidade. Stallman, programador ativista, criador do movimento *software free* e que popularizou o termo *copyleft*⁴¹ estabeleceu: “ninguém é forçado a entrar para o nosso clube, mas aqueles que desejam participar devem nos oferecer a mesma cooperação que recebem de nós. Isso torna o sistema justo” (STALLMAN, 2002, p.1).

Os midialivristas, com influência dos movimentos *hackers*, desejam tornar as mídias livres não apenas de interesses políticos e econômicos, mas livres no sentido de desbloquear a palavra e multiplicar os atores no espaço público (MAZETTI, 2018). A licença livre de programas e outros *softwares* e conteúdos (*copyleft*), possibilitou tanto o uso disseminado de avançados recursos tecnológicos, que não ficaram restritos a quem podia pagar pelo acesso, como permitiu o aperfeiçoamento desses mesmos recursos antes da chegada a um mercado consumidor maior.

Ainda em 1986 a publicação do texto *A consciência de um hacker*,⁴² assinado pelo pseudônimo *The Mentor* e que ficou conhecido como *Manifesto Hacker*, é uma abordagem inicial para definir o que seria a ética *hacker*. O texto ajudou a moldar a opinião da comunidade de *hackers* sobre si mesma e até hoje é inspiração para outros manifestos que surgiram no mundo. Aquele primeiro texto fala contra as limitações das normas da sociedade e reconhece, no *hacker*, um potencial de domínio de tecnologias que devem ser usadas de modo livre, em favor da sociedade. O texto serviu ainda como um fundamento ético à pirataria. No Brasil, um manifesto *hacker*,⁴³ produzido entre outros pelo profissional de tecnologias digitais Uirá Porã, que se apresenta como *hacker da*

⁴¹ *Copyleft* é uma licença livre, uma forma de inversão da lei de direitos autorais, conhecida pelo termo inglês *copyright*. O *copyleft* assegura o acesso de qualquer pessoa à informação. A obra *copyleft* pode ser reproduzida em larga escala e sem custo. A ironia com o termo *copyright*, altera-o para à “esquerda” (left), numa alusão a uma ação transgressiva. *Left* é ainda a conjugação do verbo “*leave*” – em português, deixar – no passado. Assim, *copyleft* tem um significado próximo de “cópia autorizada”. O slogan do *copyright*, “*all rights reserved*”, ou seja, “todos os direitos reservados”, no *copyleft* transforma-se em “*All rights reversed*”: “todos os direitos invertidos”. Um exemplo clássico de utilização do *copyleft* é o sistema operacional Linux, a princípio desenvolvido em grupos de entusiastas do uso do computador pessoal, ajudando a popularizar esse equipamento, e depois tendo a participação das maiores empresas de tecnologia do setor, também interessadas em popularizar os computadores pessoais. Para mais informações, disponível em: <https://www.infoescola.com/comunicacao/copyleft/>. Acesso em: 14 jun. 2019.

⁴² Disponível em: <https://cyberculturabr.wordpress.com/2017/02/15/o-manifesto-hacker/>. Acesso em: 01 jul. 2019.

⁴³ Disponível em: <https://github.com/hackersBR/hackersbr.github.io/blob/master/manifesto.md>. Acesso em: 01 jul. 2019.

Mídia NINJA e FdE (ele é entrevistado nesta pesquisa), coloca entre seus princípios “Toda informação deve ser livre” e “desconfie da autoridade - promova a descentralização”.

Mesmo que os aportes das tecnologias digitais tenham sido confiscados pelo chamado Gafam (Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft), os ativistas dos movimentos sociais e os hacktivistas desempenham um papel no desenvolvimento desse campo digital, atuando no desenvolvimento de ferramentas participativas de verificação, dotando os movimentos de ferramentas de mobilização que permitem resistências, contribuindo para evitar paralisias e facilitando a disseminação de uma narrativa própria dos movimentos (TUFEKCI, 2019).

A apropriação de *softwares* livres permitiu o desenvolvimento e rápida ampliação de coletivos como a *Mídia NINJA*. É recorrente em entrevistas, palestras, oficinas dos ninjas, que eles recorram a formulação de que “uma massa de mídias estaria a substituir a mídia de massas”. A posição, tanto faz uma referência inversa ao modelo concentrado da mídia hegemônica, como aponta para a ideia de um modelo com uso livre dos *softwares*, acessíveis a todos.

Segundo a ideia de liberdade de acesso defendida pelo *hacktivismo*, a *Mídia NINJA*, como os demais coletivos, disponibilizam gratuitamente o conteúdo que produzem. Também permitem o compartilhamento livre do que veiculam. Parte dos coletivos usa licença Creative Commons (CC), que permite o compartilhamento gratuito mediante citação da fonte. O livre acesso ajuda a justificar os pedidos de financiamento coletivo a que a maioria desses agentes recorre.

Segundo Malini e Antoun (2013) há na ética *hacker* um envolvimento menos de dever ao trabalho e mais de paixão e entusiasmo por uma atividade. Para esses autores, esse sentimento é alimentado pela referência a uma coletividade de iguais (os *hackers*) e reforçada pela comunicação em rede.

A ideia de coletividade de iguais e em rede faz surgir uma prática *hacker*: a adoção disseminada de grupos virtuais de discussão. Assim também, na *Mídia NINJA*, o contato é permanente via grupos de *Telegram*. Observando os primeiros grupos de discussão *hacker*, Malini e Antoun (2013) consideram que eles são necessariamente mercados, pois ali algo se trama. Eles não se referem ao sentido capitalista de mercado, mas ao etimológico: a feira, o lugar onde tudo se troca – para afirmar que nesses grupos se constrói relações pessoais, formação cultural e trocas de experiência. Logo eles contribuem com a formação de laços sociais e são espaços sujeitos a influência das

emoções. Esse modelo de grupos de discussão também se vê em outras comunidades virtuais e listas que emergem nos anos 1980.

Os ninjas usam com frequência a expressão *hackear*, com o significado de agir por dentro de estruturas já existentes, como uma estratégia de reverter o uso de espaços institucionalizados em benefício das causas que defendem. Assim, pode-se dizer que quando quatro ninjas fixas trabalharam no Ministério da Cultura (entre 2015 a 2016)⁴⁴, em funções de assessoramento de mídias digitais, tinham em vista *hackear* essa instituição em favor da produção cultural de grupos plurais e do midialivrismo. Esse sentido de *hackear* dialoga com a ideia de Wright (2019) sobre estratégias para “erodir” o sistema, a partir de mecanismos de atuação em que se integram à estrutura existente, atuando de baixo para cima, na busca de reverter algumas práticas, adotando medidas que beneficiam as causas defendidas pelo grupo que *hackeou* aquela instituição.

Fazendo referência a ideia de que a *Mídia NINJA* age como simulacro de instituições existentes (SAVAZONI, 2014; BENTES, 2015), pode-se afirmar que ela se utiliza das duas formas: tanto atua como simulacro, criando novas instituições; como seus integrantes participam de instituições já existentes, tentando *hackea-las*, com o objetivo de reverter alguns de seus usos.

Por fim, não deixa de ser curioso e/ou significativo que o nome *NINJA* seja um acrônimo - uma tradição *hacker* para nomear grupos.

2.4. Comunidades alternativas e o surgimento do “comum”

Comunidades alternativas são agrupamentos diversos que propõem modelos outros de convivência e quanto ao modo de produzir e consumir, e surgem para realizar algum propósito que um grupo de pessoas tenha em comum. Elas podem surgir empurradas por alguma necessidade e/ou tentando atingir um objetivo, como comunidades quilombolas; inspiradas em movimentos contraculturais e a favor da liberdade, como comunidades hippies e assemelhadas; adquirir feições religiosas, geralmente com influência de lideranças; ser mais rurais e buscar a autosustentabilidade; ou urbanas, guiadas por discussões contemporâneas. São muito diversas, geralmente

⁴⁴ Nesse período foram assessoras do MinC, no segundo mandato da presidenta Dilma Rousseff, quando esta resolveu se aproximar mais das mídias digitais, após avaliações sobre Junho de 2013 e já enfrentando as dificuldades que levaram ao *impeachment*. O Ministro da Cultura era Juca Ferreira, que tinha como assessora Ivana Bentes, professora de Comunicação da UFRJ, estudiosa de mídias alternativas digitais e colunista da *Mídia NINJA*. As ninjas permaneceram no MinC até o afastamento de Dilma, quando Michel Temer assumiu a presidência e promoveu alterações nos ministérios.

amparadas em conceitos de cooperativismo, estabelecendo novas sociabilidades e uma cultura interna própria seguida pelos participantes.

Para Olson (2015), os agrupamentos coletivos agem por meio de alguma coerção ou estimulados por algum incentivo, tentando satisfazer interesses comuns e frequentemente servindo também a interesses individuais, sem perder sua função e característica básica que é a sua faculdade de promover interesses grupais. Esse estudioso se dedicou especialmente a ação coletiva de grupos organizados, como sindicatos e associações de trabalhadores, centrando grande parte de suas análises em benefícios econômicos. Mesmo assim, reconheceu que os incentivos econômicos não são os únicos possíveis para manter um grupo coeso e em ação. “As pessoas algumas vezes sentem-se motivadas também por um desejo de prestígio, respeito, amizade e outros objetivos de fundo social e psicológico” (OLSON, 2015, p.72). O autor argumenta que há ainda outros incentivos, como eróticos e morais.

Um outro estudo chegou mais próximo dos atores alternativos que buscamos alcançar aqui. Falamos do cientista social norte-americanos Howard S. Becker (2008) e seu estudo seminal sobre os *outsiders*, nos anos 1960, investigando indivíduos que não seguem as regras e posições consideradas “normais” na sociedade e constituem grupos que têm suas próprias regras e conceitos de normalidade. Seu estudo, com subtítulo “estudos de sociologia do desvio”, representou uma guinada nas investigações sobre a transgressão ao propor que os definidos como desviantes seriam resultantes de um processo de rotulação que envolve aqueles que formulam as regras sociais e suas sanções. Essa perspectiva identifica que a rotulação é um processo discriminatório e funcional (pretende distinguir os “disfuncionais”). Para Becker (2008, p. 28), as perspectivas das pessoas que se envolvem num comportamento rotulado de desviante “são provavelmente muito diferentes das visões daquelas que o condenam” (BECKER, 2008, p. 28).

As pesquisas de Becker (2008) verificaram que membros de grupos desviantes organizados possuem um sentimento de destino comum, de estar no mesmo barco, de enfrentar os mesmos problemas. A partir disso as pessoas desenvolvem uma cultura própria, definida pelo autor como um “conjunto de perspectivas e entendimentos sobre o que é o mundo e como se deve lidar com ele” (BECKER, 2008, p. 48). O pertencimento a um grupo desse tipo solidifica a identidade desviante.

Becker (2008) ainda observou que a maior parte dos grupos desviantes tem uma fundamentação autojustificadora (ou ideologia) – responsável por fornecer ao indivíduo razões que lhe parecem sólidas para levar adiante a atividade iniciada. Tentando

compreender porque as pessoas permanecem em atividades consideradas desviantes, esse autor identificou um sentimento de prazer na experiência, que leva a definir seus efeitos como agradáveis, desejados, procurados.

Estudando atores como músicos de casas noturnas, a pesquisa chegou a relatos em que estes personagens se dizem livres de interferência em seu trabalho, criando um tipo de prestígio profissional que entra em conflito com uma noção de prestígio de um emprego mais convencional. Verificou-se no grupo pesquisado que o *ethos* daquela atividade fomenta admiração pelo comportamento espontâneo e confere recompensas não oficiais.

Becker (2008) ainda chama a atenção para uma característica importante dos comportamentos ou ações consideradas desviantes: eles violam a hierarquia da sociedade, geralmente preservada pelos que ocupam posições de poder e autoridade. Por isso “precisamos descobrir por nós mesmos a verdade sobre fenômenos supostamente desviantes, em vez de confiar em relatos oficiais” (BECKER, 2008, p. 207). O desviante, assevera o autor, é uma categoria sempre em negociação.

Na cena contemporânea, as comunidades alternativas urbanas têm influência de conceitos como solidariedade, cooperação, colaboração e também apresentam novidades, reacendendo o tema do direito à cidade (LEFEBVRE, 2001), seus espaços e formas de apropriações coletivas. Nas pesquisas, algumas discussões ganham corpo com temas que investigam comunidades alternativas, ferramentas participativas, direito ao espaço público, moedas e financiamento do comum (SILVEIRA; SAVAZONI, 2018).

Dardot e Laval (2017) se dedicam ao estudo das comunidades alternativas no século XXI, nomeando-as de “comuns”, que definem como o grupo unido por uma racionalidade alternativa, inversa a concorrencial do neoliberalismo, onde o interesse reside não só na eficiência produtiva, mas também no desenvolvimento de comportamentos diferentes e de novas subjetividades. Os comuns, assim como as comunidades alternativas anteriores, além de encarnarem uma proposta alternativa, se constituem em um significado crítico.

No livro *Comum, ensaio sobre a revolução no século XXI*, eles apontam o princípio político do comum emergindo de lutas democráticas e dos movimentos sociais e culturais, se apresentando em grupos organizados em co-atividades, opondo ao velho modelo moral de uma comunidade de bens, o modelo de uma comunidade de indivíduos - fonte de energia e forças que conferem poder próprio a seus membros.

Fazendo uma busca etimológica do termo “comum”, Dardot e Laval (2017) compreendem que decifrar uma palavra, mais do que um artifício de explicação do termo, é importante na compreensão da prática. Assim, os autores apresentam a raiz “com” relacionada a tudo aquilo que é feito junto com os outros; e o termo de origem latina “munus”, que faz referência a doação, mas também a obrigação, estabelecendo uma lógica de reciprocidade. “Munus” está na palavra município, municipalidade, munícipe, numa alusão ao conjunto de moradores que, segundo a origem do termo, devem estabelecer relações de obrigações recíprocas ao viverem juntos.

Embora entusiastas do comum, esses estudiosos reconhecem que a formação de comuns é difícil e tateante e que essas comunidades ainda estão sendo inventadas, baseadas em princípios de cooperação e coobrigação. Eles falam em um novo tipo de instituição, instituinte, e como tal, questionadora das instituições estabelecidas. Nesses comuns, a ideia de direito de propriedade é substituída pela ideia de direito de uso.

Alguns estudos têm apontado o crescimento de comunidades com racionalidades alternativas não vistas apenas como algo restrito a grupos tradicionais (como indígenas) ou a grupos de um passado recente (como comunidades hippies), mas sendo reelaboradas em grupos e práticas sociais urbanos (MARTINS, 2002; DARDOT; LAVAL, 2017; VIVEIROS DE CASTRO, 2018).

Além das demais filiações apontadas, a *Mídia NINJA* também pode ser vista como herdeira das comunidades alternativas. Ao adotar práticas “desviantes”, não seguindo regras consideradas “normais”, ela pode ser considerada um *outsider* (BECKER, 2008). E ao viver uma experiência autojustificadora, valorizando sentimentos de prazer e efeitos agradáveis, adotando princípios de co-atividades e co-responsabilidades, onde a lógica do valor de uso se sobrepõe ao direito de propriedade individual, pode ser vista como um “comum” (DARDOT; LAVAL, 2017).

Considerações sobre este capítulo

Neste capítulo propomos uma filiação para a *Mídia NINJA*, perseguindo suas fontes originárias, na busca de fornecer embasamento para uma compreensão mais ampla sobre o fenômeno dos coletivos de comunicação.

Uma atenção inicial é dada a fonte “novos movimentos sociais”. No livro *Os novos bárbaros* (SAVAZONI, 2014), Pablo Capilé, um dos co-fundadores da *Mídia NINJA*, afirma que o FdE se visualiza, desde o início, como movimento social. Para Savazoni (2014, p.17-18), “há múltiplas abordagens possíveis e, de alguma maneira, elas

coexistem justamente pela novidade que a organização representa. Tudo isso e nada disso”.

Enxergamos que as origens da *Mídia NINJA* são plurais, com raízes políticas e culturais, vindas de diferentes mundos que se entrecruzam. Assim, além dos novos movimentos sociais, discutimos os papéis que desempenharam as mídias alternativas e o surgimento do midiativismo, a cultura *hacker* e as comunidades alternativas. Essas quatro filiações coexistem e todas elas são sustentadas em ação política e têm um fundo emocional. Junto ao capítulo anterior, de contextualização, apresentamos até aqui as ferramentas de base para a compreensão do fenômeno coletivo de comunicação.

No próximo capítulo, vamos aprofundar o referencial teórico das emoções, como abordagem que propomos nesta pesquisa para analisar o engajamento das pessoas nos coletivos.

CAPÍTULO III. ABORDAGEM TEÓRICA: a dimensão das emoções

Neste capítulo apresentamos a perspectiva teórica utilizada para observar engajamentos que promovem a adesão e permanência nos arranjos coletivos de comunicação alternativa das últimas décadas. Concebemos engajamento conforme Dahlgren (2011), que se refere ao estado do sujeito que se sente mobilizado a participar de alguma causa, evento, atividade. Para este estudioso, engajamento é um pré-requisito para a participação, pois a ação pressupõe certo grau de disposição à tomar parte, uma vez que exige dedicação de tempo e requer certas habilidades.

A abordagem teórica aqui adotada, de cunho subjetivista⁴⁵, compreende que o engajamento em agrupamentos, ações e arenas públicas tem necessariamente um componente emocional essencial, como têm apontado vários estudos, tanto na área dos movimentos sociais como nos estudos em sociologia e antropologia das emoções (ENRIQUEZ, 1999, 2001, HALL, 2005; MOUFFE, 2005; SCHEFF, 2006 ; CEFÄI, 2005, 2009, 2011; DAHLGREEN, 2011; LORDON, 2015; BERNARD, 2015, 2017; AHMED, 2017; DOSSE, 2018). Essa direção renovadora das ciências humanas, que interroga o agir social a partir da observação das emoções, reúne pesquisadores de disciplinas diferentes sob um paradigma interpretativo e pragmático que emerge a partir dos anos 1980, com contribuição de estudiosos de várias partes do mundo e com pesquisas destacadas entre os franceses e norte-americanos. A abordagem que valoriza as emoções permite recuperar, segundo Dosse (2018), o que tinha sido posto de lado por uma abordagem excessivamente quantitativa, devolvendo o lugar à experiência vivida.

Estudar as emoções representa um meio de acessar os valores dos atores e os sentidos que eles dão as suas ações (BERNARD, 2015). Assim, depois de quase ausente nas pesquisas, uma antropologia e uma sociologia das emoções experimentam crescimento e novos estudos, inspirando investigações que observam vínculos sociais e a ocorrência de emoções diversas nos agrupamentos e atividades.

⁴⁵ O subjetivismo, no senso comum, é tido como algo de compreensão particular. Na Sociologia, contudo, a ideia de subjetivismo ganha notoriedade a partir das contribuições de Max Weber, que coloca o sujeito como centro da análise, e está ligada a uma visão voltada aos sentidos dados pelos sujeitos às suas atividades e ao mundo social. O objetivismo, por seu turno, tem a tendência a reificar a ordem social, tomando-a como realidade determinada de fora para dentro, transcendente em relação aos indivíduos, e dando maior poder às estruturas que aos sujeitos e suas agências (SILVA, 1996).

Nesta pesquisa utilizamos a abordagem dos estudos das emoções como lente para observar adesão, envolvimento e um senso de compromisso não só com as causas defendidas, mas com as pessoas envolvidas e com o modo de vida criado na *Mídia NINJA*. Não sendo a única abordagem possível para observar engajamentos, como já citado, ela apresenta a novidade de revelar a presença de uma dimensão afetiva, emergindo, operando e fazendo agir no campo da comunicação ou por meio da comunicação.

Para apresentar a abordagem adotada, iniciamos por uma discussão sobre a ideia de oposição entre razão e emoção, apontando a sua superação pelos estudos das emoções; passamos para a ascensão e desenvolvimento desses estudos e como eles têm se apresentado nas ciências humanas e sociais; e seguimos explorando os vínculos sociais, concluindo com a referência aos estudos mais específicos sobre a formação do gosto e sobre as emoções dos jornalistas.

3.1. Razão e emoção

Norbert Elias (1990) localiza na repressão aos sentimentos um elemento chave na constituição da civilização moderna, desde o final do século XVIII e a partir do século XIX, quando a emoção passa a ser reprimida no indivíduo, tornando-se algo privado e secreto. Para o autor, as bases da sociabilidade da civilização moderna avançaram por meio de uma “conspiração do silêncio” (1990, p.151), impondo uma exigência de autocontrole e uma postura reservada perante as emoções. Assim, a modernidade confinou na pessoa suas emoções, banindo-as do social.⁴⁶

A separação entre razão e emoção e a valorização da razão estão na base da concepção moderna de ciência, que se apoiou em ideais cartesianos para determinar as regras do pensamento científico e conduziu a busca de categorias puras. Ao longo do século XX, os estudos sobre engajamento foram fortemente embasados nessas ideias, que levaram a superestimar a razão e negligenciar as paixões, mantendo as emoções à distância (CEFÄI, 2005, 2009; SCHEFF, 2006; DAHLGREN, 2011; AHMED, 2017).

⁴⁶ Para Elias (1990), o desenvolvimento científico do século XX foi tremendo, porém a coexistência social continuou sujeita a pressões e ansiedades incompreensíveis gerando sentimentos contraditórios, de orgulho e desespero – orgulho pela capacidade racional para as descobertas e iniciativas audaciosas de sua época; desespero a respeito de suas próprias e irracionais barbaridades. Vale lembrar que “O processo civilizador” (1990), obra que marca o pensamento de Elias, foi escrito durante o período anterior a eclosão da Segunda Guerra Mundial. O autor vê a civilização como um processo, uma questão que se coloca continuamente ao indivíduo, e não um estado, que uma vez alcançado, permanece estático. Para ele a civilização não deve ser considerada um ganho ou uma realização isenta de problemas, mas um tema de reflexão permanente.

Cefai (2009) considera que as teorias da ação racional e da mobilização dos recursos, ao dominarem grande parte do pensamento durante o século XX, colonizaram o modo de se pensar sobre a mobilização coletiva em sociedade. O autor considera que essa tendência instituiu uma abordagem pobre, que tende a reduzir as iniciativas a cálculos de interesse, tendo força explicativa para certo número de situações concretas, porém, tornando-se limitada e insuficiente em muitos casos. “Quem triunfou e colonizou essa literatura foi a retórica da economia, do empreendimento e do empreendedor, da estratégia de rentabilização de interesses predeterminados e de capitais disponíveis” (CEFÄI, 2009, p.12).

Dessa forma, emocional e racional foram se distinguindo, com a ideia de que era necessário reprimir as emoções, pois elas conteriam traços de desordem, desarmonia e irregularidades, prejudicando o julgamento, enquanto a racionalidade, dotada de lógica e menos sujeita a imprevistos, instituiu o fetichismo de uma vida mais eficaz e produtiva, com a razão sendo fundamental para que se tivesse propriedade sobre a ação, enquanto a emoção, subversiva, incapacitaria ou contaminaria a ação (ENRIQUEZ, 1999; HALL, 2005; DAHLGREN, 2011; AHMED, 2017).

Buscando a etimologia da palavra emoção, Fiorin (2008) afirma que ela é usada como sinônimo de paixão, sendo formada a partir do latim de expressões como *movere*, “mover” e *(ex)movere*, “mover para fora”. Esse sentido original está ligado à ideia de que a emoção é um movimento – e um movimento da alma, das coisas obscuras, que não se pode controlar.

O binário razão/emoção está incorporado à cultura ocidental, tornando-se popular na literatura, cinema, publicidade⁴⁷. Mas essa ideia binária não se restringiu a esses campos. Muitos estudos científicos que valorizaram aspectos racionais seguiram a tendência de considerar a emoção como um conceito distinto da razão e mesmo em oposição a esta.

O modelo liberal, renovado pelo formato mercadológico do neoliberalismo desde a segunda metade do século XX, valorizou a eficiência, a otimização dos recursos, a capacidade de utilizar o tempo de modo produtivo, facilitando a disseminação da premissa

⁴⁷ O romance *Razão e Sensibilidade* (*Sense and Sensibility*) tornou-se um exemplo da ideia binária razão/emoção. Escrito pela inglesa Jane Austen em 1811, mais tarde foi adaptado diversas vezes para o cinema e para séries de TV. O romance mostra o contraste entre personagens mais racionais e outros mais emotivos e passionais, em busca do equilíbrio entre a razão e emoção.

racional. Para Cefäi (2009, p.25) “o fetichismo do *homo economicus* põe em curto-circuito a dimensão cultural, desvalorizando símbolos, imagens, identidade e emoções”.

O *homo economicus* recebeu a chancela do campo científico numa sociedade em busca do progresso. Mas as concepções notadamente desenvolvimentistas e utilitaristas também foram alvo de críticas, especialmente de estudiosos que apontaram que as atividades econômicas não são motivadas apenas por interesse material, individual ou corporativista, mas também incluem preocupação com laço social (POLANYI, 2000; CEFÄI, 2005, 2009, 2011; SABOURIN, 2011). Polanyi (2000) fala em socioeconomia e argumenta que reduzir as ações e a compreensão sobre elas a mercado e ao controle da livre iniciativa é reduzir os próprios princípios do agir econômico, que são múltiplos e concomitantes, a apenas um deles: o da lógica do interesse próprio e otimização dos meios pela máxima da utilidade.

Progressivamente passaram a ser levados em consideração estudos que valorizavam formas diversas de engajamentos, experiências e regimes de ação política. Cefäi (2009) localiza ainda nas décadas finais do século XX, a tendência de certas organizações e movimentos sociais não mais se encerrarem em formatos centralizados e hierarquizados, tornando-se mais reticulares, acéfalos ou policentrados. Para o autor, essa tendência aponta para a adesão sob aspectos não-rationais e para um novo ativismo político, que mobiliza questões morais e impulsos emocionais nas agregações coletivas, e reconhece as paixões como motivação nas ações, não sendo isto fator de demérito ou de ilegitimidade para uma ação. Seguindo essa linha, muitos estudos vão rejeitar a ideia de um rompimento entre razão e emoção e apontar que, ao contrário, razão e emoção estão interconectadas (CEFÄI, 2005, 2009, 2011; SCHEFF, 2006; DAHLGREN, 2011; LORDON, 2015; AHMED, 2017).

Defendendo essa interconexão, Dahlgren (2011) alega que afetos como violência e agressão, mesmo indesejáveis, nunca são exclusivos da emoção, mas estão também na razão. Igualmente crítico da ideia de que a dimensão emocional possa ser purificada “para que a racionalidade desencantada e resignada da vida democrática pudesse se impor, esfriando o entusiasmo e calando o medo”, é o autor brasileiro Safatle (2016, p. 21). Para ele, é impossível purificar o espaço político da circulação de afetos. O autor argumenta: “há algo da crença clássica na separação necessária entre razão e afeto a habitar hipóteses dessa natureza. Como se os afetos fossem, necessariamente, a dimensão irracional do comportamento político” (SAFATLE, 2016, p. 21).

A valorização do racional contra o emocional ajuda a compreender porquê, durante muito tempo, a categoria de análise “emoções” tenha sido objeto de estudo da psicologia e da filosofia, mas tenha sido desconsiderada como fenômeno sociológico válido para a compreensão das questões sociais ou tenha sido relegada à margem nas discussões clássicas.

Outro motivo das emoções terem ficado em segundo plano nos estudos das ciências sociais é a dificuldade de se fazer a ligação entre corpo teórico, dados empíricos e aporte metodológico, de modo a constituir uma pesquisa com validade científica, o que levantou desconfianças e críticas, especialmente em torno da questão de que método(s) utilizar para alcançar e explorar as emoções a fim de produzir uma teoria confiável. Retomaremos esse ponto no capítulo de metodologia.

Nas últimas décadas, no entanto, estudiosos têm ultrapassado essa dificuldade e apresentado pesquisas que expandem e solidificam o campo dos estudos das emoções (HOCHSCHILD, 1983; SCHEFF, 2006; AHMED, 2017). A tendência desses estudos é serem interdisciplinares, com contribuições da sociologia, antropologia, psicologia, filosofia.

3.2. Sociologia das emoções

A emergência dos estudos das emoções nas ciências sociais e humanas deu origem a uma área que ficou conhecida como Sociologia das Emoções. A socióloga estadunidense Arlie Hochschild está entre os pioneiros na abertura desse campo, com obras como *The Managed Heart: commercialization of human feelings* (1983), em que cunhou o termo “trabalho das emoções”. O estudo tornou-se um clássico na área ao observar especialmente aeromoças, focalizando o aprendizado social do controle dos sentimentos operado por estas no desenvolvimento de suas atividades. Nesse momento, a emoção era observada a partir do ponto de vista da sua administração.

Hochschild também contribuiu ao relacionar sentimentos a fatores e contextos sociais, afirmando que estes não estavam restritos ou isolados no interior das pessoas. Suas pesquisas têm influências de Goffman e de Freud, mas também se diferenciam de ambos.

Hochschild retira do primeiro a interação dos atores, mas critica Goffman por não ter dado uma psique a eles, e nem ter explicado de onde vinham os sentimentos que eles demonstravam nas representações. Ela extrai essa psique de Freud, mas discorda da concepção deste autor sobre o *self* sendo emocional e inconsciente.

Para ela, o self é "sentiente", capaz de sentir e consciente de ser assim (BONELLI, 2004).

O reconhecimento da emoção nos ambientes de pesquisa provocou, desde o início do século XXI, uma reabilitação da afetividade (BERNARD, 2017) e viu surgirem termos como “virada emocional”, “virada afetiva”, “giro emocional”, com estudos que observam o comportamento de grupos e como diferentes emoções emergem e o que podem provocar (SCHEFF, 2006; LORDON, 2015; AHMED, 2017).⁴⁸

Historicamente, há diferentes abordagens para tentar compreender os afetos (na seção seguinte falamos sobre a relação entre os conceitos emoção e afetos). Estudos clássicos, como em Spinoza (2007) ou em Descartes (1998), organizam os afetos em pares opostos como medo/esperança, alegria/tristeza, prazer/dor, amor/ódio. Outros preferem pensar em complementaridade entre os afetos (SAFATLE, 2016). Há estudos que falam em afetos positivos e negativos ou não-positivos, ou usam como terminologia afetos alegres e tristes (DAHLGREN, 2011; LORDON, 2015), estando entre os positivos a empatia e a solidariedade, por exemplo, e entre os não-positivos, o ódio, o medo, a rejeição, a raiva, sendo todos significativos para consolidar relações.

Para Freud (1976), não há afetos a serem esquecidos, pois eles podem ser sempre transformados. Sendo assim, pode-se transformar um afeto negativo em positivo. Safatle (2016, p.18) esclarece que “para Freud podemos fazer com o desamparo coisas bastante diferentes, como transformá-lo em medo, em angústia social, ou partir dele para produzir um gesto de forte potencial liberador”. Esse autor argumenta que uma consequência necessária dessa maneira de pensar consiste em afirmar que, “no fundo, talvez não exista algo como ‘paixões tristes’ ou ‘paixões afirmativas’. Existem paixões,

⁴⁸ Lordon compara a história das ciências sociais a um caminho na montanha, onde uma volta sucede a outra, para afirmar que depois da virada linguística, da volta hermenêutica e da volta pragmática, “surge, então, a volta emocional – e subitamente não parece hilário que essa coisa há muito ignorada seja finalmente considerada” (LORDON, 2015, p. 8). Nessa volta emocional, muitos estudiosos têm invocado a emoção em seus estudos, revelando a dimensão que o tema ganhou. Citamos alguns desses estudiosos: Cefai (2009, p.31), estudioso das ações coletivas em arenas públicas, defende que é a afetividade o que garante nosso contato com os outros e com as coisas, “e o que nos mantém unidos as situações, nos situando nelas”. Para ele, sem emoção faz-se difícil pensar em motivação, engajamento, vínculo. Para Dahlgren (2011, p. 87) a emoção não é apenas motivadora, mas estabelece ligação entre as pessoas e permite compreender a participação em ações políticas, uma vez que é preciso superar obstáculos existentes na barreira de passar da discussão à ação. Hall (2005) lembra o significado do termo apático: “sem *pathos*”, ou seja sem emoção, para se referir ao cidadão resignado. O sentimento de resignação reflete em desengajamento. “O poder da motivação e o desejo de mudar o mundo são cruciais para a política e para habilitar mudanças reais” (HALL, 2005, p.215-216).

com sua capacidade de às vezes nos fazer tristes, às vezes felizes” (SAFATLE, 2016, p.19). Dessa forma, a emoção não é um estado imutável e solidificado, mas sim, algo que não cessa de se modificar, com os sentimentos frequentemente se misturando e sendo marcados pela ambivalência, de acordo com a relação com o mundo.

Para se concentrar na análise das ações e mobilizações levando em conta a dimensão emocional, Safatle (2016) sugere que as transformações não devem ser pensadas apenas como modificações nos modelos de circulação de bens, mas, de modo mais amplo, como modificações na estrutura dos sujeitos, nos regimes de suas economias psíquicas e nas dinâmicas de seus vínculos sociais (SAFATLE, 2016).

Para uma análise via emoções, é importante ainda que não se perca de vista que os espaços não são puros: tanto a racionalização é também um modo de controle social, mais moderno e sutil, exercido pelos resultados mais facilmente demonstráveis, quanto as emoções não são exclusividade de uma interpretação mais humanista para os fenômenos, podendo ser instrumentalizadas. Mesmo que o modelo econômico liberal administrativo pareça mais próximo de explicações racionais e quantitativas e, em tese, evite uma explicação via emoções, ele também recorre aos afetos como dispositivos de otimização de produtividade ou como método de controle, a exemplo da emoção administrada das aeromoças de Hochschild (1983). Para Illouz (2011, p. 37), “a esfera econômica, longe de ser desprovida de sentimentos, tem sido, ao contrário, saturada de afeto, um tipo de afeto comprometido com o imperativo da cooperação e com uma modalidade de resolução de conflitos”.⁴⁹

Dito isso, não se ignora que emoções possam ser utilizadas de forma instrumental e retórica com o objetivo de unir as pessoas ou de incentivá-las à ação. Porém, é importante dar ouvidos a Ahmed (2017) quando ela questiona uma visão funcionalista das emoções, argumentando que elas se constituem em um objeto complexo, sobre o qual intervém todo tipo de processos complicados e desordenados, nem todos disponíveis para a consciência ou facilmente reveláveis, não sendo dados fáceis e certos para um uso funcional, uma vez que as emoções não são transparentes e nem sempre os sujeitos sabem como se sentem ao tentar articular consciente e inconsciente.

⁴⁹ Illouz (2011), no livro *Amor em tempos de capitalismo*, cunhou o termo “capitalismo afetivo” e exemplificou como afetos circulantes em sociedades capitalistas neoliberais: o medo de ser excluído, de não ser bem sucedido como sujeito econômico e a insegurança em relação a uma iminente degradação econômica.

Ao questionar uma visão instrumental das emoções, Ahmed (2017) não está dizendo que as emoções não tenham uma função. Antes disso, está alertando que reduzir o sentimento a uma função simplifica as emoções, ao supor que estas são regidas por interesses definidos de antemão. Essa autora ainda observa que quando um sentimento se converte em instrumento ou técnica, não significa que algo esteja sendo criado a partir do nada, mas que algo está sendo criado a partir de algo que já existe: uma sensação, um sentimento, uma emoção.

3.2.1. Método e objeto em emoção

A visibilidade que o estudo das emoções passou a ter, revelou uma heterogeneidade nas formas de definir e apreender o objeto “emoção” bem como uma discussão sobre que métodos de estudo seriam mais adequados, deixando à mostra divergências e tensões entre diferentes abordagens e níveis de análise, ligando a emoção ora ao biológico, ora ao psicológico, ora ao sociocultural, em diferentes programas de pesquisa. Os estudos têm avançado na articulação de perspectivas macro e microssocial, premissas teórico-metodológicas variadas e uma forte filiação interdisciplinar.

Alguns estudos distinguem os termos emoção e afeto, havendo uma prevalência de uso deste segundo termo em pesquisas mais recentes, não sem o risco de sua banalização. Autores que levam em conta a distinção emoção/afeto trabalham com a perspectiva de que as emoções são construídas social, cultural e historicamente, enquanto os afetos são naturalizados, materiais - circulam em corpos biológicos, como excitações e sensações corporais, em parte inconsciente, dificultando análises (VANDENBERGHE, 2017).

Esta pesquisa está de acordo com a visão de Ahmed (2017), que não considera a separação analítica entre emoções e afetos. Para a estudiosa, levar em conta essa separação seria uma falácia opositiva cultura/natureza, que não se revela produtiva, uma vez que as emoções envolvem sensações e afetos e a distinção analítica implica em separar as emoções e as experiências vividas de ser e ter um corpo. O estudo de Ahmed, *A Política Cultural das Emoções* (2017), com primeira publicação em 2004, tem sido apontado como um novo clássico na área das emoções.

Para fugir da encruzilhada das diferentes abordagens, Bernard (2015) aponta uma perspectiva mais relacional, que tome por base a ideia de que a emoção é uma ação sobre o mundo que provoca reações. Note-se que o autor observa a emoção como uma “ação” – e uma ação que não se encerra em si, pois provoca “reação”. É dele também a ideia da

existência de um tecido social emocional, com papel central, podendo a emoção funcionar tanto como cimento social ou, ao contrário, estimular conflitos (2017).

Os estudos que entendem a emoção como elemento articulador de ações vão se apresentando em disciplinas distintas como antropologia, sociologia, comunicação, estudos literários, com resultados diferentes dos gerados historicamente pela psicologia. Esse aumento de interesse pelas emoções, segundo Greco e Stenner (2008), se deve a confluência de múltiplos fatores e ocorre concomitantemente ao crescimento de interesse por agendas relativas aos temas da justiça, meios de comunicação, política, negócios, educação e sistemas de saúde. Dosse (2018) acrescenta a esse contexto uma situação de dupla crise no pensamento social – quer seja a partir da ideia de mão invisível do mercado, quer seja por meio da onipresença do Estado – o que facilitou a busca de compreender o que fundamenta o vínculo social e desencadeou uma maior atenção aos microvínculos, a interação, aos micromeios de sociabilidade.

A chegada de outras disciplinas não apaga as contribuições significativas da psicologia para as teorias das emoções. Ahmed (2017), no entanto, adverte que se deve ter o cuidado de não “psicologizar” os estudos. Para a autora, psicologizar é enxergar a emoção como algo interior, o que privatiza as emoções, limitando-as ao âmbito privado, e encobre a sua dimensão pública e seu papel na vida social.

A estudiosa defende um outro modelo, baseado tanto na psicologia quanto nas práticas culturais e sociais, mas distinto de ambos. Ela fala em nome de uma socialidade das emoções, entendendo que estas não estão nem no individual nem no social, mas circulam. Ahmed (2017) esclarece que, ao pensar esse caminho, não está oferecendo um modelo como contágio, como se a emoção passasse de um a outro, pois correria o risco de transformar a emoção numa propriedade. E ela explora as emoções como algo que se move, por meio da circulação dos objetos, que se tornam saturados de afeto, sendo as emoções espaços de tensão pessoal e social.

Essa forma de enxergar as emoções compreende os sentimentos não como objeto possuído (“o meu amor/ódio”) ou que possui (“fui tomado por amor/ódio”), não como substâncias transferíveis (“eu lhe dou/ofereço o meu amor/ódio”), nem apenas como processos fisiológicos dos quais o corpo guardaria o segredo, mas vê as emoções como relações onde importa também o contexto e os atores nos quais e entre os quais as emoções se manifestam.

Ahmed (2017) ainda atenta que, nos estudos sobre as emoções, se deve olhar com criticidade o que ela chama de excesso de celebração da mobilidade e fluidez de nossas

posições como sujeitos, uma vez que estas continuam dependentes tanto de atribuições institucionais e sociais alheias a nossas vontades como aos capitais econômicos e culturais concretos, bem como alerta que as políticas antinormativas não são garantia suficiente de mudanças radicais nas subjetividades.

Essas críticas de Ahmed parecem aproximá-la da ideia de reprodutibilidade pessimista das relações de poder de Bourdieu (2009, 2011), que confere grande poder às estruturas. Porém, ainda que Ahmed não negue certo determinismo nas relações sociais, ela enxerga essas relações como abertas à dissonâncias. E nessas dissonâncias, a emoção joga um papel importante. Na verdade, os estudiosos da emoção vão se distanciando de Bourdieu que, apontam eles, desenvolvia uma filosofia da supeita que tinha por hábito desmascarar o ator (DOSSE, 2018) e que dominou grande parte das ciências sociais nas últimas décadas do século XX (HENNION, 2004, 2011).

Todas essas questões são reveladoras de como os temas ligados à emoção estão em disputa entre as disciplinas e no interior das mesmas. Discutir essas questões também vai refinando o debate sobre os objetos de estudo e as metodologias de pesquisa para verificar e compreender as emoções.

É o que faz Elias (1990), ao se aprofundar na investigação de emoções específicas e, a partir delas, explorar suas ramificações. Esse caminho, aliás, tem sido usado em estudos apontados como referência na sociologia das emoções, a exemplo de Scheff (2006), que estudou longamente a vergonha, e de Ahmed (2017), que também estudou a vergonha e outras emoções como ódio, medo, amor. Localizar um sentimento específico e perseguir suas variantes confirma o quanto as emoções são diversas e podem se transformar.

Koury (2009, p. 62) explica como essa técnica se dá, usando como exemplo a emoção vergonha e se referindo a uma comunidade da periferia de João Pessoa, Paraíba, estudada por ele.

A emoção vergonha e suas variantes, como o embaraço, a humilhação, a baixa autoestima, a falta de autoconfiança, entre outras, bem como os conceitos estreitamente correlacionados ao ato de envergonhar-se, como o sentimento de honra, o sentimento de orgulho, e o autorrespeito, formariam, deste modo, o centro básico, e o núcleo compreensivo da cultura emocional no social, na análise sociológica e antropológica das emoções.

Estudar a emoção é investigar tanto o que move as pessoas, o que as mobiliza, como tentar compreender o que as liga, o que as conecta umas às outras e a isto ou aquilo.

Dito de outra forma: as emoções tanto fazem fazer algo, como vinculam a algo. Logo, as pessoas se movem por meio de uma conexão “com” (AHMED, 2017). Daí pode-se entender o sentido da palavra “comover” – mover com – usada para designar o estado de quem está emocionado, “co-movido”. Ou seja: estudar as emoções é estudar os vínculos.

3.3. Vínculos sociais e reciprocidade

Os agrupamentos sociais são arenas de trocas e conflitos, com racionalidades múltiplas e propensos à formação de vínculos diversos. Uma corrente proeminente dessas relações recebeu o nome de utilitarismo, que tende a julgar a ação humana quanto as suas consequências “úteis” (GAIGER, 2016). Para o utilitarismo, basta que se pague um valor monetário e se fica quites numa relação que não precisa criar laços. O utilitarismo busca equacionar dívidas e evitar a contração de relações que reproduzam ou extrapolem os laços iniciais, pois manter dívidas em aberto é uma forma de preservar os vínculos ativos (CAILLÉ, 1989, 2002; GODBOUT, 1998; SANDEL, 2012).⁵⁰

Outros estudos, no entanto, apontam que os engajamentos em ações coletivas nas arenas públicas não têm por razão declarada apenas voltar-se para um lucro econômico, político ou mesmo simbólico, não sendo somente o gosto por dinheiro, poder ou prestígio que tem a capacidade de mobilizar as pessoas (CEFÄI, 2011; SABOURIN, 2011). Motivos para engajamentos também podem ser: senso de responsabilidade e solidariedade, a recusa a injustiças sociais, a preocupação com o bem público, a indignação contra negligências e o desejo de participar de assuntos públicos (POLANYI, 2000; CEFÄI, 2011; DAHLGREEN, 2011).

Seguindo um caminho perturbador para a ideia de vínculo utilitário, o vínculo social, definido por Gaiger (2016, p.10) como “a arte de manter relações como meio de viabilizar a vida”, é um fenômeno que recorre aos afetos – amor, fascinação, sedução (ENRIQUEZ, 1999) -, exatamente para manter as dívidas em aberto. Ou seja, enquanto o mercado e o modelo utilitário são baseados na liquidação da dívida, o vínculo social é

⁵⁰ Sandel (2012), no livro *O que o dinheiro não compra*, traz uma boa ilustração para a ideia de quitar dívidas com pagamento em dinheiro, abolindo vínculos. O autor conta a história de uma creche israelita em que alguns pais costumavam buscar seus filhos com certo atraso, devido ao trabalho, obrigando os auxiliares a fazer hora extra e gerando desconforto nesses pais, que continuamente se desculpavam. A creche decide então cobrar uma multa aos pais retardatários. O que aconteceu foi que aumentou o número de pais que chegavam tarde e os atrasos se tornaram mais significativos. A multa, que seria uma sanção moral, foi entendida pelos pais como um preço a pagar pelo serviço prestado e que valia a pena pagar esse preço, liberando os pais de qualquer culpa. O fato de ser paga em dinheiro, reduziu a oferta a uma troca análoga à compra de um serviço no mercado, quitando qualquer dívida e não precisando reforçar laços sociais.

baseada na manutenção da dívida e na expectativa de reciprocidade. Para o vínculo social, deixar dívidas em aberto é importante para permitir seguidas novas oportunidades de contato e de constituição ou reafirmação de vínculos.

Os estudos sobre os vínculos sociais têm dado atenção a relações de interdependência e cooperação na constituição de um tecido social entrelaçado por diferentes afetos, conseqüentemente formando constelações distintas de emoções, derivadas desses entrelaçamentos (ELIAS, 1990; POLANYI, 2000; ELIAS; SCOTSON, 2000; GAIGER, 2016). Ao mesmo tempo, ao contraírem-se vínculos sociais, forjam-se identidades, estilos e disposições para a ação, ainda que esses vínculos possam ter um papel temporário, sendo descartados após cumprir sua finalidade (GAIGER, 2016).

Ao basear-se em interdependência e cooperação, o vínculo social promove a ideia de reciprocidade - em detrimento da autonomia individual - como o mecanismo capaz de sustentar a ligação entre as pessoas, fazendo com que as relações possam ser nutridas e evitando que definham.

Alguns autores foram pioneiros no estudo da reciprocidade como elemento crucial para a formação e manutenção de vínculos sociais (SIMMEL, 2015; GOULDNER, 1960; POLANYI, 2000; MAUSS, 2003; LÉVI-STRAUSS, 2003), outros têm contribuído com a renovação desses estudos (GODBOUT, 1998; CAILLÉ, 2002; SABOURIN, 2011). As relações de reciprocidade geram valores como amizade e responsabilidade, que garantem modos de regulação capazes de estabelecer contra-poderes (SABOURIN, 2011). Para que o jogo da reciprocidade se estabeleça e perdure, as emoções exercem papel essencial.

Caillé (1989, 2002) recuperou e atualizou o paradigma da dádiva de Mauss (2003), propondo uma ruptura com o paradigma utilitarista e defendendo que a dádiva não é exclusiva das sociedades primitivas, mas pertence a nosso mundo moderno. Mauss (2003) havia estudado a dádiva como própria das sociedades arcaicas e suas contribuições, embora importantes, muitas vezes foram descartadas ao se estudar regimes de associações atuais.

Em seu *Ensaio sobre a dádiva*, Mauss (2003) concebeu-a como uma forma de circulação material e sobretudo simbólica de bens e serviços impulsionada por qualquer prestação efetuada sem garantia de retorno, com o fim de alimentar o laço social e objetivo de criar, alimentar, recriar o vínculo social entre as pessoas. Nessas condições, os bens não valem por sua utilidade (valor de uso) ou por seu preço (valor de troca), mas porque criam e alimentam a relação interpessoal (valor de vínculo). A dádiva alimenta os vínculos sociais e os promove na direção de uma reciprocidade que, para Mauss (2003)

deve ser percebida não como ato isolado, mas como um ciclo que cumpre três momentos: dar-receber-retribuir. O utilitarismo isola como único momento o receber e coloca os indivíduos como movidos pela única tentativa do recebimento. Caillé (1989, 2002) aponta como o grande problema desse paradigma o fato dele desprezar as relações de interdependência.

Mauss (2003) ficou mais conhecido por ter redescoberto a dádiva nas sociedades primitivas do que por sua contribuição à noção de reciprocidade, embora sua obra já contivesse elementos que apontavam para a reciprocidade através da formulação da tríplice obrigação de dar-receber-retribuir.

Lévi-Strauss (2003) fez uma crítica a Mauss, que não teria percebido que é a troca – que deveria ser colocada no centro da função simbólica-, e não um sistema qualquer de crenças, que constitui a estrutura subjacente às três obrigações. Ele partiu dos estudos de Mauss, reconhecendo um compromisso nas interações como garantia no estabelecimento de vínculos sociais e já falando em reciprocidade, ao invés de dádiva. Este estudioso, como também Simmel (1939), defenderam a reciprocidade como fundamento para a formação de vínculos sociais e elemento essencial à coesão de um grupo.

O avanço dos estudos conduziu à uma afirmação da diferença entre os termos troca e reciprocidade, compreendendo-se troca como algo mais imediato e que liberaria o beneficiário da sua dívida, enquanto a reciprocidade não poderia ser reduzida a permuta, pois nela existe uma espera de retorno da ajuda, ainda que não haja nada de contratual ou obrigatório. Os estudos, no entanto, não negaram a existência do princípio de troca, nem propuseram uma substituição de uma lógica por outra - troca ou reciprocidade-, mas chamaram a atenção para uma dupla leitura e reconheceram sistemas onde uma lógica ou outra podem prevalecer ou ainda coexistir (SABOURIN, 2011).

O conceito de reciprocidade encontra resistências num cenário marcado por liberalismo e propriedade privada, onde compromisso mútuo simbólico e corresponsabilidades perdem importância. No entanto, os estudos têm sido renovados e defendem que a reciprocidade se mantém nas sociedades contemporâneas, assumindo várias formas e diferentes níveis - inclusive dando lugar a reciprocidades positivas, negativas, simétricas, assimétricas - e também destacam a emergência de formações alternativas a modelos hegemônicos, onde se observam atividades não motivadas apenas por interesse material individual ou corporativista, mas que incluem preocupação com a satisfação das necessidades dos outros ou com a manutenção do laço social, das relações humanas e das necessidades do conjunto da comunidade (SABOURIN, 2011).

Para Sabourin (2011), as relações de reciprocidade, além de valores materiais ou imateriais (como conhecimentos, informações, saberes), produzem valores afetivos (amizade, proximidade) e éticos ou espirituais (confiança, equidade, responsabilidade), exigindo estudos que busquem a compreensão dos sentimentos gerados e compartilhados em grupos.

Jogar luzes sobre os engajamentos observando as emoções necessariamente envolvidas nas relações não significa idealizar as relações ou romantizar os estudos. A ideia de vínculos sociais comporta uma perspectiva crítica em relação a motivação nas ações, que não deixa de perceber tensões, resistências dos enredos instituídos, a incerteza de alianças, os riscos dos vínculos se deteriorarem ou contradições em atuações possivelmente altruístas.

Gaiger (2016) lembra que condutas altruístas de ações também podem ter uma estratégia utilitarista e que isso não necessariamente precisa ser encarado como algo negativo pois, conforme o autor, participar ou abster-se dependerá sempre de um cálculo de ganhos e perdas pessoais e que, ao colaborar com os outros, em princípio algo se ganha, mesmo que dividendos morais como o reconhecimento dos pares. O que Gaiger (2016) critica é a compreensão do vínculo como algo tão somente utilitarista e o excesso de crença no utilitarismo como solução final, abolindo a ideia de vínculo social, que se manifesta nas relações, sempre intercaladas por emoções.

Para Caillé (2002), procurar uma reciprocidade plenamente desinteressada baseia-se numa confusão entre gratuidade da relação e desinteresse. Na reciprocidade, na verdade, a gratuidade é aparente, pois o que é ofertado deve custar um preço - não um preço liquidado em dinheiro, mas, por exemplo, com entrega de tempo ou a habilidade do que se pode fazer em/pelo o grupo. Assim, a perspectiva da reciprocidade pode ser entendida não como uma bondade desinteressada, mas como um mecanismo sofisticado que permite a formação e a continuidade de vínculos.

Ao lado do jogo entre gratuidade/pagamento, há no vínculo social um jogo paradoxal entre liberdade e obrigatoriedade. É possível apontar que, no modelo mercantil, há a liberdade de sair de uma relação com facilidade – liberdade apoiada na liquidação imediata da dívida, uma vez que a troca se completa por si e a relação é pontual, sem inserir os participantes em um sistema de obrigações, resultando num vínculo frágil, enquanto no modelo gratuito da reciprocidade, a troca é voltada a se perpetuar, como num pacto, criando também controle e sendo fonte de tensões (CAILLÉ, 2002; GODBOUT, 2002; NICOLAS, 2002). Esse jogo de trocas, que Godbout (2002) denomina de

endividamento mútuo positivo, implica em algum tipo de privação nas trocas, em perda, mas também em ganho recíproco, constantemente renovado.

Sabourin (2011) alerta que se deve evitar uma idealização das práticas e sistemas de reciprocidade uma vez que, assim como a troca capitalista, elas conhecem alienações perigosas - ainda que de natureza diferente da economia de troca capitalista-, que necessitam de mais estudos para uma melhor compreensão.

As práticas de reciprocidade também não estão livres de climas de rivalidade e sentimentos de inveja que podem ameaçar grupos, levando mesmo à dissolução dos jogos de vinculação (CAILLÉ, 2002). No entanto, esses jogos podem ser mantidos, reinventados, remodelados. Os diferentes acordos/desacordos comprovam a presença de emoções nas alianças e como essas emoções podem ser transformadas.

Para completar o olhar sobre a formação de vínculos e a dimensão emocional, e nos aproximarmos mais do objeto de estudo nessa tese, tratamos a seguir dois estudos em específico que ajudam a iluminar questões: a) o estudo sobre o gosto, o prazer desenvolvido em alguma atividade ou na relação com um objeto - ainda pouco estudado pelas ciências sociais e que Antoine Hennion chamou de pragmática do gosto; e b) o estudo sobre a emoção dos jornalistas, de Le Cam e Ruellan, que se dirige mais à investigação sobre a emoção no campo do jornalismo.

3.4. O gosto em Hennion

O sociólogo francês Antoine Hennion traz contribuições que dialogam fortemente com a sociologia das emoções quando estuda o gosto – que ele também chama paixão, amor – e os amadores – no caso, as pessoas que desenvolvem o gosto por determinada atividade ou objeto.⁵¹ Hennion (2004, 2011) tem como uma de suas principais investigações o gosto pela música, mas como o próprio estudioso sugere, seus achados podem ser generalizados para analisar formas variadas de vinculações de pessoas à diversas situações onde elas, por gosto, dedicam um alto nível de engajamento a uma prática particular, produzindo uma relação criativa com os objetos, com os outros, com

⁵¹ Hennion usa a palavra “amateur”. O tradutor Frederico Barros usa como uma tradução mais direta a palavra “amador”, considerando o duplo sentido que a palavra tem em francês: designando tanto aquele que ama algo, que tem com esse algo uma ligação especial, quanto o amador no sentido do praticante ou apreciador não-profissional, no sentido de que, para se desenvolver o gosto, a pessoa não precisa ter um conhecimento profundo sobre aquele objeto. No português, esse segundo sentido tem mais força, mas não deve obscurecer o primeiro sentido entendido por Hennion (2004).

elas mesmas. O que Hennion analisa são diferentes formas de vínculos e como eles são atravessados por emoções.

Assim como os estudiosos da sociologia das emoções, Hennion se afasta de uma sociologia crítica *bourdieusiana*, na qual o gosto é concebido somente como um jogo social passivo e as práticas reais submetidas a determinantes sociais ocultos. Em alguns destes estudos o amador é visto apenas como manipulado por um esquema de dominação, ignorando as disposições de suas paixões, quase sempre vistas como determinadas de fora para dentro ou de cima pra baixo.

Para Hennion (2004, 2011), isso seria simplificar a relação da pessoa ou grupo com o objeto de sua paixão, submetida a uma análise puramente negativa. Enquanto isso, ele analisa o gosto como uma modalidade complexa de ligação com o mundo, em que os amadores, longe de serem passivos, são competentes, ativos e produtivos, transformando constantemente objetos e seus próprios gostos, e desenvolvendo uma atividade reflexiva e criativa que produz competências no amador e no próprio repertório do objeto valorizado. Dessa forma, Hennion (2004) abandona a sociologia crítica pois, segundo ele, para esta os gostos são improdutivos.

O que o sociólogo francês propõe é a passagem de uma concepção baseada na sociologia crítica para uma concepção pragmática do gosto. O estudioso reclama que a sociologia deveria levar o amador mais a sério e respeitá-lo mais. Sobre o que investigar, Hennion (2004, 2011) acredita que o que deve interessar não é exatamente o sujeito ou o objeto, mas o gosto como atividade, ou seja: o que o sujeito faz com o objeto. Ou ainda de outra forma: o que o objeto do gosto faz e faz fazer. Nesse sentido, a relação entre sujeito e objeto gostado depende dos “retornos” que esse objeto oferece, devendo-se considerar os efeitos provocados pelo objeto, que se devem não exatamente apenas a ele, mas ao que ele permite com essa relação, o que acontece e se desdobra. Com essas argumentações, Hennion termina por também oferecer pistas sobre como pesquisar os gostos.

É importante ainda ressaltar que o autor reconhece na condição de amador o vínculo formado via paixão, mas ele alerta que isso não significa que o amador se ilude. Significa antes, que o amador toma seriamente o objeto de sua dedicação, nunca, segundo Hennion, como crente preso à ilusão de sua crença e indiferente às condições de adesão do próprio gosto. Como a experiência é reflexiva, a relação com o objeto gostado comporta dúvida e esperança, o que exige atenção do investigador, não sobre objetivos e

resultados na relação amador-objeto, mas sobre o que os vínculos afetivos são capazes de produzir (HENNION, 2004, 2011).

3.5. A emoção no jornalismo

O que vincula os jornalistas à profissão? Le Cam e Ruellan, no livro *Émotions de journalistes: sel et sens du métier* (2017), se queixam de uma ausência de estudos sobre o vínculo, o apego à profissão e a parte emocional da atividade jornalística, que pouco é explicada. Nessa pesquisa, eles tentam contribuir para diminuir essa lacuna investigando a que os jornalistas se vinculam, o que eles amam em sua profissão, o que lhes faz ter gosto, paixão pelo jornalismo. O estudo se detém sobre apresentadores de TV e repórteres de guerra, por meio da análise de autobiografias e de entrevistas com estes profissionais.

Aquela ideia de oposição cartesiana entre racional e emocional nas ciências modernas, já apontada neste capítulo, segundo Le Cam e Ruellan (2017), foi adotada pela prática jornalística, que prega um trabalho objetivo, onde as emoções estão ausentes, simplificando a complexidade e heterogeneidade do trabalho e contribuindo com a produção de análises com resultados muitas vezes distantes da atividade real. Isso ajuda a explicar porque só recentemente esse campo começa a olhar para o jornalismo sob o prisma da emoção, tanto na prática como nos estudos.

Tentando compreender a razão do engajamento dos jornalistas em trabalhos estressantes, o estudo de Le Cam e Ruellan (2017) observa que nem tudo o que acontece é doloroso, mas pode ser também motivo de prazer e alegria, pois uma situação disruptiva pode também criar momentos de sentido, sequências de satisfações, responder a um gosto e finalmente ser o momento de realização de vínculos. Os autores argumentam: “En ce sens, aimer le journalisme ou être journaliste serait une expression synthétique de satisfactions qui irait de l’instant à l’engagement, du moment à la carrière” (LE CAM; RUELLAN, 2017, p. 38) – o que exige uma compreensão não apenas sobre o trabalho em si, mas também sobre as emoções experimentadas ao se realizar esse trabalho.

Os autores reconhecem que as emoções operam como uma forma de vínculo dos jornalistas ao trabalho, podendo substituir normas ou leis e, ao menos nos casos estudados, sendo intrínsecas ao exercício da profissão, parte do que a atividade proporciona, constituindo-se em motivo e meio para que os jornalistas exerçam suas atividades.

Le Cam e Ruellan observam que as emoções e riscos são transitórios, estando ligados à cobertura que se desenvolve naquele momento. Por isso, precisam de novas

oportunidades para que se repitam, alimentando o gosto por experimentar determinadas sensações na própria atividade e nas circunstâncias ligadas a ela. Ao se repetirem, as sensações desejadas alimentam a relação entre o jornalista e sua atividade. Le Cam e Ruellan (2017) consideram que alguns jornalistas se tornam dependentes da forma de vida que se instaura – uma forma de vida que dá gosto e sentido à atividade que escolheram realizar. Esses estudiosos falam de um tecido emocional contínuo, fundado no gosto pela intensidade, na vibração sentida na atividade, respondendo por muitos sentimentos, estimulando e estimulados por uma hiperatividade, uma hipervida, que motiva a eleger e a continuar na profissão.

Esse tecido emocional, segundo os autores, revela uma outra dimensão que eles definem como uma abertura para uma “emotricidade” – uma emoção que incita a fazer e a continuar fazendo, mesmo que certas vezes a emoção traga situações dolorosas, mas sempre servindo para perseverar diante das dificuldades e a se manter em ação.

A emotricidade seria uma competência emocional específica, que permite aderir a atividade e a continuar nela, encontrando sentido no que se faz. Essa competência emocional é útil à gestão, ao controle, mas também à capacidade de utilizar esse atributo para agir (LE CAM; RUELLAN, 2017). Para Le Cam e Ruellan, o gosto e o sentido na atividade não precisam se encontrar somente na prática do trabalho em si, mas também nas emoções experimentadas, que fazem fazer continuamente esse trabalho, sendo esta a base do fundamento que encontram na profissão.

Considerações sobre este capítulo

As emoções, quase ausentes nos estudos dos fenômenos sociais e humanos até as décadas finais do século XX, passam a ser uma perspectiva cada vez mais utilizada, dando abertura ao reconhecimento de microvínculos e de sociabilidades desenvolvidas com o outro e com atividades e modos de vida experimentados. Essa perspectiva consente na ocorrência de emoções diversas nos agrupamentos e atividades, capazes de se converterem em estímulos à ação e a permanência na ação.

Este capítulo tratou de conceitos-chaves que permitem estruturar a análise que esta tese apresenta para investigar a adesão e permanência na *Mídia NINJA*, como a ascensão dos estudos das emoções e as concepções de vínculo e de reciprocidade.

O olhar sobre as emoções na *Mídia NINJA* seguirá a perspectiva de Ahmed (2017), que entende afetos não como propriedades privativas de indivíduos, nem como dados abstratos do social, mas como forças que surgem nas relações. Assim, nessa pesquisa nos

interessam o contexto e os atores nos quais e entre os quais as emoções se manifestam, circulando e impregnando pessoas, ambientes, ações.

São investigados como ocorrem os vínculos sociais e as relações de reciprocidade estabelecidas nesse arranjo. Na *Mídia NINJA* percebe-se a presença de dívidas não liquidadas, que se mantêm em aberto, por trocas nunca completamente quitadas e que nem pretendem isso, uma vez que almejam ser correspondidas com “moeda” equivalente - que fomentam a interdependência e as responsabilidades mútuas.

O “pagamento” da aparente gratuidade acontece de diferentes formas – como a possibilidade de viver essa vida e trabalho em conjunto-, alimentando a reciprocidade continuamente e permitindo a formação de vínculos sociais. Na *Mídia NINJA*, tempo e habilidades não são compensados em salário, mas por prestações que, além da materialidade da casa incluem o compartilhamento de sentimentos que podem interessar aquele grupo, como companheirismo, confiança, camaradagem. Os sentimentos gerados também podem se converter em pressões e constrangimentos em relação ao grupo e/ou ao projeto que desenvolvem. Todas essas emoções alimentam a interação interpessoal e a relação com a atividade e com o modo de vida próprio que criaram. Discutiremos mais detalhadamente esses processos nos capítulos de análise desta tese.

Este capítulo ainda trouxe os conceitos de gosto de Hennion (2004, 2011), que olha para o amador como um sujeito ativo, capaz de transformar o objeto de seu gosto e também de se transformar ao longo da relação, em que são importantes os “retornos” que o objeto e a relação são capazes de oferecer ao sujeito. Ao estudar os amadores, Hennion fornece uma perspectiva interessante que pode ser usada no estudo dos ninjas: a de que se deve observar não exatamente o sujeito ou o objeto, mas o que o sujeito faz com o objeto de seu gosto. Ou o que o gosto faz fazer.

Via Le Cam e Ruellan (2017) olhamos os ninjas como agentes que gostam, para além da atividade, da vida que passam a ter por meio dessa atividade, e que é estimulada pelas emoções que repetidamente experimentam, sendo o prazer com o que fazem uma fonte de sentido para a atividade desenvolvida. Sob esse ângulo, procurar os significados para adesão e permanência apenas no trabalho em si, não fornecerá as pistas para compreender engajamentos. Os sentidos estarão também nos entornos do trabalho, como nas emoções experimentadas na vida comunitária que usufruem e, mais do que no jornalismo, no midiativismo como oportunidade de viver uma hipervida.

A busca de compreender o vínculo que mantém um grupo unido não é nova. A novidade nesta pesquisa é que a perspectiva que reconhece as emoções oferece um novo

ângulo de análise, que observa atores sociais interessando-se por suas relações e narrativas, seus conhecimentos e sentimentos. Usando essas lentes, vamos olhar para os achados do campo empírico. Antes, apresentamos o capítulo de metodologia, esclarecendo os dados que foram colhidos no campo empírico e como tratar esses dados.

CAPÍTULO IV. METODOLOGIA: dados e ferramentas de análise

Ao longo da história, atores alternativos no campo da comunicação, ao mesmo tempo em que conquistam adesão, também despertam desconfianças e resistências. Os termos alternativo e independente continuam em disputa e, muitas vezes, os modelos alternativos são tidos como duvidosos ou que não devem ser levados a sério, desvalorizando ou empurrando os arranjos alternativos de mídia para um campo de amadorismo.

Por isso, pesquisar esse universo exige sensibilidade para pensar a abordagem metodológica mais apropriada, sabendo-se de antemão que o pesquisador está em um campo movediço e instável e, no caso da *Mídia NINJA*, investigando um ator fluido e incompleto, com demonstrado poder de atrair adesão – de amadores à intelectuais – e com uma permanente capacidade de reinvenção.

Empreender uma abordagem que investiga as emoções contribui com o desafio de se encontrar o melhor método para fazer a ligação entre corpo teórico, dados empíricos e aporte metodológico, de modo a permitir uma pesquisa confiável.

Para dar conta dessa empreitada temos como base o referencial teórico tratado no capítulo anterior, sobre as emoções, bem como os aportes de pesquisa que nos permitiram elencar uma filiação para a *Mídia NINJA* com destaque para os novos movimentos sociais. Foram utilizados como fontes: livros, artigos de publicações de referência e de anais de congressos, teses de doutorado e dissertações de mestrado - especialmente nas áreas de Comunicação e Sociologia-, material publicado em jornais, revistas, entrevistas com integrantes da *Mídia NINJA* etc, no esforço de apreensão do fenômeno aqui averiguado.

A esse corpo teórico apresentamos, num exercício dialético, dados empíricos que colhemos em campo, utilizando diferentes recursos, numa triangulação de métodos, como iremos explicitar. Todos os dados foram observados, comparados e classificados sistematicamente, num caminho de idas e voltas entre referencial teórico e dados colhidos em campo, numa abordagem de pesquisa científica em que teorização e observação empírica andam juntas. Ou seja, “é o campo e sua observação que vão fornecer as hipóteses e auxiliar a delimitar o problema e construir a teorização” (FRAGOSO,

RECUERO, AMARAL, 2016, p. 84). Essa abordagem liberta o pesquisador da necessidade de criar um referencial teórico *a priori*, permitindo que os dados encontrados também guiem a teorização, ainda que isso não signifique que o pesquisador vá a campo livre de referências (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2016).

Nesta investigação tivemos como ponto de partida uma pesquisa exploratória (GIL, 2008), que consiste em sair a campo em busca de elementos para compor um quadro a princípio mais geral para posterior construção de problemas mais delineados. A pesquisa exploratória é laboriosa porque todos os elementos podem ser relevantes para a continuidade da investigação, exigindo, no percurso de ida e volta entre dados empíricos e referencial teórico, o confronto também com os objetivos principais da pesquisa. A vantagem da fase exploratória é ir mostrando o caminho para composição do objeto de estudo e da amostra empírica, refinando a pesquisa.

Na fase exploratória, acompanhamos várias atividades da *Mídia NINJA*, como coberturas ao vivo de protestos em Brasília, reuniões, palestras e oficinas ministradas, bem como seguimos sistematicamente a *Mídia NINJA* em suas publicações, tanto no site como nas mídias sociais, tentando apreender momentos e coberturas.

Neste capítulo tratamos sobre os métodos que usamos e os recortes de amostras que definimos. Adotamos a triangulação de métodos, caminho indicado quando se busca compreender fenômenos difíceis de agarrar e quando nenhuma ferramenta isolada consegue ser suficiente, mas um conjunto de técnicas fornece perspectivas úteis para um diagnóstico confiável.

Discorremos a seguir sobre as três fontes de dados utilizadas na triangulação de métodos desta pesquisa: a) **observação direta** por meio da participação em atividades da *Mídia NINJA*, com uso de diário de campo e registro fotográfico; b) **etnografia virtual**: recolhendo e analisando mensagens produzidas e veiculadas tanto pela *Mídia NINJA* como por alguns dos seus participantes; e c) **entrevistas semiestruturadas em profundidade**: com participantes que moram nas casas coletivas e com pessoas que participam ou participaram da *Mídia NINJA* de diferentes maneiras.

Detalhamos a seguir cada um desses métodos.

4.1. Observação direta

A observação direta permite a aproximação com o modo de viver e pensar do grupo pesquisado, baseando-se na presença física do pesquisador e em sua observação *in*

loco, na busca de avaliar comportamentos e perceber crenças e valores (ANGROSINO, 2009; CEFÄI *et al*; 2011).

Nessa pesquisa fizemos algumas tentativas de passar alguns dias numa casa coletiva da *Mídia NINJA* em dias regulares, tentando uma pesquisa etnográfica clássica. Essas tentativas não se concretizaram, ainda que inicialmente alguns integrantes tenham sinalizado que seria possível. O coletivo é conhecido por ser um tanto arredo aos contatos, o que dificulta técnicas de pesquisa mais invasivas, tendo se tornado mais refratário com a grande repercussão que tiveram na mídia empresarial logo após a ascensão da *Mídia NINJA*, em Junho de 2013. Além da sustentação econômica e modelo, foram questionadas as relações estabelecidas entre os participantes do grupo. Após essa repercussão, Bruno Torturra deixou o coletivo. Pablo Capilé permaneceu, mas inicialmente se afastou de aparições públicas e de vincular seu nome à *Mídia NINJA*. Diante de minha insistência em visitar a casa por dias seguidos em período sem evento aberto ao público, Oliver Kornblihtt, fotógrafo, residente na casa coletiva de Brasília, me disse em um encontro pessoal: “Lá é a nossa casa”. A ênfase com que disse a frase sugeriu que eu ultrapassaria um limite de privacidade do grupo.

Optamos pela observação direta como técnica de aproximação com o grupo, tendo em mente que esse método tem inspiração etnográfica (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2016) e, aliando a ele, os outros métodos que aplicamos e vamos discutir nesse capítulo (seção seguintes).

Em observação direta realizamos dois estudos: a) um na casa coletiva de Brasília em dias de atividade que permite a presença de outras pessoas, desde que previamente inscritas e aprovadas; e b) outro em evento realizado na UnB – Universidade de Brasília. Nesses dois momentos utilizamos diário de campo para anotações, fizemos perguntas indiretas (participando das atividades) e registros fotográficos que enriquecem as avaliações sobre os sujeitos observados.

Ambas as atividades se estenderam por dias seguidos, permitindo a presença *in loco* do pesquisador, a observação participante e realização de perguntas indiretas prontamente discutidas. Teve-se a oportunidade de uma forma de contato onde os ninjas se mostraram de maneira mais espontânea do que num momento de entrevista, por exemplo, especialmente quando a atividade aconteceu na casa coletiva.

Descrevemos a seguir, em primeira pessoa, os dois momentos de observação direta: a) a Imersão FdE/*Mídia NINJA* Centro Oeste, realizada na casa coletiva de Brasília; e b) a Oficina *Mídia NINJA*, realizada na Universidade de Brasília (UnB).

4.1.1. Imersão FdE/Mídia NINJA Centro-Oeste

Atividade de formação promovida pela Universidade Livre Fora do Eixo/Mídia NINJA durante quatro dias, de 15 a 18 de junho de 2017, na Casa das Redes, nome da Casa Coletiva que fica localizada em Brasília⁵², considerada uma espécie de embaixada das casas coletivas. A Imersão abriu convocatória via mídias sociais, solicitando o preenchimento de um cadastro para participação. Primeiramente tentei me inscrever como pesquisadora via UnB, mas minha inscrição foi negada. Depois me inscrevi como jornalista da revista *Revestrés* e o cadastro foi aceito. Na Imersão, pessoalmente, me identifiquei como pesquisadora. Nesse período eu já conhecia alguns ninjas por ter acompanhado coberturas ao vivo de manifestações ocorridas em Brasília, bem como ter assistido bate-papos com alguns deles.

Na Imersão, recorri a caderno de campo, registros fotográficos e a perguntas informais, procurando dados para compreender como os sujeitos desse coletivo se interrelacionam e constroem uma narrativa que adquire sentido para os participantes

A intenção da Imersão é integrar participantes, promover a avaliação de condutas e rumos e também servir como estímulo. Nessas oportunidades, coletivos menores passam dias em casas coletivas do FdE/Mídia NINJA, participando de todas as atividades e entendendo como funciona a dinâmica de trabalho e sustentação das casas (FOLETTTO, 2017).

A Imersão é uma das práticas de formação livre sistematizadas pelo FdE/Mídia NINJA e acontece por regiões. No Centro-Oeste, em 2017, a atividade reuniu cerca de cem pessoas de 27 cidades diferentes: representantes de coletivos culturais, ativistas, artistas, midiativistas e interessados. A programação contou com rodas de diálogos, mostras de vídeos, discussões sobre o tipo de atividades dos coletivos culturais, avaliações sobre cobertura de mídia convencional e dos coletivos de comunicação e ainda propôs uma autocrítica sobre o papel que os coletivos vêm desenvolvendo na cultura e na comunicação (Figura 1).

⁵² Na época desta imersão a Casa das Redes ficava no seguinte endereço: Rua 4, casa 12, Setor de Engenheiros, Núcleo Bandeirantes – DF. A casa era alugada e em 2018 eles mudaram de endereço. Antes de morarem no Núcleo Bandeirantes, tiveram uma casa coletiva no plano piloto.



Figura 1: Roda de conversa na Imersão FdE/*Mídia NINJA*
Fonte: Pesquisa direta, jun. 2017.

A casa coletiva é grande, com dois pisos, uma ampla varanda na frente com pinturas de grafite e um quintal arborizado com uma pequena piscina. Por todos os cômodos, inclusive no banheiro, há recados que lembram as responsabilidades e a necessidade de contribuir com o bom funcionamento da vida em comum.

As atividades da Imersão começavam pela manhã, com intervalo para almoço coletivo, feito na própria casa, pelos participantes, e seguiam pela tarde, recomeçando logo após o almoço, sem pausa (Figuras 2 e 3). Não foi cobrado valor de inscrição, nem para alimentação ou hospedagem. Havia, no entanto, a sugestão de que se colaborasse espontaneamente com alguma quantia, sem especificar qual. Essa mensagem era lembrada de forma verbal entre as atividades.



Figura 2: Almoço preparado coletivamente na Imersão FdE/*Mídia NINJA* .
Fonte: Pesquisa direta, jun. 2017.



Figura 3: Almoço preparado coletivamente na Imersão FdE/Mídia NINJA
Fonte: IMERSÃO FdE/MÍDIA NINJA, jun. 2017.

Recados-extras, escritos à mão especialmente para aqueles dias e espalhados pelas paredes, sugeriam a colaboração de todos nos cuidados com a casa (Figura 4). A maior parte das pessoas ficava para dormir na casa coletiva durante os quatro dias, em colchonetes espalhados pela casa ou em barracas de acampamento armadas no quintal (Figura 5). Eu almocei na casa coletiva, mas não fiquei para dormir.



Figura 4: Recados sugerem a colaboração nos cuidados com a casa.
Fonte: IMERSÃO FdE/MÍDIA NINJA, jun. 2017.



Figura 5: Os participantes dormiam na casa ou em barracas no quintal.
Fonte: Pesquisa direta, jun. 2017.

As rodas de conversa aconteciam no quintal, com as pessoas sentadas em cadeiras de plástico ou *pufs* coloridos em círculos. Se a discussão demandasse alguma providência a ser tomada por grupos menores, esses se reuniam em outra área do quintal, na varanda ou na sala da casa. Um sofá bastante gasto também estava no quintal. Uma televisão grande era usada para exibir vídeos – geralmente de atividades ou coberturas já realizadas, citadas como exemplos do que podem fazer (Figura 6). Numa mesa improvisada, muitos celulares disputavam as tomadas postas à disposição, evitando ficarem descarregados (Figura 7).



Figura 6: Participantes assistem vídeo com coberturas da *Mídia NINJA*.
Fonte: IMERSÃO FdE/MÍDIA NINJA, jun. 2017



Figura 7: Mesa improvisada para carregar baterias de celulares e câmeras.
Fonte: Pesquisa direta, jun. 2017.

Pablo Capilé ouve as falas com atenção e parece ter comportamento inquieto, mudando de cadeira várias vezes, mas nunca se desligando de quem fala. As pessoas são participativas e as falas não costumam ser demoradas, dando dinâmica ao encontro. Quando as falas se alongam um pouco, elas são avisadas sobre o tempo.

Nada na casa tem luxo, mas a estrutura é boa, organizada e limpa. Os *notebooks* dos ninjas não são os mais modernos e alguns celulares são velhos e até com visor quebrado (Figura 8). Em alguns aspectos eles parecem ainda manter o caráter de “gambiarra” que Foletto (2017) identificou nas primeiras coberturas.



Figura 8: Mesa com equipamentos.
Fonte: IMERSÃO FdE/MÍDIA NINJA, jun. 2017

No final do dia, as atividades eram sempre encerradas de forma festiva, com tudo preparado coletivamente.

A aparência dos participantes é despojada e moderna. Grande parte dos ninjas e dos colaboradores são oriundos ou ainda participantes de coletivos culturais – como os ligados à música, produção audiovisual e produção de eventos culturais diversos - bem como integram coletivos de comunicação menores. Na Imersão, esses participantes formavam uma maioria mais jovem (Figuras 9 e 10).



Figura 9: Participantes da Imersão FdE/*Mídia NINJA*.
Fonte: IMERSÃO FdE/MÍDIA NINJA, jun. 2017



Figura 10: Participantes da Imersão FdE/*Mídia NINJA*.
Fonte: IMERSÃO FdE/MÍDIA NINJA, jun. 2017

Outros, convidados, eram integrantes de movimentos sociais - como representantes do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST); do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST); Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (APIB), DF em Movimento e outros (Figura 11). Todos tinham alguns minutos de fala e discutiam questionamentos ou sugestões provocadas a partir dessas falas.



Figura 11: Sônia Guajajara, liderança indígena, no centro da foto, e outros representantes de movimentos sociais. **Fonte:** Pesquisa direta, jun. 2017.

Na última roda de conversa da Imersão (17 de junho de 2017), Capilé coordenou a organização de uma pauta de eventos culturais que devem acontecer na região Centro-Oeste até o final de 2017. Ele pedia sugestões e perguntava quem se voluntariava a assumir responsabilidades. Em geral, as pessoas apresentavam sugestões e se voluntariavam sem dificuldades. Por fim, fizeram um calendário de atividades culturais em que os participantes da Imersão assumiram tarefas e foram orientados a contatar órgãos públicos em suas cidades para viabilizar apoios e a realização.

A Imersão ainda previa um momento para receber políticos com atuação no Congresso Nacional, entendendo a importância de fazer uma ponte com o poder instituído. Erika Kokay, Deputada Federal pelo Distrito Federal (PT), foi a única a comparecer.

O convite feito a representantes de movimentos sociais clássicos como MST e MTST explicita uma autocrítica da *Mídia NINJA* em relação ao afastamento que os coletivos experimentaram desses movimentos e sugere uma busca de (re)aproximação.

Já o convite para que representantes de entidades oficiais participem do evento, assim como a busca de apoio em financiamentos públicos e privados de órgãos instituídos, sugere a busca de “hackear” – no sentido proposto por Wright (2019) - as instituições e espaços para reverter seus usos em benefícios das causas que defendem.

4.1.2. Oficina *Mídia Ninja*

Realizada nas salas de aula da graduação em Comunicação da UnB, a oficina *Mídia NINJA* ocorreu durante três dias, de 9 a 11 de outubro de 2017. Integrantes da *Mídia NINJA* foram convidados pela organização da Semana de Comunicação Organizacional, evento que realizou diversas oficinas e palestras (Figura 12). Inscrevi-me como participante, sendo a pessoa de mais idade numa turma de 15 jovens participantes. Os demais eram estudantes de graduação, a maioria de jornalismo. A Oficina foi conduzida por Clayton Nobre, jornalista, e Oliver Kornblihtt, fotojornalista (ambos foram posteriormente entrevistados para esta pesquisa). Do segundo e terceiros dias também participaram um jovem fotógrafo e uma editora de imagens. Na Oficina, além do diário de campo para anotações, recorri a observação participante, tomando parte das práticas propostas pelosicineiros.



Figura 12: Oficina *Mídia NINJA* na UnB.

Fonte: *MÍDIA NINJA*, out. 2017.

Nobre tem Mestrado em Comunicação (UFMG) e é do Amazonas. Eu já o conhecia de eventos de protestos em Brasília e da Imersão (tópico anterior). Kornblihtt tem formação em História da Arte, é argentino e trabalhou em jornais de grande circulação como *Clarín* e *La Nación*. Veio para o Brasil logo em seguida a Junho de 2013, quando ainda ocorriam protestos de rua, empolgado com as notícias que chegavam até ele via *Mídia NINJA*. Participou de coberturas colaborativas e resolveu voltar a Argentina

e pedir demissão de seu emprego. Desde então, integra a *Mídia NINJA* e mora em casa coletiva.

No primeiro dia da Oficina, Kornblihtt chega com uma camisa onde estava escrito “Seja marginal, seja herói”, obra do artista brasileiro Hélio Oiticica⁵³. A informação de que trabalhou no *Clarín* e *La Nación*, surgida de perguntas na turma, causa certa euforia nos estudantes, a maioria recém-chegados na universidade. O mesmo não parece sinceramente empolgar o argentino.

A Oficina tem início com informações gerais sobre a *Mídia NINJA*: o que é, como surgiu, o que é Fora do Eixo. Essa (re)apresentação da *NINJA* e de momentos marcantes nas coberturas do coletivo é comum nas diversas palestras de integrantes do grupo. Kornblihtt lista os interesses da *Mídia NINJA* em termos de possibilidades de pautas. Numa mídia convencional isso corresponderia a editoriais: Congresso Nacional (ele fala em “traduzir” para as pessoas o que está sendo discutido e decidido no Congresso), mulheres, LGBTQI+, ruas e cidades, indígenas e luta campesina.

Na Oficina, foram exibidos vídeos e artes gráficas para mídias sociais produzidas pela *Mídia NINJA*. Além do que produzem para a própria *NINJA*, exibem, por exemplo, um vídeo de divulgação para o Festival Valongo, Festival Internacional da Imagem realizado em Santos, São Paulo.⁵⁴ Chama a atenção o apuro estético de alguns materiais, que diferem de uma primeira ideia de produção mais artesanal ou improvisada, como se tornaram conhecidos. Kornblihtt justifica que a *NINJA* é composta por jornalistas, publicitários, profissionais de comunicação, que têm a *expertise* de produzir essas peças. Para ele, a lógica do jornalismo pós-industrial e em rede não é significativo de algo feito sem apuro técnico. Ainda afirma que eles não têm medo de lidar com a linguagem da publicidade e não a rejeitam, pois têm que “dialogar fora da bolha” (informação verbal).⁵⁵ A produção de peças como a do Valongo gera recursos financeiros para o caixa coletivo da *NINJA*.

Com uso do *Telegram*, que todos baixamos a pedido dos oficinairos, e após as orientações sobre como usar o celular para produzir imagens e o fone de ouvido como microfone, participamos de uma atividade que simulou uma cobertura colaborativa.

⁵³ “Seja marginal, seja herói”, de Hélio Oiticica, sintetizou uma série de trabalhos que ficaram conhecidos como “marginália” ou “cultura marginal”, presente no debate cultural brasileiro nas décadas de 1960 e 1970, período em que surgem o cinema marginal, poesia marginal, teatro alternativo, músicos de contracultura e a imprensa alternativa como *O Pasquim*.

⁵⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oEg-wzfX0C0>. Acesso em: 06 nov. 2017.

⁵⁵ Oliver Kornblihtt, na Oficina FdE/Mídia NINJA, na UnB, Brasília, out. 2017.

Saímos em pequenas equipes pelo *campus* da UnB, com a missão de produzir algum material audiovisual e realizar uma transmissão ao vivo. Esse material foi enviado ao grupo de *Telegram* criado na Oficina e acompanhado pelos ninjas, que faziam tratamento nas imagens, melhorando a qualidade, e respondiam com mensagens de incentivo: “boa imagem”, “sigam em frente”.

Nessa atividade, minha equipe, formada por mim e dois estudantes de primeiro período de jornalismo, entrevistamos outros jovens estudantes sobre a *Mídia NINJA*. Muitos desses jovens não a conheciam, inclusive um dos participantes de minha pequena equipe. Levo a informação aos oficinairos e Clayton afirma não se surpreender e atribui esse desconhecimento, em parte, ao crescimento dos movimentos de direita junto aos jovens. O jornalista acredita que isso reforça a importância de estarem na universidade, pois não querem “falar só para os convertidos” (informação verbal).⁵⁶

Os oficinairos também apresentaram várias cartilhas sobre como produzir boas fotografias em eventos de rua, que tipo de texto fazer, como usar o celular, como editar etc. As cartilhas foram produzidas pelos ninjas e ficam disponíveis online, permitindo o aprendizado por conta própria.⁵⁷

Os tutoriais com apostilas disponibilizadas online e a realização de oficinas gratuitas para os participantes são práticas *Indymedia* levadas à frente pelos Centros de Mídia Independente em todo o mundo. Essas práticas fortalecem o caráter de comunidades de compartilhamento e reforçam o posicionamento pela democratização na comunicação. As oficinas servem também de laboratórios de treinamento e para conquistar novos possíveis colaboradores, tentando a aproximação com públicos mais jovens.

4.1.3. Conquistar a confiança

É importante destacar que nas metodologias de observação direta sempre se corre o risco de uma aproximação demasiada com o objeto/sujeito pesquisado que pode gerar simpatias e contaminar avaliações. Essa aproximação, no entanto, é importante para o conhecimento mais profundo sobre o que determinado grupo pensa/sente sobre o que faz.

⁵⁶ Clayton Nobre na Oficina FdE/Mídia NINJA, na UnB, Brasília, out. 2017.

⁵⁷ O endereço eletrônico que guarda as cartilhas advoga que existem diversas metodologias de formação, “que vão além de uma concepção tradicional da escola baseada no confinamento e na fragmentação do conhecimento”. Ainda fala que os novos recursos disponíveis no século XXI criaram novos espaços de disputa de conceitos, valores e ideias, antes “concentrados pela rigidez das instituições e modelos acadêmicos”. As cartilhas ficam disponíveis em: <http://unicult.org/#tutoriais>. Acesso em: 20 out. 2017.

A *Mídia NINJA* trabalha atraindo mais e mais pessoas que contribuem com suas atividades. Ao mesmo tempo, pouco se sabe sobre seus participantes individualmente. Eles constituem um grupo que, tomando visibilidade como um corpo coletivo, pouco deixa saber sobre seus integrantes e que prefere ser visto como conjunto, a exemplo da assinatura coletiva que preferem manter em suas produções.

Ter realizado pesquisa exploratória, acompanhando coberturas de rua e indo a atividades como palestras dos ninjas foi importante para permitir uma aproximação com os integrantes do coletivo e conquistar, até certo ponto, a confiança de alguns membros. Participar da Imersão e da Oficina, alargaram esse espaço pela possibilidade de dias seguidos de convívio, que permitiram perguntas indiretas e a observação da interação dos ninjas entre si e com outros grupos. Ao longo do processo de acompanhamento de todas essas atividades, fui deixando de ser uma estranha ao grupo, embora a distância nunca tenha desaparecido a ponto de não me permitirem, por exemplo, passar dias na casa fora da realização de atividades abertas por convocatória. Por outro lado, essa distância mantida também é importante na pesquisa, para garantir maior isenção do pesquisador e confiabilidade no tratamento dos dados e diagnósticos.

As relações se mantiveram de modo gentil, mas nunca com intimidade. A desconfiança em relação à pesquisadora e algumas barreiras somente refluíram quando me compreenderam como alguém do Piauí e participante de um veículo de comunicação independente. Nesse momento, concluo, fui identificada como uma ‘fora do eixo’.

4.2. Etnografia virtual

A metodologia da etnografia tem passado por diversas mudanças, em especial com o aumento exponencial do número de ambientes digitais usuários das TICs, constituindo novos observáveis para o trabalho etnográfico (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2016). Desde que o método foi transposto para a internet, ainda a partir dos anos 1990, muitos debates foram provocados e muitos termos surgiram para nomeá-lo: etnografia virtual, etnografia digital, netnografia, webnografia e ciberantropologia (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2016).

Christine Hine (2000), considerada a autora que popularizou o termo “etnografia virtual”, mais tarde questionou o surgimento de tantos termos que aludiriam a uma suposta distinção entre os ambientes *online* e *offline* em vez de uma relação de continuidade e atravessamentos, como ocorre na prática e como demonstram muitos estudos. Segundo Hine (2009), estamos em uma fase distinta de quando ela utilizou o

termo e seria o caso de avaliar o uso simplesmente do termo “etnografia”, compreendendo que a internet não é uma forma autônoma ou descolada das práticas sociais cotidianas. Somos favoráveis ao uso do termo etnografia⁵⁸. Mantemos o subtítulo acrescido do “virtual” para chamar a atenção para esse momento de pesquisa, ainda relativamente novo.

Quanto a construção do campo nas pesquisas virtuais, os autores aconselham ir a campo (o termo usado é o mesmo, ainda que em ambientes online), selecionar, observar, documentar – salvando arquivos e mensagens, fazendo *printscreens*, efetuando *downloads* de materiais – questionar e analisar (ANGROSINO, 2009; BOYD, 2009; FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2016).

Feito o campo, um desafio é o recorte da amostra, quando se subdivide o universo pesquisado de modo a organizá-lo em menor escala para que possa ser analisado. Esse processo de subdivisão será sempre artificial, evidenciando o caráter analítico das pesquisas empíricas. A artificialidade do recorte tanto é inerente à prática científica quanto é importante para a sua produção (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2016).

Nesta pesquisa, fizemos o acompanhamento sistemático das publicações da *Mídia NINJA* durante três anos: de julho de 2016, às vésperas da votação do chamado *impeachment* de Dilma Rousseff, quando as manifestações de rua se intensificaram e a cobertura dos coletivos de comunicação seguiram esse movimento, até julho de 2019, quando, após a posse de Jair Bolsonaro, a *Mídia NINJA* atua de maneira dinâmica. Dentro deste espaço de três anos, elegemos quatro recortes de uma amostragem intencional (Quadro 1). Como define Patton (2002, p. 230):

A lógica e o poder da amostragem intencional residem na seleção de casos informacionalmente ricos para estudos em profundidade. Casos informacionalmente ricos são aqueles que permitem aprender muito sobre as questões centrais que a pesquisa tem a intenção de endereçar, daí o termo amostragem intencional.

Esses recortes foram definidos por serem momentos de atuação intensa da *Mídia NINJA*, com uso de ferramentas diversificadas do jornalismo (entrevistas, reportagens, transmissão ao vivo), onde se pôde observar a repetição de características relevantes, sendo possível selecionar elementos significativos para o problema de pesquisa. Em todas essas quatro amostras alguns elementos se repetem: discursos de contraposição à mídia convencional, uma rememoração de momentos vividos e o apelo a sentimentos entre os

⁵⁸ Fragoso, Recuero e Amaral (2016) também são favoráveis a retomada do termo etnografia.

participantes – como se verá nos capítulos de análise. As amostras foram colhidas tanto na página oficial da *Mídia NINJA* como em páginas de participantes.⁵⁹ Os principais espaços de observação foram o site e a plataforma Facebook, local relevante pelo alcance que a plataforma tem no Brasil, porque já foi a mais utilizada pela *Mídia NINJA* e continua entre as mais utilizadas, tendo dois milhões e 200 mil seguidores.⁶⁰ Esclarecemos, no entanto que interessa menos o software Facebook, especificamente, do que o que acontece nas relações em rede. Dito de outra forma: nesta pesquisa nos interessa menos **em que plataforma** as mensagens estão publicadas e mais **o que está sendo publicado**.

Com sucessivos movimentos de recorte chegamos a construção de uma amostra intencional que dividimos em quatro momentos distintos elencamos a seguir. Salientamos que mesmo destacando as pautas mais proeminentes nesses períodos, em todos eles, a *Mídia NINJA* nunca deixou de tocar nos temas citados por Kornblihtt na Oficina *Mídia NINJA*, que recebem tratamento de editoria e que têm influência de questões políticas e identitárias (Congresso Nacional, mulheres, LGBTQI+, ruas e cidades, indígenas e luta campestre).

Abaixo, um quadro sintético dos recortes da etnografia virtual.

Recorte	Descrição	Período
1. Manifestações de Rua	Compreende o aumento das manifestações de rua e da cobertura de coletivos de comunicação. As principais coberturas nesse período são de manifestações contra o chamado impeachment de Dilma Rousseff (concretizado em 31 de agosto de 2016) e contra o congelamento dos investimentos públicos federais por vinte anos em educação e saúde.	01/08 a 31/12/2016
2. A cobertura de Lula	Esse recorte é marcado pela forte e contínua presença de coberturas relacionadas ao ex-presidente Lula e compreende: depoimento de Lula na Lava Jato, em Curitiba (maio de	01/05/2017 a 31/08/2018

⁵⁹ As publicações abertas nas páginas do Facebook são consideradas de caráter público, como indica a plataforma para seus usuários: “Quando você escolhe compartilhar conteúdo com o Público (por exemplo, selecionando Público no seletor de público), consideramos isso uma informação pública”. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/203805466323736>. Acesso em: 20 jan. 2020.

⁶⁰ A quantidade de seguidores de uma página é um número aberto ao público. A página da *Mídia NINJA* no Facebook, nesse momento de pesquisa tem 2 milhões 219 mil e duzentos e 253 seguidores. Os ninjas trabalham com o número de 4 milhões de visualizações por postagens a partir dessa base. Disponível em: <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/> Acesso em: 20 jan. 2020.

	2017); realização da Caravana Lula pelo Brasil; o julgamento de Lula em segunda instância (janeiro de 2018); sua prisão; abertura da casa coletiva chamada Casa da Democracia, em Curitiba, unindo diversos veículos alternativos de comunicação, com o objetivo de acompanhar a prisão de Lula (abril de 2018) e registro da candidatura de Lula em Brasília (agosto de 2018).	
3. Assassinato de Marielle Franco	Concentra-se na cobertura do assassinato da Vereadora do Rio de Janeiro pelo PSOL, partido de esquerda.	15 a 31/03/2018
4. Governo Bolsonaro	Compreende o primeiro semestre de governo de Jair Bolsonaro. Nesse momento a Mídia NINJA abre nova casa coletiva por temporada em Salvador, Bahia (janeiro); lança o projeto 500 cidades (viajando e fazendo reuniões e oficinas de midiativismo); cobertura pós-rompimento da barragem da Vale do Rio Doce em Brumadinho, Minas Gerais (janeiro); lançamento do coletivo Estudantes NINJA (maio), almejando um público mais jovem e que pode ser mobilizado pelas insatisfações com anúncios de cortes na educação pública no Brasil).	01/01 a 31/07/2019

Quadro 01: Recortes da etnografia virtual, com descrição sobre o que tratam e período

Vale destacar que eventos como a caravana Lula pelo Brasil e o registro de sua candidatura, embora aglutinassem quantidade de pessoas, não tiveram cobertura da mídia empresarial. A prisão de Lula foi coberta, mas a mídia convencional teve dificuldade de se aproximar do acontecimento, a exemplo do que aconteceu em Junho de 2013, recorrendo a imagens produzidas por veículos alternativos como a TVT (TV dos Trabalhadores).

A exemplo dos recortes 2 e 3 (sobre Lula e o assassinato de Marielle Franco), é importante salientar que no recorte de amostras empíricas o que se torna significativo não é o arco temporal, mas a relevância dos dados colhidos permitindo compor um *corpus* observável (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2016).

4.3. Entrevistas

A triangulação de métodos desta pesquisa se conclui com a realização de 15 entrevistas semiestruturadas em profundidade, realizadas de maneira presencial ou via vídeo-chamada ou áudio-chamada por meio de aplicativos de conversas on-line. A entrevista em profundidade objetiva o interrelacionamento e a troca de informações por meio do contato direto. É importante por apresentar a palavra como símbolo de comunicação por excelência, útil para revelar sistema de valores, normas e símbolos individuais, tornando o entrevistado uma espécie de portador das “(...) representações de determinados grupos em condições históricas, socioeconômicas e culturais específicas” (MINAYO, 1992, p. 10).

Ao tempo em que as entrevistas semiestruturadas em profundidade trazem dados pouco uniformes e de difícil sistematização se comparadas a questionário, por outro lado trazem o ganho da profundidade e a possibilidade de encontrar informações que não apareceriam em técnicas de fácil tabulação (LAVILLE; DIONNE, 1999), uma vez que permitem captar sentimentos, crenças, desejos (BECKER, 1997). Para nosso objetivo de pesquisa, mais do que dados homogêneos, é importante verificar como os entrevistados organizam subjetivamente sua experiência. Por isso recorreremos também a este método.

A entrevista se constitui em uma interação que deixa de ser neutra ou passiva, onde o entrevistador pode usar de sua própria experiência pessoal para provocar o entrevistado a falar, na busca de construção de significados (JÄRVINEN, 2003). Ao falar, o entrevistado reconstrói fatos e sua experiência e, “ao mesmo tempo, as narrativas refletem as estratégias dos atores para lidar com tais incidentes e as suas tentativas de se apresentarem como um tipo específico de pessoa” (PEREIRA, 2008, p. 71). Assim, a entrevista em profundidade requer habilidade e, em muitos momentos, a reapresentação das perguntas reformuladas, tentando obter as informações julgadas relevantes.

Para esta pesquisa, chegamos ao *corpus* de 15 entrevistados de diferentes locais do país e residindo fora do Brasil. Eles exercem diferentes funções ou se relacionam de modo diverso com a *Mídia NINJA*: desde integrantes fixos - moradores das casas coletivas-, a colabores eventuais – participantes de coberturas colaborativas - até colunistas do site da *Mídia NINJA* ou desenvolvedores de tecnologias junto ao grupo.

No quadro seguinte (Quadro 2) apresentamos a lista de entrevistados, identificando nome, idade, onde nasceu, onde vive (no momento da pesquisa, uma vez

que os ninjas das casas coletivas podem mudar de cidade com certa frequência), formação e função que desenvolve ou desenvolveu junto a *Mídia NINJA*.

Apresentamos a todos os entrevistados a possibilidade de usarem pseudônimo para não identificar quem fala. Todos pediram para que fosse usado o próprio nome nesta pesquisa. Esse pedido dialoga com a ideia que defendem de um jornalismo que assume posições.

Nome	Idade	Origem	Onde vive	Formação	Função
Bárbara Marreiros	21 anos	Teresina-PI	Teresina-PI	Estudante de Jornalismo (UFPI)	Colaboradora
Clayton Nobre	31 anos	Manaus-AM	Brasília-DF (Em casa coletiva)	Jornalismo (UFAM) e Mestre em Comunicação (UFMG)	Ninja Fixo.
Daniel Zen	39 anos	Rio Branco-AC	Rio Branco-AC	Direito (UFAC) e Mestre em Direito (UFSC)	Colunista do site. Deputado Estadual pelo Acre (PT).
Dríade Aguiar	28 anos	Cuiabá- MT	Brasília-DF (Em casa coletiva).	História – incompleto (UFMT)	Ninja Fixa
Fred Maia	63 anos	Oeiras-PI	Lisboa-POR (Morou em casa coletiva no Brasil).	Jornalismo (Universidade Santa Cecília-Santos-SP) e Doutorando em Sociologia (Universidade Nova de Lisboa-PT)	Já exerceu diversas funções. Hoje é uma espécie de conselheiro.
Isis Juvêncio	32 anos	São João da Boa Vista - SP	Brasília-DF (Em casa coletiva).	Jornalismo-incompleto (UNIP – Baurú – SP)	Ninja Fixa
Lenissa Lenza	39 anos	Rio Verde-GO	Brasília-DF (Em casa coletiva).	Publicidade e Propaganda (UFMT)	Ninja Fixa
Marielle Ramires	39 anos	Cuiabá-MT	Rio de Janeiro – RJ (Em casa coletiva).	Jornalismo (UFMT)	Ninja Fixa
Oliver Kornblihtt	34 anos	Buenos Aires - ARG	Brasília-DF (Em casa coletiva).	História da Arte (UBA-Universidade de Buenos Aires)	Fotógrafo/ Ninja Fixo

Raíssa Galvão	28 anos	Sete Lagoas - MG	Brasília-DF (Em casa coletiva).	Jornalismo – incompleto (UFMG)	Ninja Fixa
Renata Mielli	47 anos	São Paulo-SP	São Paulo-SP	Jornalismo (Cásper Líbero-SP)	Colunista do site. Coordenadora Geral do FNDC
Thiago Menezes	33 anos	Nasceu no Rio-RJ e morou infância e adolescência em Parnaíba-PI	Teresina-PI	Jornalismo (UFPI), Mestrado em Comunicação (UFRJ) e doutorado em Sociologia (Universidade do Porto - PT).	Produtor cultural no FdE.
Uirá Porã	32 anos	São Paulo-SP	Fortaleza-CE	Giências Sociais e Sistemas e Mídias Digitais, ambos incompletas (UFC)	Hacker – Gestor de Tecnologias Livres
Victória Henriques	20 anos	Rio de Janeiro	Niterói e Rio de Janeiro	Estudante de Jornalismo (UFF)	Repórter e Apresentadora do programa Estudantes NINJA – TV Mídia NINJA
Vitor Cadillac	28 anos	Goiânia- GO	Goiânia- GO	Diz que sua formação é na Universidade Livre Fora do Eixo	Produtor cultural

Quadro 02: Nome, idade, origem, local onde vive, formação e função do participante

A primeira entrevista foi produzida pessoalmente com Clayton Nobre, 31 anos, que eu já conhecia dos contatos anteriores (Imersão, Oficina, coberturas, palestras). De Manaus (AM), na época da entrevista ele morava na casa coletiva de Brasília. Clayton e uma amiga jornalista em comum (do *Brasil de Fato*) facilitaram os primeiros contatos com outros integrantes da *Mídia NINJA*. Observei a atuação de diversos atores e também fiz contatos diretos, sem intermediações, via mensagens de plataformas ou aplicativo de mensagens, cuidando de eleger um *corpus* diversificado e relevante.

O processo entre marcar as entrevistas e obtê-las foi demorado, em especial com os ninjas fixos, levando o período de novembro de 2018 até setembro de 2019 para serem

concluídas. Os participantes da *Mídia NINJA* são muito ocupados e estão quase sempre em trânsito, mudando de local (cidade, casa, estado, país, evento), dificultando o encontro. São também um tanto desconfiados, reticentes e assumem muitas vezes uma posição defensiva, protelando por muitas vezes a realização da entrevista. Com exceção de Clayton, todas as entrevistas com os ninjas fixos foram marcadas e remarcadas várias vezes.

Mesmo com essa dificuldade inicial, no momento da entrevista, todos foram disponíveis e gentis, sem restrição de tempo. Nenhum deles se recusou a responder qualquer pergunta, embora alguns demonstrassem que certas questões eram aborrecidas. Igualmente, nenhum deles pediu para ver a entrevista decupada. Antes de iniciar a entrevista, eu me apresentava e explicava que se tratava de uma entrevista para pesquisa de tese de doutorado na UnB, sem dar detalhes do que pretendia investigar, para evitar direcionamentos nas respostas. O único que, ao final, me perguntou o que eu pretendia investigar com a pesquisa foi Fred Maia, que está fazendo Doutorado em Sociologia em Portugal. Quase sempre houve demonstração explícita de simpatia quando eu me identificava como professora de jornalismo na Universidade Estadual do Piauí, *campus* de Teresina. Vários salientaram que os ninjas fixos são sempre de cidades interioranas do Brasil.

Lenissa Lenza foi a única entrevistada que recusou uma interação direta. Para obter suas respostas, após várias tentativas de marcar a entrevista, eu tive que enviar as perguntas com antecedência e ela me respondeu posteriormente, o que interferiu na possibilidade de diálogo e impediu novas questões próprias do momento de interação. Mesmo assim, decide mantê-la entre os entrevistados abordados pelo significado que ela tem para o grupo – é uma das co-fundadoras – e porque essa postura é também dado de pesquisa, sendo confirmadora do caráter retraído às interações externas dos ninjas fixos.

As entrevistas abordaram temas como: o ingresso da pessoa da *Mídia NINJA* (ou como se aproximou – no caso dos que não integram diretamente), o que sente ao participar/contribuir com a *Mídia NINJA*, como avalia a imprensa convencional, o que pensa sobre o futuro da *Mídia NINJA*, qual o papel das casas coletivas etc. As interações seguiram um conjunto de perguntas previamente elaboradas que foram adaptadas de acordo com o entrevistado.

Apesar de desconfiados, especialmente nos primeiros contatos, todos os entrevistados presencialmente assinaram a autorização de uso da entrevista sem ler o documento, confiando apenas em minha informação verbal do que se tratava. Os

entrevistados por vídeo ou áudio conferência igualmente permitiram usar qualquer conteúdo conversado.

O único participante procurado e que não teve entrevista concretizada foi Pablo Capilé. Em relação a este integrante, mais inacessível, os contatos foram tentados via outros participantes. Consideramos que essa ausência, no entanto, não trouxe prejuízos à pesquisa tanto porque entrevistamos outros co-fundadores da *Mídia NINJA* que costumam ser menos ouvidos, trazendo a possibilidade de incluir novos dados sobre o coletivo, como porque usamos diário de campo com vários registros de falas de Capilé durante a Imersão, examinamos mensagens produzidas por ele, colhidas na etnografia virtual, e também consultamos diversas outras entrevistas fornecidas por ele a veículos de comunicação. Para concluir o grupo de entrevistados essa pesquisa também teve que considerar a disponibilidade de tempo dos sujeitos respondentes e o limite do tempo da pesquisa.

Eventualmente, voltei a fazer contatos posteriores com alguns dos entrevistados, especialmente quando era preciso confirmar informações. Isso aconteceu principalmente com entrevistados que atuam em áreas sobre as quais não tenho domínio, como com Uira Porã, que se identifica como *hacker*. Este entrevistado ainda me enviou uma série de informações e documentos via aplicativo de mensagens, tentando contribuir com a explicitação de sua atividade. Quando necessário, conferi informações fornecidas pelos entrevistados junto a outros jornalistas conhecidos em comum.

Todas as entrevistas foram marcadas diretamente com as fontes e conduzidas individualmente (feita a observação no caso de Lenissa Lenza). Cada entrevista teve duração média de uma hora (todas as entrevistas, não editadas, estão nos Apêndices). A maioria dos entrevistados parecia gostar de recontar a própria história, as vezes repetindo informações que a entrevistadora já tinha. Nessas ocasiões, tentei intervir pouco pois mesmo a repetição de informações e histórias é reveladora sobre um grupo. Em geral as respostas pareceram sinceras, mesmo quando demonstravam ciência da incompletude do modelo que praticam ou pouca previsão, planejamento ou preocupação sobre um possível futuro.

As entrevistas feitas presencialmente foram realizadas em locais escolhidos pelos entrevistados. As entrevistas feitas por aplicativo de vídeo ou áudio-conversa foram combinadas com definição do tipo de aplicativo que seria usado seguindo sugestão dos entrevistados. Nestes casos foram utilizados: Skype, WhatsApp, Telegram e Jitsi Mett. Todas as entrevistas foram registradas em gravador digital e transcritas por mim

respeitando expressões e a oralidade do entrevistado, com pequenas edições para facilitar a inteligibilidade, quando foi o caso.

A seguir, um quadro com local e data das entrevistas, como ocorreu a entrevista (se presencialmente ou por aplicativo de conversa – neste caso identificamos o tipo de aplicativo) e tempo de duração de cada entrevista (Quadro 3).

Nome	Local	Data	Modo	Duração
Bárbara Marreiros	Café de uma Livraria - Teresina-PI	19 dez. 2018	Presencial	1h10
Clayton Nobre	Coletivo Ruas, setor bancário, Brasília-DF	14.nov.2018	Presencial	1h30
Daniel Zen	Teresina (PI)/ Rio Branco (AC)	28 jun. 2019	Por WhastApp-	35 minutos
Dríade Aguiar	Sindicato dos Vigilantes, Brasília-DF	13 mai. 2019	Presencial	1h05
Fred Maia	Teresina (PI) /Lisboa (POR)	18 fev. 2019	Por Skype	1h31
Isis Juvêncio	Lanchonete de posto de combustível- Núcleo Bandeirantes – Brasília-DF	15 nov. 2018	Presencial	1h30
Lenissa Lenza	Teresina (PI) / Brasília-DF	23 jul. 2019	Por WhastApp (com perguntas enviadas previamente e respondidas posteriormente)	30 minutos
Marielle Ramires	Teresina (PI)/ Rio de Janeiro (RJ)	24 jun. 2019	Por Jitsi Meet	1h40
Oliver Kornblihtt	Lanchonete de posto de combustível- Núcleo Bandeirantes – Brasília-DF	15 nov. 2018	Presencial	1h20
Raíssa Galvão	Shopping Liberty Mall (praça de alimentação)	14 mai. 2019	Presencial	1h
Renata Mielli	Teresina (PI) / São Paulo (SP)	18 jul. 2019	Por Telegram	48 minutos

Thiago Menezes	Sede da revista Revestrés – Teresina (PI)	04 set. 2019	Presencial	42 minutos
Uirá Porã	Teresina (PI)/ Fortaleza (CE)	01 jul. 2019	Por WhastApp	40 minutos
Victória Henriques	Teresina (PI)/ Rio de Janeiro (RJ)	19 jul. 2019	Por Telegram	53 minutos
Vitor Cadillac	Teresina (PI)/ Goiânia (GO)	22 jul. 2019	Por Telegram	48 minutos

Quadro 03: Local, data, modo e duração das entrevistas

Este conjunto de entrevistados é representativo do grupo maior da *Mídia NINJA*. Ainda que o grupo seja bem diversificado e que muitos participantes tenham atuação flutuante, entrando e saindo do grupo (isso é mais incomum entre os ninjas fixos, que se mantêm mais fieis), se compararmos com outras fontes bibliográficas pesquisadas (FÍGARO, 2018; FOLETTTO, 2017; BENTES; 2015), bem como com informações colhidas junto a entrevistados (como Marielle Ramires, Clayton Nobre, Dríade Aguiar), é possível pensar em um perfil com características gerais para os ninjas: eles somam cerca de 50 pessoas fixas residindo nas casas coletivas, mobilizam rapidamente entre 200 a 300 pessoas no país e chegam a ter capacidade de mobilizar até mil colaboradores em uma cobertura. O grupo é composto por pessoas de diferentes regiões do Brasil e estão espalhados pelo país. A maioria dos participantes veio de cidades interioranas e os que são de capitais, veem de estados fora do eixo, como Manaus e Mato Grosso (como mostra o Quadro 02).

A necessária habilidade com as ferramentas de tecnologia de comunicação e a experimentação do modelo atraem, tendencialmente, participantes mais jovens, entre os 19 a 39 anos. Alguns que ultrapassam essa idade são considerados como “gurus” – nome usado de forma carinhosa para se referirem a pessoas como Fred Maia (entrevistado) e Cláudio Prado. Cerca de 70% da composição atual é de mulheres, que também ocupam funções de coordenação dos trabalhos. Cerca de 70% tem formação em Comunicação, especialmente Jornalismo. Outros são de áreas afins das humanidades, de cursos diferentes como História, Artes e Ciências Sociais. Nem todos concluíram a graduação: alguns a abandonaram, outros ainda estão cursando – especialmente os mais jovens. No geral, possuem boa formação formal. Os que permanecem estudando na graduação são, em mais de 80%, advindos do curso de Jornalismo. Uma pequena parte tem pós-graduação ou está cursando pós-graduação. O grupo é bastante diversificado, composto

por negros, brancos, gordos, pessoas com deficiência física, homossexuais, bissexuais etc, o que estimula as pautas identitárias. Alguns explicitam sua orientação sexual, mesmo quando não perguntados, em situação de entrevista ou nas oficinas que ministram.

4.4. Codagem e triangulação

Após a coleta de todos os dados, passamos para a codificação e análise, a fim de permitir que a teoria possa emergir.

Primeiro empreendemos uma codificação substantiva aberta, observando os dados em confronto com o corpo teórico a fim de gerar um conjunto emergente de categorias que sejam relevantes para integrar uma teoria. Nessa fase, o corpo teórico e os dados empíricos colhidos junto a *Mídia NINJA* foram exaustivamente revisados tendo em mente a pergunta de pesquisa.

Nessa etapa, de codificação aberta, os códigos podem partir de palavras repetidas ou comportamentos ou sensações constantemente observadas. O objetivo é levar a codificação a uma categoria central, sobre a qual todas as outras irão se conectar. Nesta pesquisa, percebeu-se a emergência de uma teia de diferentes emoções, não intrínsecas apenas ao objeto em questão, nem tampouco somente possuídas pelos sujeitos participantes, mas em constante transação, envolvendo os sujeitos, objeto e situações vividas; circulando, acumulando e distribuindo afetos. Dessa condição, verificou-se a emergência da emoção como categoria central.

A partir daí, a categoria central “emoção” passou a orientar a coleta de dados e a amostragem teórica. Fomos refinando a pesquisa em várias etapas, anotando repetições e conferindo consistências, descartando inconsistências, até que emergisse um conjunto de categorias indicadas pelos próprios dados e em conexão com a categoria central emoção que, de alguma forma, integra todas as outras categorias.

A triangulação de métodos, ao tempo em que se constitui num desafio ao trazer a necessidade de se encontrar uma coerência em dados colhidos em fontes múltiplas, permite, no cruzamento desses dados, encontrar os indicadores que, pela repetição e constância, podem garantir uma confiabilidade maior nos diagnósticos e a validade científica da pesquisa. Todos os dados foram observados tendo em mente que a unidade de análise estava no comportamento verificado e não nas pessoas individualmente.

Assim, apresentamos os mesmos tipos interrogações a todos os dados: como a emoção se manifesta? O que ela é capaz de fazer? Como os vínculos se estabelecem entre os participantes e/ou no decorrer das práticas e experiências? O que os participantes

sentem ou buscam sentir? O que acontece sob a mediação da emoção? O que as emoções fazem fazer?

A análise não pode ser uma descrição da “voz” dos participantes, mas uma explicação teórica do que eles estão fazendo e/ou como expressam ou sentem o que fazem. Isso também confere importância a triangulação de métodos, uma vez que o estudo é baseado no reconhecimento de padrões de comportamento, mesmo acessando o campo empírico de diferentes formas, e em nomear esses padrões usando conceitos.

Para apresentar e discutir os achados de pesquisa, chegamos a diferentes conjuntos de emoções que são capazes de ancorar outras. Agrupamos cada conjunto de emoções e suas variantes, como no método de estudo usado por Elias (1990) e adotado por Scheff (2006) e Ahmed (2017). Nomeamos esses conjuntos por palavras ou termos conceitos, fracionando a teorização em capítulos para melhor apresentação e compreensão dos resultados. Esses agrupamentos de emoções e seus enraizamentos constituem categorias que são pontos de entrada para observar a emergência de sentimentos que exercem papel importante na formação de vínculos e, com isso, na ação e manutenção dos coletivos.

Agrupamos essas descobertas em três capítulos de análise, como veremos. Antes, vamos passar por um capítulo de pré-análise, que aprofunda o conhecimento sobre o modelo coletivo de comunicação e entra em especificidades da *Mídia NINJA*, importantes na melhor compreensão da fase de análises.

CAPÍTULO V. ENTREATO A CAMINHO DA ANÁLISE

Até aqui discutimos contexto sócio-histórico, propusemos uma filiação para o fenômeno observado e apresentamos a abordagem teórico-metodológica empregada nesse estudo. Agora, o presente capítulo, se constitui em um entreato a caminho da análise. O objetivo é avançar no recorte sobre o objeto, na busca de oferecer melhores condições para apreensão do que se observa. Este capítulo se concentra em discutir o formato coletivo de comunicação e elencar seus diferenciais a partir da observação da *Mídia NINJA*, fazendo uma transição da dimensão macro para a micro. Depois disso, a partir do capítulo seguinte, passamos à análise mais sistemática do objeto desta pesquisa.

5.1. Diferenciais do formato coletivo e da *Mídia NINJA*

Não há uma literatura consolidada para definir os coletivos de comunicação – formato adotado pela *Mídia NINJA*-, mas é possível apreendê-los pelos estudos já disponíveis e observando a atuação dos atores que assumem esse modelo, caracterizado fortemente pelas práticas colaborativas e horizontalizadas – como já mencionado e será aprofundado -, criando novas rotinas e ajudando a constituir espaços menos hierarquizados e mais descentralizados, com uma capilaridade inimaginável para um veículo tradicional e verticalizado.

Ainda que inseridos no cenário de hegemonia das plataformas digitais, com recursos de coleta e manipulação de dados sob o poder de gigantes do setor das tecnologias (NEWELL; MARABELLI, 2015; MOROZOV, 2018; VALENTE, 2019), os coletivos de comunicação conseguiram romper a estrutura de concentração das mídias e apresentaram uma crítica concreta a essa questão.

Em entrevista à *Revestrés*, Rovai (2019) definiu a existência de um campo do jornalismo independente com camadas distintas que se complementam, ocupadas por diversos atores, com diferentes tipos de coberturas e níveis de aprofundamentos. Nesse campo “a *Mídia NINJA*, o *Jornalistas Livres*, e outros coletivos, fazem uma cobertura de guerrilha por meio de vídeos e fotos, principalmente. O que tiver acontecendo, em qualquer lugar do Brasil, tem um guri da *Mídia NINJA* registrando”.

Muitos participantes são atraídos para esse formato de comunicação por não encontrarem espaço em estruturas tradicionais, seja pela diminuição da oferta de empregos formais, seja porque essas estruturas – concentradas, mercantilizadas, hierarquizadas - deixam de ser atraentes para essas pessoas. Atuar em coletivos de comunicação, dessa forma, se apresenta como oportunidade tanto de trabalho como de desenvolvimento profissional-pessoal, ainda que esses modelos sejam instáveis, não apresentem planos de carreiras para seus participantes e, em muitos casos, não ofereçam remuneração oficial.

Na *Mídia NINJA*, os cerca de 50 participantes fixos – também chamados por eles de orgânicos – vivem nas casas coletivas e a grande maioria permanece na *Mídia NINJA* desde o seu início. Não há remuneração formal para os ninjas fixos. Eles são recompensados pelo acesso material ao que pertence a todos no coletivo – como uso das casas e outros bens comuns – e por recompensas não materiais, como a oportunidade de desenvolver um trabalho ou de viver uma vida que não teriam de outra forma.

Os colaboradores eventuais, que rapidamente chegam a 200 pessoas, não recebem qualquer benefício imediato. Aqui a recompensa é a experiência de participar e as ligações que podem passar a estabelecer com o núcleo central.

Em sua atuação, a *Mídia NINJA* incorpora narrativas e a gramática do jornalismo, utilizando marcadores jornalísticos clássicos como entrevistas, manchetes, fotojornalismo, recursos audiovisuais, atuando especialmente na produção de notícias segundo a lógica das *hardnews*.

A seguir detalhamos os diferenciais do modelo coletivo: a) práticas colaborativas; b) a tendência a horizontalidade; c) a não neutralidade - estes três aspectos também aparecem em outros arranjos independentes na arena da comunicação no século XXI (FÍGARO, 2018; ROVAI, 2018; CABRAL, 2019); e ainda: d) a adoção de casas coletivas e de um caixa coletivo para as despesas – estes são pontos exclusivos da *Mídia NINJA* até o momento. Ainda que a adoção de casas e de recursos coletivos sejam experiências já adotadas em outros grupos e/ou comunidades ao longo da história, na comunicação eles eram novidade até o surgimento da *NINJA*.

5.1.1. Práticas colaborativas

É próprio do modelo coletivo a prática colaborativa e voluntária, útil quando se pensa em equacionar receitas esparsas e sem garantia de continuidade, e se objetiva crescimento sem ter o amparo de grandes grupos econômicos ou políticos. A dificuldade

de obtenção de recursos, reforça o modelo colaborativo, que suprime contratos formais ou remuneração oficial de trabalho.

Essa supressão – com os coletivos inseridos no contexto de transformações capitalistas do mundo nos últimos anos, que flexibiliza as relações de trabalho e diminui as garantias no emprego-, por sua vez, suscita questionamento sobre a precarização no trabalho e exploração da mão de obra – tema que ronda as críticas feitas à *Mídia NINJA* desde o seu início e que foram direcionadas fortemente ao Fora do Eixo, alvo de críticas de músicos, produtores e ativistas que discordaram de seus métodos e práticas ou se sentiram prejudicados pela rede. Muitas queixas vieram à tona em agosto de 2013, quando a projeção repentina da *Mídia Ninja* e, com isso, do Fora do Eixo, após os protestos de junho, encorajou artistas e produtores a publicarem desabafos nas redes sociais e a concederem entrevistas à imprensa (FONSECA, 2015). A exploração e precarização do trabalho não são objeto de análise nesse estudo. Ainda assim, é incontornável que o formato coletivo enfrente esses pontos, especialmente ao falar de modelo colaborativo que solicita a participação voluntária.

Renata Mielli, jornalista, coordenadora geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) e colunista no site da *Mídia NINJA*, discorda que o modelo colaborativo da *NINJA* e outros coletivos promova a exploração e precarização da mão de obra. Ela argumenta:

Acho que não dá pra falar de precarização do trabalho dos jornalista, porque a *Mídia NINJA* não é uma empresa de comunicação. Quem precariza trabalho de jornalista é a *Globo*, *Folha de São Paulo*, *Estadão*, e fazem isso há muitos anos, com a pejotização, que foi chancelada desde a reforma trabalhista, uma série de coisas. A segunda questão é que ele (*NINJA*) não trabalha só com jornalistas, é uma rede de colaboradores que vê a produção de conteúdo não como um meio de sobreviver ou meio profissional. Vê essa produção de conteúdo como uma ação militante, como uma ação ativista. Então, se a minha ação política é lutar pela democratização da comunicação a partir das ferramentas do FNDC, de desenvolver discussões e debates sobre a regulação dos meios de comunicação, sobre o papel da internet, sobre a questão das rádios comunitárias; o *Mídia NINJA* faz isso de uma outra maneira. Qual a maneira que eles encontraram de fazer isso? É fazer uma comunicação a partir de uma outra perspectiva [...]. E você tem todo tipo de militantes no *Mídia NINJA*, desde aquele cara que faz voluntariamente até um cara que se dedica mais diariamente e por isso tem alguma contrapartida. Eu não acho que isso seja exploração do trabalho de ninguém. Agora, se você me perguntar se as novas tecnologias, a internet, têm aberto um cenário que contribui com a precarização do trabalho profissional do jornalista, isso é indiscutível (Renata Mielli, 18 de julho de 2019).

A posição de Renata Mielli é a de enxergar a *Mídia NINJA* com uma herança de movimento social, o que justificaria a motivação para a ação.

A discussão sobre precarização/exploração ocorre paralelamente nesse estudo e adquire mais o sentido de reforçar a pergunta: se isso se dá, como a *Mídia NINJA* consegue manter o engajamento dos seus participantes? Esta pesquisa convoca explicações por meio de outras recompensas, para além dos planos profissionais de carreira, como as gratificações de ordem não-material (ENRIQUEZ, 1999; BECKER, 2008; GAIGER, 2016). O trabalho é entendido aqui como atividade humana dialética, fora da visão positivista que dá ao o trabalho apenas o sentido da racionalidade técnica, restrito, nas sociedades capitalistas, aos conceitos de emprego ou carreira (LIMA, 2015). Em várias entrevistas desta pesquisa, inclusive, os ninjas fixos revelam ausência de preocupação com emprego e carreira e parecem acreditar que podem vir a ser qualquer coisa grande e revolucionária, baseados na experiência que já tiveram.

O formato colaborativo encontra inspiração em formatos cooperativos anteriores, já experimentados em outras arenas, como as cooperativas de trabalhadores e associações diversas da segunda metade do século XX no Brasil⁶¹, entidades autônomas, sem proprietários (ou, de outra forma, onde os associados são proprietários), em que os indivíduos se unem de maneira voluntária, com base em conceitos como ação mútua, colaboração e solidariedade, como alternativa política e econômica ao capitalismo, sendo uma reação a fenômenos derivados deste e apresentando-se como uma realidade contraditória e alternativa (RAZETO, 1997, 2002; CEFAI, 2011; GAIGER, 2016).

Os formatos cooperativos/colaborativos enfrentam dificuldades e correm risco de desvirtuamento porque estão, segundo Gaiger (2016), “fora de lugar”, são de outra ordem, que não a do modelo mercadológico que domina os formatos empresariais. O autor fala a favor de organizações flexíveis e abertas, não compulsórias nem reduzidas a logística e a maximização de resultados concretos, mas novas e variadas formas, atestadas pelo movimento associativo, cooperativo e mutualista e também por sindicatos, organizações científicas, clubes e entidades diversas.

Ao analisar o Fora do Eixo, Fonseca (2015) considerou que ele, no entanto, tem diferenças significativas das organizações cooperativas ou mesmo do movimento estudantil, porque estes procuram manter uma estrutura democrática com eleições e

⁶¹ Ainda que existam experiências anteriores, no Brasil as cooperativas prosperaram a partir dos anos de 1970, com a lei 5.764/71 que disciplina a criação de cooperativas e, posteriormente, com a Constituição Federal de 1988, que inibiu a interferência do Estado e conferiu poder de autogestão às cooperativas.

disputas internas abertas, onde cada membro tem voto nas deliberações institucionais. Já “o Fora do Eixo mantém lideranças orgânicas e incontestáveis [...]” e “se empenha para firmar consensos para agir em bloco” (FONSECA, 2015, p.101). A *Mídia NINJA*, apesar da inspiração de compromisso mutualista, assume decisões fortemente concentradas nas lideranças orgânicas, a exemplo do que também ocorre com o Fora do Eixo (olhar seção seguinte: 5.1.2: tendência a horizontalidade).

Mais do que com as cooperativas tradicionais, os coletivos de comunicação se relacionam com a diversidade de coletivos de ativismo cultural disseminados na primeira década do século XXI, especialmente em regiões mais periféricas do Brasil, tendo os citados Pontos de Cultura, implementados pelo MinC, papel importante nessa difusão de novos atores e propostas culturais alternativas. Organizados de modo colaborativo e se valendo das TICs para produzir referenciais simbólicos alternativos aos imaginários hegemônicos, esses coletivos culturais produziam também seus canais de comunicação, na busca de encontrarem espaço para suas manifestações – quase sempre ausentes da mídia comercial - e se sentirem representados.⁶²

Thiago Meneses, jornalista, teve um coletivo de produção musical em Parnaíba, interior do Piauí, ligado ao Fora do Eixo e promovendo também comunicação de modo colaborativo. Ele reconhece que os formatos coletivos do FdE/*Mídia NINJA* despertaram desconfianças, mas pondera que as críticas geralmente vinham de contextos centrais, distante dos espaços marginalizados que se beneficiam desses modelos e, muitas vezes, impossibilitados de compreender tanto a marginalização imposta a esses espaços, como o sentimento concreto de integração promovido em muitas ações. Thiago conta que sua cidade, distante mais de 300 kms da capital do Piauí, Teresina, estava ausente de qualquer mapa cultural do país e, quando seu coletivo se formou e aderiu ao FdE (segundo ele, ao lado do Maranhão, o Piauí foi um dos últimos estados a ter coletivo ligado ao FdE), eles realizaram festivais de música integrando um circuito que tanto levou atrações nacionais para Parnaíba, quanto levou artistas de Parnaíba para festivais pelo Brasil.

⁶² Em entrevista ao *Le Monde Diplomatique Brasil* (set. 2017), Raull Santiago, do coletivo Papo Reto, formado em 2014 por moradores dos complexos do Alemão e da Penha, no Rio de Janeiro, esclareceu que o objetivo do coletivo é noticiar eventos, protestos e reivindicações “para dentro do morro” e, por outro, colocar para fora a realidade da favela, “contrapondo os estigmas produzidos pela mídia comercial”. O entrevistado afirma que, via coletivo de comunicação independente Papo Reto, buscavam fazer uma cobertura diferente da mídia corporativa, aplicando o “do favelado para a própria favela” e pondo em prática o “nós por nós”. O Papo Reto é um exemplo de coletivo que nasceu cultural e paralelamente tornou-se de comunicação, com uma rede de moradores-colaboradores que enviam informações de modo contínuo. Raull Santiago é também colunista do site da *Mídia NINJA*.

Thiago fez mestrado em comunicação na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) pesquisando festivais de música independente no Brasil e a ação do FdE, enquanto mantinha seu coletivo de produção musical, desenvolvendo uma “pesquisa-ação mesmo”, como ele define, e sendo cauteloso com as críticas mais severas ao modelo colaborativo do FdE/*Mídia NINJA*.

As críticas de quem não está exatamente dentro do campo, as vezes são injustas. Por exemplo: eu, como indivíduo que estou lá em Parnaíba a frente de um coletivo, não dá só pra dizer que o fruto do meu trabalho estava sendo capturado e eu não tinha nenhum tipo de benefício, ou meu contexto não tinha nenhum tipo de retorno. (Thiago Meneses, 04 de setembro de 2019)

Observando mais especificamente os coletivos de mídia, Aquino Bittencourt (2018), diz que, ao buscarem constituir um modelo de comunicação ou um conjunto de práticas midiáticas diferentes do que vem sendo realizado pela mídia de massa, esses coletivos terminam colocando a colaboração e participação como características centrais. A autora observa que nem sempre essa colaboração e participação ocorrem como almejadas, fazendo com que o modelo, muitas vezes, tenda mais ao distributivo do que superando essa característica.

5.1.2. Tendência a horizontalidade

Nas primeiras experiências de *Indymedia*, a busca de alternativas mais democráticas e práticas de comunicação apresentou um modelo radical de horizontalidade, inclusive com permissão de publicação de conteúdo diretamente no site posto à disposição (CABRAL, 2019). Esse modelo inspirou os coletivos e eles continuam a defender práticas mais horizontalizadas, embora, devido a própria mudança de contextos, diferentes daquelas experiências de Seattle, em 1999, hoje os coletivos praticam uma horizontalidade muito menos radical.

A *Mídia NINJA* se apresenta como estrutura horizontalizada. Essa horizontalidade é melhor experimentada nos momentos de coberturas ao vivo, quando põem em prática um formato ágil para organizar o recebimento e difusão das informações recebidas. Para as coberturas que envolvem muita gente e lugares diferentes, eles trabalham com contatos via grupos de *Telegram*. Os grupos são divididos por regionais e temas em todo o Brasil e também há alguns criados esporadicamente, a depender do tipo de evento e cobertura.

É por esses grupos que chegam sugestões de pauta, informações, imagens, vídeos. A *NINJA* chega a monitorar cerca de 80 grupos no *Telegram*. A grande quantidade desses

grupos remete à ideia dos grupos de discussão adotados no *hacktivismo*, como vimos. Não há a possibilidade de publicação direta nos canais da *NINJA*. O conteúdo passa por pessoas que inclusive recebem nomes de cargos de chefia semelhantes a veículos convencionais de comunicação, como “editor”. O modelo, no entanto, difere muito da mídia hierarquizada e, numa cobertura, a *NINJA* pode chegar a ter 80 editores simultaneamente, autorizados a publicar conteúdos, fazendo circular um grande volume de informações.

Nas casas coletivas funciona o que chamam de “base”, onde os editores recebem material, avaliam em grupos virtuais e então publicam. A alta capilaridade explica que em um mesmo evento, a *NINJA* tenha uma cobertura espalhada em várias cidades do país – correspondendo a ideia original de cobrir o que está “fora do eixo” e invisibilizado na grande mídia –, e que se tenha publicações por vezes semelhantes e quase simultâneas de um mesmo evento.

A estrutura não é de todo horizontal. Há pessoas com ascendência sobre o grupo e a conquista desses “postos” está ligada ao tempo no coletivo e às responsabilidades assumidas. Os ninjas usam o nome “lastro” para indicar quem tem mais condições de assumir essas funções. Savazoni (2014) diz que “lastro” designa o acúmulo subjetivo de força que um determinado integrante possui para desenvolver uma tarefa no coletivo, sendo uma forma de valorização subjetiva.

Clayton Nobre defende a horizontalidade e, ao mesmo tempo, recusa a ideia de um movimento sem liderança. Para ele, esses aspectos não são contraditórios. Nobre explica como o lastro se dá na prática:

Algumas pessoas dentro da *Mídia NINJA* têm mais lastros que outras porque angariaram muitas responsabilidades. Tem gente que é contra falar em liderança em movimento e diz “nosso movimento não tem liderança”. Nós, não. A gente sabe que tem pessoas que têm muito mais experiência, o próprio Pablo Capilé, Marielle, Lenissa, que estão desde o começo. A nossa horizontalidade se forma muito a partir disso também: do respeito pelas pessoas que têm mais experiência, porque o lastro é construído, é uma moeda muito importante. Num coletivo de umas 20 pessoas, depois de uma semana de trabalho já tem cinco pessoas que trabalharam muito mais que outras. Essas pessoas, numa reunião coletiva, numa tomada de decisão, têm muito mais lastro que outras, mas não porque nosso trabalho é vertical, mas porque aquelas pessoas, por terem mais dedicação, acabaram tendo mais experiência que outras pra tomar uma decisão. Por isso a gente tem uma diferença muito clara entre colaboradores e pessoas orgânicas da *Mídia NINJA*, e a tomada de decisão sempre é preponderante nas pessoas que são orgânicas. E se a gente precisa tomar uma decisão que é muito importante, sempre consulta as pessoas que são mais experientes, que têm mais lastro (Clayton Nobre, 14 de novembro de 2018).

Para Castells (2013), a horizontalidade não significa abolir qualquer hierarquia ou falta de liderança, e deve ser interpretada não como uma falta de líderes em potencial, mas como uma desconfiança, da maioria dos participantes dos novos movimentos sociais, em relação a delegação de poder, uma vez que a regra implícita é que sejam autogovernados. A autogestão, assim, mais do que um procedimento organizacional, torna-se um objetivo político. E a horizontalidade cumpre também a função de ser uma crítica à crise de representação.

A expectativa a respeito de espaços mais democráticos, no entanto, pode levar a frustrações e divergências nos grupos. Os integrantes que abandonaram o FdE, por exemplo, apontaram a organização como hierarquizada, autoritária e conduzida de forma arbitrária por um círculo restrito de líderes carismáticos, possuidores do chamado “lastro” (FONSECA, 2015).

Nas atividades em que Pablo Capilé participa, é visível sua liderança sobre o grupo. Na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, caracterizada pela roda de conversa com palavra aberta à participação – um formato horizontalizado -, Capilé geralmente falava ao final de um conjunto de depoimentos, concluindo ideias e encaminhando decisões. Ele conduziu a elaboração de um calendário de eventos - festivais de música, artes cênicas e de cinema-, a se realizarem no segundo semestre de 2017 em cidades do Centro-Oeste. Esses eventos cumprem várias funções: fomentar a cena cultural, arrecadar recursos, treinar participantes - tanto nas coberturas de comunicação como na realização de eventos - e manter os integrantes em atividade e em contato, facilitando a coesão. Capilé ainda instruiu os coletivos de comunicação locais a produzirem sua própria comunicação e não esperarem uma cobertura da *Mídia NINJA*, sendo “mais importante fomentar experiências que vir a se tornar um modelo hegemônico” (informação verbal)⁶³.

Em entrevista a esta pesquisa, Thiago Meneses confirmou que seu coletivo cultural, em Parnaíba (PI), recebeu orientações importantes do FdE que, segundo ele, foram fundamentais para criarem o modelo de associação, conceber eventos, discutir recursos etc. Nunca foram cobrados por isso. “Não era uma consultoria”, ele esclarece, definindo a relação como horizontalizada, com espaço de escuta e autonomia para agirem. Essa horizontalidade e autonomia, no entanto, ele avalia, estava mais ligada a própria

⁶³ Pablo Capilé na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, casa coletiva de Brasília, junho de 2017.

precariedade do modelo, que tornava impossível um acompanhamento rigoroso e vertical (Thiago Meneses, 04 de setembro de 2019).

Sobre a posição de fomentar novos coletivos, rompendo hierarquias e pensando num ecossistema de mídias alternativas em rede, vários integrantes da *NINJA* - em entrevistas, oficinas, palestras-, reproduzem a expressão usada por Capilé na entrevista para o *Roda Viva*: “uma massa de mídias está substituindo a mídia de massas”. Renata Mielli, contudo, tem posição diferente. Para ela, já está na hora das mídias alternativas terem um representante mais forte, que possa concentrar um poder maior em contraposição ao discurso da mídia hegemônica.

A gente tinha que ter um grande portal. É claro que cada um tem o direito e é super legítimo que cada organização e coletivo tenha o seu site, a sua produção. Mas a gente precisava pendurar isso tudo dentro de um grande portal, que é o que o *UOL* faz. Por que o *UOL* tem tanto tráfego de visitantes? Porque não é só produzido pela *Folha*. Eles se associam a um monte de gente [...]. Enquanto cada um ficar no seu setorzinho: o 247 no 247, o *DCM* no *DCM*, o *Mídia NINJA* no *Mídia NINJA*, *Jornalistas Livres* no *Jornalistas Livres*, é ótimo, já tá cumprindo um papel, mas será que nós já não estamos no momento de dar uma maior sinergia pra tudo isso? Não é fácil, porque envolve visões diferentes de mundo, uma série de questões, recursos. Mas você teria uma coisa muito mais potente pra fazer o enfrentamento de narrativa no nível que nós estamos precisando fazer na sociedade hoje [...]. Essa ideia de mídia de massa para massas de mídias é uma dicotomia falsa, porque ambas geram uma sociedade controlada por quem tem o poder econômico. Uma pelo excesso de centralização e outra pelo excesso de fragmentação (Renata Mielli, 18 de julho de 2019).

Numa fala final de avaliação na Imersão, Capilé afirmou que *Mídia NINJA* e FdE estão se reavaliando e as participações em atividades de discussão, como a Imersão, ajudam nesse processo, que pretende ser uma crítica horizontal. Ele fez autocrítica e disse que a *Mídia NINJA* se voltou demais para a conjuntura política nacional durante o ano de 2016, perdendo outros temas de vista e também se distanciando dos movimentos sociais (informação verbal).⁶⁴

A autocrítica num grande grupo, de cerca de cem pessoas como foi a Imersão, no entanto tem seus limites e, por vezes, adquire mais o tom de discurso de estímulo ao grupo e certa regeneração do espírito de ativismo. Capilé falou em “crescimento orgânico”, estimulou a utilização das mídias sociais pelos coletivos, e em nenhum momento

⁶⁴ Pablo Capilé na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, casa coletiva de Brasília, junho de 2017.

mencionou que plataformas digitais são cada vez mais controladas por interesses desses grandes agentes e cada vez mais incontroláveis pelos usuários, podendo tornar quase invisível mesmo quem tenha milhões de seguidores. Isso não significa que eles não tenham essa informação, mas que, pelo menos naquele grupo maior, não a discutiram, omitindo essa questão e preferindo o tom otimista e de estímulo à ação.

Nas 15 entrevistas que realizamos, Pablo Capilé é citado nominalmente por 10 entrevistados, atestando sua influência. Muitas citações se referiam a ideias dele ou citavam frases ditas por este. Daniel Zen, que integrou o FdE, é colunista da *Mídia NINJA* e Deputado Estadual no Acre (PT), se refere a Capilé como “o grande líder desse processo, [...] um cara idealista, que tem uma cabeça de vanguarda e pensa quebra de paradigmas e mudanças estruturais na esfera pública – pra copiar o título do livro de Habermas” (Daniel Zen, 28 de junho de 2019).

O modelo horizontalizado também gera discussão quando envolve a questão das assinaturas coletivas. Nas coberturas, a orientação da *Mídia NINJA* é que textos e fotos levem a assinatura “*Mídia NINJA*”, não nomeando especificamente as pessoas que produziram. Existe a questão prática – pelo volume de imagens e textos, a publicação poderia ser mais demorada e com o risco dos créditos saírem errados – mas existe mais a filosofia defendida pela *Mídia NINJA* que considera que, num coletivo, a horizontalidade da produção deve se sobrepôr à assinatura individual, conferindo a quem ficou em casa, limpando, cuidando dos filhos, a mesma importância de quem foi pra rua. Clayton Nobre explica:

O trabalho de um jornalista independente, que trabalha com as mídias colaborativas, não tem essa propensão em ser “o jornalista que vai dar o furo”. Ele é um jornalista que trabalha coletivamente. Muita gente pergunta porque as nossas assinaturas são todas coletivas, inclusive dos fotógrafos. O pessoal fala “mas gente, não sai nem o nome do fotógrafo!”. A gente fala que não. E o principal argumento que a gente utiliza é que aquele trabalho que o jornalista tá fazendo na rua é um trabalho coletivo, aquele fotógrafo que foi para um ato e tirou uma foto emblemática de um policial batendo num garoto de rua e aquela foto ganhou prêmio, aquela foto não é só do fotógrafo, é do coletivo. Até porque pra aquele fotógrafo sair pra rua e ter aquele *know how*, ter aquele *time* de tirar aquela foto, ele só conseguiu por conta de um trabalho coletivo, que possibilitou que ele tirasse. Teve todo o trabalho da pessoa que formou ele, da pessoa que emprestou a máquina fotográfica, da que levou ele até o ato, da pessoa que alimentou ele – que é quem faz a comida todos os dias nas casas coletivas. Então o nosso trabalho é coletivo. Isso, para os fotógrafos, é onde mais a gente visualiza uma quebra desse glamour, digamos, porque o trabalho mais glamourizado é o do fotógrafo, porque é ele que tá nas ruas, é ele que os políticos conhecem, os artistas conhecem, o nome dele é que sempre

sai nos jornais, então esse “jornalista artista” – o Pablo falava muito - ele não faz parte da lógica do coletivo de uma mídia independente como a *Mídia NINJA* (Clayton Nobre, 14 de novembro de 2018).

O argumento continua passível de discussão uma vez a *expertise* de quem produziu conteúdo, nesse caso, tende a importar menos que a necessidade maior que identificam de tratar como igual o participante que está na rua e o que ficou em casa, a trabalho do coletivo.

A estudante Bárbara Marreiros considera que o crédito traz uma visibilidade ao trabalho do fotógrafo.

Uma das coisas que a gente fala no Cuca [Coletivo de comunicação da UNE – União Nacional dos Estudantes, do qual Bárbara também participa] é sobre essa questão dos créditos. Porque é o trabalho da pessoa, né? Então você colocar o nome dá uma visibilidade. O Cuca usa assinatura individual. E a gente até fala sobre essa assinatura coletiva da *Mídia NINJA*. A *Mídia NINJA* já é um coletivo, um veículo alternativo que tem toda uma linha editorial, já é estruturado, os meninos já trabalham de uma forma mais orgânica [...]. Mas acho que a ideia do crédito em conjunto também é legal... (pausa) pra eles, né? (Bárbara Marreiros, 19 de dezembro de 2018).

As discussões já geradas fizeram com que, nos últimos tempos, a *Mídia NINJA* adotasse os dois modelos: com assinatura coletiva e com o nome do fotógrafo ao lado de */Mídia NINJA*.

A não identificação de quem produziu o conteúdo tem ainda uma outra utilidade pouco comentada: alguns fotógrafos de mídia empresarial enviam fotos para os grupos de Telegram da *NINJA*, colaborando voluntariamente com esta, mas não querendo ver seu nome revelado, temendo represálias do veículo por quem foi pautado.

O tema da horizontalidade é contraditório e gera discussões nos coletivos. Uma aversão a hierarquia pode também conduzir a uma idealização abusiva da horizontalidade (DARDOT; LAVAL, 2017). Ao observar o FdE, Fonseca (2015), falou em uma transição de um modelo mais horizontal de gestão para uma formação híbrida, com dinâmicas internas mais complexas do que uma suposta horizontalidade, levando a um modelo em que verticalidade e horizontalidade se alternam. Ele atribui essa transformação ao crescimento acelerado da organização, com relações tanto horizontais quanto verticais se sobrepondo e constituindo tramas mais intrincadas.

5.1.3. Não neutralidade

A *Mídia NINJA* defende a não neutralidade nas narrativas. Outros veículos de viés progressista, igualmente não neutros, por vezes usam o termo veículo ou jornalismo “posicionado” (ROVAI, 2018). A defesa desses atores é do jornalismo como ativismo sociopolítico, intitulado-se como apartidários, mas não apolíticos.

Esses agentes fazem coro com autores que apontam que o discurso de imparcialidade é um mito, escondido sob uma forma de se apresentar como universal, enquanto se defende ideias particulares e parciais dos grupos ligados à grande mídia, sendo também uma forma de silenciar vozes dissonantes (COUTINHO, 2014).

Fazendo uma crítica à ideia a-histórica de jornalismo de referência, Goes (2018), argumenta que as empresas jornalísticas sempre deixam emergir rastros históricos de suas opções políticas, econômicas, culturais, que podem ser percebidos na seleção dos acontecimentos, escolha das fontes, angulações etc. Nessas condições, os meios de comunicação são atores políticos influentes que buscam construir reconhecimento e, em razão disso, fazem circular uma imaginária autorização para mostrar o *verdadeiro*, a *realidade*, mas segundo a lógica das organizações jornalísticas (GOES, 2018; PATTERSON, 2000). Assim, fica comprometido um suposto papel de mediador do meio de comunicação na esfera pública, como se este estivesse fora dela e desinteressado na arena política. No lugar da isenção – ausente – Goes (2018) enxerga uma dissimulação de interesses das elites e aponta que os meios atuam como grandes empresas de *lobby* político, econômico e cultural.

Essa posição dialoga com a ideia de Dahlgren (2011, p. 93), estudioso das ações e retóricas políticas, para quem “o discurso da neutralidade é uma prerrogativa de um estrato social privilegiado que pode servir para legitimar um poder simbólico”.

A parcialidade assumida faz parte da forma dos coletivos comunicarem. No site da *Mídia NINJA*, a tag “perguntas frequentes” interroga: “a *Mídia NINJA* é imparcial?”, e traz como resposta:

Não. Defendemos abertamente a parcialidade enquanto um princípio de nosso trabalho, por acreditar que nenhuma construção humana é capaz de ser imparcial, já que resulta da soma e do acúmulo de todas as suas experiências anteriores e de nossas visões de mundo. O Jornalismo – assim como a ciência – apoiaram-se historicamente na noção de imparcialidade como forma de ter credibilidade e legitimidade. Contudo, com uma nova lógica de troca de conteúdo e com novas possibilidades de audiência, mais do que buscar uma única “verdade” para os fatos, temos hoje uma multiplicidade de leituras e

possibilidades, e isso é o que qualifica atualmente o conteúdo e é a base da troca de informação e credibilidade.⁶⁵

O texto ainda afirma: “nossas pautas são nossas causas” – assinalando o ativismo. Por fim, conclui defendendo uma “experiência radical de mídia livre e distribuída, a serviço de uma nova narrativa social, mais comunitária e mais afetiva”.

Ainda no site da *Mídia NINJA*, para a interrogação: “Como se define a linha editorial?”, a resposta apresentada é:

*A Mídia NINJA tem lado. Acreditamos que a imparcialidade não existe, e por isso assumimos nosso lugar de fala a partir da defesa da democracia, da diversidade cultural e de um posicionamento editorial transparente e direto. Nossa editoria é coletiva e defende o interesse público, o direito à informação e ampla visibilidade de pautas e movimentos sociais ligados aos direitos humanos, comunicação, cultura, moradia, política, economia, meio ambiente, à causa indígena e outras agendas que dialogam com os desafios do século XXI.*⁶⁶

Na definição de Oliver Kornblihtt, a *Mídia NINJA* construiu toda uma série de provocações, na prática, sobre o jeito de fazer e pensar o jornalismo. Ele afirma: “Eu me sinto melhor representado pela palavra midiativismo que por jornalismo, mesmo tendo trabalhado dentro dos grandes jornais” (Oliver Kornblihtt, 15 de novembro de 2018).

Em palestra com estudantes de jornalismo da Universidade de Brasília, instruindo sobre a cobertura de protestos que ocorreriam no 15 de maio de 2019 (15M)⁶⁷, cinco dias antes deles acontecerem, Oliver explica para estudantes, de modo simples, a parcialidade: “Eu sou gay, eu vou querer pautar matérias que tenham a ver com o que eu sou” (informação verbal).⁶⁸

Para Renata Mielli, a não neutralidade da *Mídia NINJA* e outros coletivos semelhantes é o seu diferencial mais importante, porque desnuda a carência de fontes plurais de informação e desmistifica a ideia construída de que jornalismo é algo imparcial.

Na verdade, essa ideia da imparcialidade, da neutralidade do jornalismo, é uma construção feita por esses veículos *mainstream* como parte do seu modelo de negócio. Qualquer pessoa que passe por um banco de uma faculdade de comunicação sabe muito bem que não existe imparcialidade, neutralidade, né? O fato de ser notícia já é um processo de seleção. Eu escolho o que eu noticio, o que eu dou visibilidade, as

⁶⁵ Disponível em: <http://midianinja.org/perguntas-frequentes/>. Acesso em: 05 jun. 2019.

⁶⁶ Disponível em: <http://midianinja.org/financie/>. Acesso em: 16 out. 2017.

⁶⁷ Primeiros protestos de rua em 2019, acontecidos dia 15 de maio e marcados contra o anúncio de 30% de cortes na educação pelo Governo Federal. Grande parte da mobilização para esse protesto partiu da *Mídia NINJA* e da criação da subplataforma Estudantes NINJA. O protesto seguinte, dia 30 de maio de 2019 (30M), já não teve o mesmo impacto.

⁶⁸ Oliver Kornblihtt, em palestra na UnB, em 10 de maio de 2019.

pessoas que vão comentar os temas que eu quero dar visibilidade, a abordagem que eu quero dar pra determinado fato. Então, quando você tem um coletivo como *Mídia NINJA*, que adota uma perspectiva distinta da adotada pelos meios hegemônicos, desde a escolha do que é notícia, até os personagens da notícia, você tá mostrando que o mesmo fato pode ser descrito e analisado a partir de várias perspectivas (Renata Mielli, 18 de julho de 2019).

Na prática, a não neutralidade da *Mídia NINJA* se converte no midiativismo em defesa de causas que abraçam, como vamos exemplificar a seguir, fazendo referência a dois momentos onde a parcialidade, mais do que explícita, ganha outros contornos para além da narrativa, se constituindo em ações e práticas adotadas concretamente.

Um desses momentos foi no rompimento da barragem da Vale do Rio Doce na cidade mineira de Brumadinho, em 25 de janeiro de 2019, considerado um dos maiores crimes socioambientais do país⁶⁹. A *Mídia NINJA* foi uma das primeiras a chegar nos locais atingidos para fazer a cobertura, realizou reportagens, entrevistas exclusivas, ensaios fotográficos – mas, mais do que isso, se envolveu com a causa, ultrapassando o fornecimento de informações.

A cobertura foi nomeada de “Missão NINJA em Brumadinho” e adotou uma linguagem que utilizou *hashtags* como #BrumadinhoPedeSocorro e #BrumadinhoChegaDeImpunidade. As publicações traziam apelos emocionais e claramente engajados, fazendo recurso da função fática da linguagem como no exemplo a seguir (Figura 13): “Olhe bem para essas imagens. Repare quantas famílias, árvores, quantas casas e animais tiveram suas vidas devastadas pelo rompimento de uma barragem da criminosa Vale [...]. Até quando o lucro vale mais que a vida e o meio ambiente?”.

⁶⁹ Até o momento dessa pesquisa, em novembro de 2019, contava-se 253 pessoas mortas e 17 desaparecidas.



Figura 13: *Mídia NINJA*, sobre rompimento da Barragem de Brumadinho.
Fonte: MÍDIA NINJA. 29 jan. 2019.

A *Mídia NINJA* também criou a iniciativa “Cinema ao Vivo”, que recebeu documentários produzidos por ativistas e movimentos sociais tratando de discussões relativas a empresas mineradoras. A exibição acontecia nas mídias sociais da *NINJA*. Na publicação a seguir (Figura 14) eles divulgam o filme “Enquanto o trem não passa: a mineração no Brasil”, produzido pela própria *NINJA*, ainda em 2013, em três estados impactados pela atividade de mineração: Maranhão, Pará e Minas Gerais.⁷⁰

⁷⁰ O curta-documentário tem 17 minutos e 23 segundos de duração e está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oypO4NNOqMU>. Acesso em 31 out 2019.

É diretor ou produtor e quer exibir seu filme no #CinemaAoVivo? Mande email para gente midianinja@gmail.com.



Figura 14: divulgação do “Cinema ao Vivo”. **Fonte:** MÍDIA NINJA. 27 jan. 2019.

Outro grande momento de mobilização e discurso midiativista se deu por conta das manifestações contra os cortes nas universidades públicas e institutos federais de educação, anunciado pelo Ministério da Educação do governo Bolsonaro, em maio de 2019. Nos protestos ocorridos dias 15 e 30 de maio (15M e 30M), a *Mídia NINJA* assumiu papel protagonista junto a movimentos estudantis, de docentes, servidores e sindicatos de universidades e institutos. Os ninjas não se limitaram a comunicar o que acontecia, mas ajudaram a organizar o próprio movimento: percorreram cidades, fizeram reuniões em praças, universidades e institutos de educação (Figura 15) e estimularam a participar da cobertura colaborativa. O alto envolvimento pressupõe emoção.



Figura 15: Oliver Kornblihtt com estudantes de jornalismo da UnB, dia 12 de maio de 2019, três dias antes da manifestação #15M. **Fonte:** Pesquisa direta, maio 2019.

Foi criada a subplataforma “Estudantes NINJAS” para atrair estudantes, estimular novos colaboradores e concentrar as publicações sobre os protestos. Com convocatória online, mais de três mil pessoas se cadastraram para fazer cobertura colaborativa do 15M e mais de 500 enviaram imagens e informações de mais de 200 cidades brasileiras.

A *Mídia NINJA* publicou uma galeria de imagens desse dia de protestos (Figura 16). Usou expressões grandiloquentes como “a revolução dos estudantes e professores”, “#15M inundou as ruas do Brasil inteiro”, “levante histórico da educação”.



Figura 16: Galeria de imagens do #15M. **Fonte:** MÍDIA NINJA. 19 maio 2019.

Para a manifestação 30M, os ninjas promoveram “oficina de técnicas e dicas de fotografia em atos e manifestações”, ministrada online ao vivo (Figura 17). Eles tiraram dúvidas, instruíram sobre equipamentos e forneceram orientações práticas.



Figura 17: Oficina online de fotografia em manifestações. **Fonte:** MÍDIA NINJA. 29 maio 2019.

Essa postura assumidamente militante difere da mídia convencional. Mesmo quando, hoje, grande parte do meio acadêmico concorda que a notícia é uma construção da realidade, persiste no meio profissional (DEUZE, 2005) e particularmente junto à mídia empresarial um discurso de defesa da imparcialidade como garantia da qualidade jornalística e da correção no trabalho do ponto de vista da deontologia profissional. Assim, a defesa da *Mídia NINJA* de que o jornalismo não deve ser neutro e nem é incompatível com o ativismo, não é uma posição pacífica e atrai críticas.

Além da narrativa alternativa para os acontecimentos, deixando clara sua postura engajada - e até em consonância com isso -, os coletivos também põem em circulação uma outra narrativa: esta sobre os meios de comunicação consagrados, em oposição a estes (ver capítulo VI). Essa postura está relacionada ao caráter reativo que terminam assumindo por estarem ligados a grupos insatisfeitos e/ou que não se consideram representados de forma justa pelo jornalismo *mainstream*.

A oposição aos veículos estabelecidos também não deixa de ser uma estratégia de disputa simbólica de poder e legitimidade. Ao se considerar capaz de rivalizar com os veículos consagrados, a *Mídia NINJA* se coloca a altura destes.

5.1.4. Casas coletivas e caixa coletivo

Dois diferenciais seguem exclusivos da *Mídia NINJA* entre as iniciativas do campo da comunicação: a adoção de casas coletivas para trabalhar e viver e de caixa coletivo para as despesas. Essa formatação encontra pares em outros tipos de comunidade e já era experimentada pelo FdE, constituindo-se mais que tão somente uma estratégia econômica, mas também uma escolha por um modelo. As casas e o caixa coletivo, inevitavelmente, contribuem com a propagação de diferentes emoções que vão atravessar essa proposta.

Há quatro casas coletivas do FdE/*Mídia NINJA* (no momento desta pesquisa), nenhuma própria, localizadas em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Belo Horizonte. Elas abrigam os cerca de 50 colaboradores fixos, constantemente transitando entre as casas. Segundo Foletto (2017) a mobilidade dos integrantes entre as casas e diferentes cidades se deve ao tipo de estrutura flexível que adotam, com relação informal de trabalho, criada à margem de contratos regulamentados pela legislação. Em 2012, o número de casas do FdE era de cinco, saltando para 18 em 2013, quando é criada a *Mídia NINJA*. Depois essa quantidade de casas vai variando ao longo do tempo.

Há também casas “por temporada”, abertas para funcionar por pouco tempo, cumprindo mais a função de chamar a atenção para algumas pautas e/ou aproveitar oportunidades. Em janeiro de 2019, abriram a Casa *Mídia NINJA* Bahia, que funcionou no período de férias até o carnaval. Em julho de 2019, inauguram a primeira casa coletiva internacional, em Lisboa, Portugal. Nessas casas realizam eventos, promovem oficinas e produzem entrevistas transmitidas ao vivo via mídias sociais da *NINJA*.⁷¹

Parte dos cerca de 50 colaboradores fixos estão na origem da *Mídia NINJA* e continuaram a fazer parte dessa espécie de comunicação militante e vida em comunidade, mesmo que o modelo tenda à rotatividade. As casas coletivas funcionam ao mesmo tempo como espaço de redação e residência (permanente ou temporária) para grupos de

⁷¹ Em Lisboa, por exemplo, tiveram entrevistas com Caetano Veloso; com Petra Costa, diretora do documentário *Democracia em Vertigem*; e com o ex-deputado federal Jean Wyllys (PSOL), que tendo sido reeleito, renunciou ao mandato e se auto-exilou na Europa, desde o início do governo Bolsonaro.

participantes em tempo integral. Nessas casas coletivas, os moradores trabalham na cobertura da comunicação e na manutenção da própria casa, compartilhando responsabilidades. Clayton Nobre admite que morar em casas coletivas, na verdade, é um processo exigente.

Casa é muito difícil, de fato. A casa é uma etapa muito mais avançada. Quando você consegue pegar seu coletivo e montar uma casa e ir todo mundo morar junto, é porque você avançou várias etapas dentro da rede. Muita gente fez isso, mas não conseguiu sustentar. A gente fala muito: as casas têm um tempo de duração de mais ou menos seis meses, aí elas continuam ou não. Quando alguém fala pra gente: nós montamos uma casa, todo mundo alegre; a gente fala entre nós: vamos ver se daqui a seis meses eles vão tá nessa *vibe* aí. (Clayton Nobre, 14 de novembro de 2018).

Isis Juvêncio concorda que a vivência coletiva é um dos maiores desafios que eles empreendem. E justifica:

A diferença da gente pros outros veículos e outras pessoas é essa vida coletiva, porque a gente tá sempre junto. Você viu? Eu perguntei ao Oliver: você já comprou água? Então a gente se preocupa com a cobertura e com as coisas de casa, que não pode deixar faltar. Então o maior exercício talvez seja você conseguir levar isso com leveza. (Isis Juvêncio, 15 de novembro de 2018)

Perguntado se, na seleção que define se o participante pode morar na casa coletiva, o critério técnico (o que a pessoa sabe fazer em comunicação), é decisivo, Clayton diz que isso importa, mas interessa também saber como a pessoa consegue conviver coletivamente.

A gente faz entrevistas e elas funcionam pra gente sacar isso, que é muito subjetivo: como a pessoa poderia lidar numa convivência com outras numa casa? A gente faz perguntas tentando entender o perfil, porque tem gente que não conseguiria se adaptar conosco. É muito necessário que essa pessoa tenha um pouco de abertura pra convivência coletiva. (Clayton Nobre, 14 de novembro de 2018).

A vida comunitária da *Mídia NINJA* inclui desde partilhar roupas a trabalhar juntos para criar os filhos que moram nestes espaços. Em janeiro de 2020 eram cinco crianças, entre dois a seis anos. As decisões sobre modo de educar, escola, em que casa morar, são tomadas em comum acordo, tentando seguir um formato horizontalizado de decisão, ainda que as resoluções sempre possam ter influência de quem tem mais ascendência sobre o grupo, o chamado lastro.

Isis Juvêncio é mãe de duas das crianças criadas coletivamente - uma, no momento da pesquisa, morando com ela na casa coletiva de Brasília, e outra que, por

decisão acordada no grupo, foi encaminhada para a casa coletiva do Rio de Janeiro. Isis dá a dimensão da quantidade de negociações que devem fazer para a vida coletiva fluir:

Tudo é negociado: pode fumar na sala ou não? A fumaça irrita outras pessoas? Ouvir música alta atrapalha? Você vai ter filho ou não? Como vai criar as crianças? Precisa de uma casa maior? Quanto que isso vai causar de impacto na nossa grana, no nosso dia a dia? Como a gente vai conseguir se organizar pra todo mundo fazer tudo que precisa e as crianças ficarem bem cuidadas? Alguém vai pagar pensão? Se a mãe saiu do coletivo e levou a filha, a gente vai pagar pensão? A menina vai ficar com a gente? [...] E como você vai balancear isso tudo? A gente vai conseguir equilibrar isso negociando: tem um dia que eu vou ficar o dia inteiro acompanhando cobertura, mas outro eu vou fazer o almoço. Você cria novos métodos pra fazer coisas e é sempre em conjunto. O modo de criar as crianças, por exemplo, cada um foi trazendo os acúmulos que tinha, juntou com coisas que a gente pesquisou, mais coisas que tá vendo e a gente vai criando o método de cuidar das crianças juntos, são pactos com todo mundo. (Isis Juvêncio, 15 de novembro de 2018).

Dríade Aguiar tenta enxergar com leveza o espírito flexível que um morador de casa coletiva necessariamente precisa ter.

O nome NINJA veio também dessa piada: a gente é um movimento social da comunicação que ajuda na mobilização, na organização, no que preciso for [...] A gente faz isso tudo e ainda tira foto! (risos) Isso é coisa de gente ninja! (Dríade Aguiar, 13 de maio de 2019).

A manutenção das casas coletivas, com seus integrantes, as despesas da vida cotidiana e aquisição de equipamentos de trabalho são asseguradas pelo caixa coletivo, abastecido pelas diferentes formas de financiamento que adotam (como visto na seção 1.3. Formas de financiamento).

As casas não têm luxo e alguns móveis são antigos, doados por amigos ou familiares. Mas são espaços para uma vida com certos confortos - a casa de Brasília, por exemplo, tem piscina - e, dentro do que os ninjas acreditam e estabelecem, são espaços para uma vida e trabalho mais livre.

Fred Maia, jornalista que ajudou a construir a casa coletiva de Belo Horizonte e hoje vive em Portugal, diz adorar o formato de vida em comunidades, mas considera natural que nem todos se adaptem.

Não é que nas casas seja um sufoco. Pelo contrário. As casas vivem com pouco dinheiro, mas são muito bem estruturadas, tudo é muito planejado, construído com muito zelo, tudo é apontado. As contas são todas abertas, o caixa é coletivo. Agora, muita gente vai lá, convive, aprende, gosta, curte, mas, a partir de um certo momento, quer ter uma vida de uma forma mais tradicional, digamos mais “normal” para os padrões da sociedade capitalista, quer comprar seu carro, ter seu

apartamento, seu quarto, sua cama. Não quer ficar dividindo o mesmo quarto com outras pessoas. É normal, é natural [...]. É difícil conviver com o outro, estar aberto ao outro, abrir mão de certos privilégios pra viver coletivamente [...] Com família tradicional, a gente sabe como as vezes é difícil passar o natal, ano novo, dia de domingo. Ué, e como não vai ser difícil conviver com pessoas que você nunca viu, que vêm de lugares distantes? Não é fácil, mas é muito gratificante (Fred Maia, 18 de fevereiro de 2019).

Cada casa tem um caixa próprio e um sistema de prestação de contas e de busca de transparência que deve ser seguido pelos que fazem uso dos recursos. Em cada compra realizada, o integrante deve pedir nota fiscal, que é apresentada ao caixa coletivo. Uma casa pode contribuir com outra e há projetos em que os recursos são distribuídos entre todas as casas. Mesmo com a busca de manter transparência nas receitas e despesas, esses pontos sempre podem se tornar fontes de conflito e cristalizar rivalidades e disputas em um grupo, sendo um dos motivos que leva a desgastes e rompimentos em formações coletivas.

Clayton explica sobre o caixa coletivo, o papel que ele tem para o que realizam e traduz o não pagamento de salário, exemplificando com a quantidade de pessoas que têm na casa coletiva de Brasília:

O caixa coletivo é o nosso financiamento. Hoje, em Brasília, somos seis pessoas adultas fixas. Se a gente fosse falar que precisava de um salário de dois mil reais pra cada, a gente precisaria levantar uns doze mil reais por mês, só pra casa de Brasília. Tem meses que a gente consegue, tem meses que não. A maioria dos meses a gente não consegue ter doze mil reais em caixa, e pra pagar só salário - porque ainda tem várias outras coisas: contas de luz, água, internet, aluguel – todas as casas são alugadas. Então a primeira coisa que a gente falou foi isso: gente, nossos recursos precisam ser coletivos, porque se forem individuais, essa lógica que a gente tá montando vai se quebrar e a gente não vai conseguir se sustentar e a casa não vai durar. (Clayton Nobre, 14 de novembro de 2018).

Nas entrevistas, inúmeros entrevistados citam a casa coletiva e o caixa coletivo como as duas maiores “tecnologias sociais”⁷² desenvolvidas pelo FdE/*Mídia NINJA*.

Um outro artifício ainda utilizado para diminuir as despesas é o que os ninjas chamam de “xepa” e consiste em, por meio de doações, recolher alimentos em feiras

⁷² “Tecnologia social” é um conceito surgido no século XXI para se referir ao conjunto de técnicas e metodologias que não se definem por modelos prontos, mas que são desenvolvidas e/ou aplicadas na interação com a população e apropriadas por ela, buscando soluções para demandas encontradas por uma comunidade e utilizando conceitos como inclusão social (ITS BRASIL. Caderno de Debate – Tecnologia Social no Brasil. São Paulo: ITS. 2004). Disponível em: <http://itsbrasil.org.br/conheca/tecnologia-social/>. Acesso em: 25 jan. 2020.

populares de venda de hortaliças, geralmente próximas das casas coletivas. Os ninjas aproveitam para tentar estimular laços comunitários com feirantes. Eles também percorrem supermercados e mercadinhos em busca de doação de alimentos que estejam com validade próxima do vencimento.

Todas essas medidas contribuem com a sustentação financeira do coletivo. Mas, mais do que estratégias de viabilidade econômica, se convertem em mecanismos para a criação e recriação de vínculos diversos, com fortes componentes emocionais, que tem influência na adesão e permanência das pessoas no modelo.

Considerações sobre este capítulo

Este capítulo aprofundou o recorte sobre a *Mídia NINJA*, discutindo o formato coletivo e se aproximando do objeto por meio dos seus diferenciais, constituindo-se, assim, num capítulo de pré-análise que se torna importante, uma vez que as características aqui observadas são relevantes para a análise. Pensar nos diferenciais desse objeto nos oferece uma cosmovisão dos ninjas, que passa por observar seus valores, crenças, impressões, sentimentos e concepções de mundo. Somente depois do passo dado neste capítulo podemos avançar com a análise.

Foram elencados diferenciais que são comuns aos formatos coletivos – prática colaborativa, tendência a horizontalidade e narrativa não neutra – e diferenciais exclusivos da *Mídia NINJA* – casas e caixa coletivo. Alguns desses distintivos são mais pacíficos dentro do grupo e até servem de estímulo à coesão, como o reconhecimento de que exercem uma prática parcial. Outros sempre podem ser motivo de tensões e conflitos como o modelo colaborativo e a horizontalidade, mesmo quando parte desses conflitos tendam a ficar recalçados nas relações.

A prática colaborativa, por ser uma solicitação voluntária e sem a exigência de remuneração formal, permite que muitos coletivos proliferem, mesmo sem grandes recursos. A ausência de contratos e pagamentos formais, por outro lado, leva a questionamentos como sobre a precarização do trabalho dos comunicadores. Também conduz a observar que os engajados nesses modelos usufruem de outras contrapartidas que são recompensas nem sempre diretamente material, podendo sentirem-se gratificados pelo modelo de atividade que desenvolvem, o tipo de vida *outsider* que experimentam, as relações que estabelecem em grupo, o modo como são vistos ou acreditam que são vistos, o pretígio que alcançam.

O modelo colaborativo não deixa de ser conflituoso. Mesmo os formatos cooperativos, de onde os coletivos herdaram ideias de união voluntária, direitos e deveres, ação mútua e colaboração, são construções contraditórias, atravessadas por tensões, e sempre correndo o risco de desvirtuamentos.

A horizontalidade de produção e distribuição de informações da nascente *Indymedia* de Seattle serviu de modelo aos coletivos que hoje, no entanto, se constituem em uma experiência de horizontalidade muito menos radical, ainda que sigam muito diversos das mídias hierarquizadas, especialmente nos momentos de coberturas ao vivo e eventos de rua.

Para as relações internas, a horizontalidade muitas vezes pode ser superestimada e, na prática, não se cumprir de um modo idealizado. Ela exige muitas negociações e não está livre de gerar frustrações e se converter em motivo de ruídos entre os participantes do grupo.

Dessa forma, constatamos que a *Mídia NINJA* assume um modelo mais horizontalizado para as práticas de comunicação e um formato que não nega a verticalidade nas relações internas, adotando inclusive um termo - “lastro”- para se referir aos participantes com maior ascendência sobre os demais membros do grupo. O lastro é conquistado pelo tempo dedicado ao coletivo e responsabilidades assumidas. Na *Mídia NINJA* a ascendência de alguns participantes pode mesmo assumir uma liderança de cunho carismático. O lastro também é ponto de disputas e tensões, ainda que seja um modo de organizar o grupo, que, com o tempo, foi adotando dinâmicas onde horizontalidade e verticalidade se alternam e/ou se sobrepõem.

A não neutralidade defendida nas narrativas da *Mídia NINJA* é um diferencial que atua no sentido de ajudar a estabelecer, para o público externo, a distinção entre este coletivo e os meios de comunicação de tipo empresarial, denunciados pela *NINJA* como empresas de comunicação de quem se deve desconfiar.

A parcialidade assumida também assinala o comportamento ativista – aqui, midiativista – que não esconde as causas que defende (“Nossas pautas são nossas causas”, “A *Mídia NINJA* tem lado” – como dito no site da *Mídia NINJA*).

Essa parcialidade está no dia a dia e se revela de forma ainda mais contundente em momentos de coberturas relevantes, como nos exemplos citados, do rompimento da barragem em Brumadinho (com linguagem emotiva: “Criminosa Vale [...]. Até quando o lucro vale mais que a vida e o meio ambiente?”) e no caso da criação da subplataforma Estudantes Ninja (com linguagem grandiloquente: “A revolução dos estudantes e

professores”, “levantamento histórico da educação”). Nessas duas coberturas fica evidente que a não neutralidade e o envolvimento ativista com a causa faz ir além da produção de narrativas e a *Mídia NINJA* desenvolveu ações concretas, se engajando politicamente e até ajudando a organizar o próprio movimento.

Exclusividade entre os coletivos de comunicação continua sendo a adoção de casas coletivas para trabalhar e viver e de caixa coletivo para as despesas. Mais do que possibilidade de racionalizar custos dos participantes, essas ferramentas se tornam terreno para vivenciar emoções diferentes que, por um lado podem garantir companhia e solidariedade, mas que não deixam de ser um processo exigente - reconhecido dessa forma entre os próprios ninjas-, a qual nem todos vão se adaptar (“Casa é muito difícil [...] Quando alguém fala pra gente: nós montamos uma casa, todo mundo alegre; a gente fala: vamos ver se daqui a seis meses eles vão tá nessa *vibe* aí.” - Clayton Nobre). Já os que aderem e permanecem, experimentam das recompensas e gratificações de ordem não-material (“Não é fácil, mas é muito gratificante” - Fred Maia).

O caixa coletivo para as despesas sempre pode ser fonte para rivalidades e tensões no grupo. Discussões relativas a receitas e gastos estão entre as que levam a rompimentos. Os ninjas fixos tentam equacionar essas questões adotando medidas para transparência no caixa coletivo, como a apresentação de nota fiscal, confirmando gastos efetuados. Também buscam negociar, discutindo sobre que despesas são prioridade, por exemplo. Nessas negociações, muitas vezes o lastro pode assumir papel importante e o terreno pode tornar-se novamente permeável a emoções diversas, positivas ou negativas.

Todos esses diferenciais ajudam a definir quem são (ou o que são) os coletivos de comunicação, quem é (ou o que é) a *Mídia NINJA*, que valores emergem nessas configurações, que sentimentos circulam no grupo e se tornam mecanismos para a criação e recriação de vínculos com fortes componentes emocionais, como veremos nos três capítulos a seguir, de análise dos dados e apresentação dos resultados.

Nestes próximos capítulos vamos apresentar três categorias que agrupam emoções diferentes e estarão identificadas nos seguintes termos: a) sentimentos da dualidade “nós” versus “eles”; b) sentimento de esperança; e c) vínculos sociais e afetivos, pressões e constrangimentos.

Essas categorias coexistem e se misturam, mas contribuem com forças distintas para o laço social, por isso, para fins didáticos, as identificamos separadamente. Cada categoria estará em um capítulo e vai corresponder a uma emoção central e a outros afetos que se desdobram ou se ramificam e se enraízam a partir dessa emoção central.

Essas categorias foram construídas a partir da percepção de sentimentos que se repetem com regularidade. Mais do que a serviço de ilustrar categorias, os exemplos que iremos citar mostram que a repetição de certas sensações caracteriza a presença de um tecido emocional (BERNARD, 2017; LE CAM; RUELLAN, 2017) que transcende trajetórias individuais e o próprio objeto e se aloja nessa experiência, sendo parte intrínseca dela, de sua própria existência, constituindo-a, ainda que seja uma dimensão ignorada por grande parte dos estudos.

CAPÍTULO VI. SENTIMENTOS DA DUALIDADE NÓS VERSUS ELES: amamos nós, odiamos eles.

Como sentimentos de amor/ódio, gosto/aversão, operam me aliando a alguns sujeitos/causas e me contrapondo a outros? Como a ideia de fazer parte de um grupo e de me opor a outro permite experimentar emoções?

Neste capítulo vamos investigar a *Mídia NINJA* observando as emoções que emergem da dualidade entre a constituição de alianças (nós: o nosso grupo, o nosso lado) e a identificação de “inimigos” (eles: os do outro grupo, do outro lado). As análises se dirigem para observar as emoções que essas contraposições fazem surgir, o que essas emoções são capazes de provocar no grupo e como elas agem no sentido de estimular adesões e engajamentos.

Ao observar grupos que se identificam ou se repelem por meio do reconhecimento de afinidades em relação às causas defendidas e suas modalidades de engajamento, este capítulo se sustenta também nos estudos dos novos movimentos sociais, arenas que não escapam ao atravessamento de emoções.

6.1. A oposição Nós x Eles

Estudiosos de áreas diversas – psicologia, antropologia, sociologia (McDOUGALL, 1973; FREUD, 1976; ENRIQUEZ, 1999) - argumentaram sobre a natureza do projeto coletivo capaz de unir diferentes: a identificação de um inimigo. Definir a quem se contrapor opera no sentido de produzir coesão em um grupo. Para McDougall (1973), um grupo coeso está sempre colocado em interação – talvez sob a forma de rivalidade – com outros grupos semelhantes dos quais difira em muitos aspectos. Freud (1976) considerou que a conspiração contra um outro poder, suscita sentimento de força comum, favorece a coesão e, mais forte do que isso, preside o nascimento de “irmãos”.

Mais do que produzir coesão, essa rivalidade animada, produz e faz circular diferentes emoções (medo/esperança, alegria/tristeza, amor/ódio), formando uma dinâmica de afetos, que tanto ajuda a definir o opositor, como a encontrar e fortalecer os semelhantes, se exteriorizando numa oposição “nós *versus* eles”, que ajuda a definir quem é seu grupo e contra o que ou quem seu grupo se opõe (DAHLGREN, 2011; LORDON,

2015, SAFATLE, 2016; JASPER, 2016). Essa dinâmica contribui com o engajamento e permanência na ação ao operar no efeito de produzir alianças (encontrar os semelhantes, os “amigos”) e demarcar adversários (contra quem se deve manter engajado para enfrentar).

Ahmed (2017) defende que o encontro com o outro envolve uma leitura do outro como possuidor de certas características que lhe dão significados e valores que me aproximam ou me afastam. Ao alinhar-me com alguns estarei simultaneamente aliando-me contra outros, separando os grupos entre os que podem ser amados ou odiados, de acordo com afinidades e diferenças (AHMED, 2017). Essas leituras sobre os outros e as aproximações e afastamentos decorrentes são fortemente mediados por emoções, são encontros ou desencontros afetivos, que vão criar as fronteiras entre o meu grupo e o outro.

Identificar quem é o meu opositor permite ainda que eu saia de um terreno abstrato e materialize essa oposição, tornando-a tangível e dando aos sentimentos uma intensidade maior, o que faz das emoções forças capazes de produzirem coisas.

Jasper (2016) chama de emoções recíprocas as que os membros de uma organização sentem uns pelos outros: respeito, admiração, amor, e até sentimentos perversos como inveja. E de emoções comuns as que os membros do grupo sentem por pessoas exteriores, contrárias a ideias desse ou interpretadas assim.

Na *Mídia NINJA* é possível verificar uma dinâmica de afetos em diferentes gradações, que vê surgir diversos grupos aos quais eles se opõem ou se alinham, em combinações diversas. Essa contraposição/alinhamento é alimentada por diversas formas e de modo incessante, tornando-se algo permanente, que ajuda a manter o tecido emocional constantemente irrigado.

Discorremos a seguir sobre os diferentes opositores e aliados da *Mídia NINJA*, identificando alguns grupos de “eles” e de “nós” para tentar observar como o jogo nós x eles, mais do que instrumento de união e ação, é uma forma de vivenciar emoções.

6.1.1. Eles, “os canalhas da mídia”

Um “inimigo” facilmente identificado pela *Mídia NINJA* são os veículos de mídia empresarial. Trata-se de uma ação reativa de contraposição já experimentada em outros momentos de mídias alternativas ao longo da história, talvez não com a mesma ênfase e clareza na linguagem empregada neste momento, quando a *Mídia NINJA* expõe o “inimigo” mídia *mainstream* sem constrangimentos em várias ocasiões. Na Imersão

FdE/*Mídia NINJA*, por exemplo, Capilé disse que a ampliação do novo ecossistema da mídia está acontecendo e “os canalhas estão em declínio” (informação verbal)⁷³, referindo-se a setores da mídia *mainstream*.

Identificar os inimigos – eles - depende de reconhecer nestes, características que não são as que nós, o nosso grupo aprova, concorda ou admira. São interpretações afetadas por percepções subjetivas no jogo relacional, marcadamente emocional, e capaz de provocar outras emoções no grupo, como o sentimento de união, importante para fortalecer o grupo e “enfrentar” o inimigo. Esse jogo separa os grupos entre os que podem ser amados ou odiados (AHMED, 2017).

Em várias publicações, a *Mídia NINJA* cita nominalmente veículos de comunicação dos quais desaprova condutas. Ao fazer isso, tanto pode buscar se projetar em uma disputa simbólica com esses veículos, como opera pondo em circulação as emoções de dinâmica nós x eles, buscando identificações e o fortalecimento de alianças. Na publicação que questiona a *Folha de S. Paulo* (Figura 18), a *Mídia NINJA* faz referência à matéria da *Folha* que falou de agressões sofridas por jornalistas nos protestos de cobertura do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff. A matéria da *Folha* se referiu apenas a jornalistas da mídia empresarial e não citou participantes de mídias alternativas. A *Mídia NINJA* reclamou dessa ausência, levantando suspeitas sobre a *Folha* e estimulando coesão entre os alternativos.



Figura 18: *Mídia NINJA*, sobre matéria da *Folha de S. Paulo*.
Fonte: MÍDIA NINJA, 01 set. 2016.

⁷³ Pablo Capilé, na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, na Casa Coletiva de Brasília, em junho de 2017.

No exemplo seguinte (Figura 19) a *Mídia NINJA* se refere a cobertura da *Globo News* sobre depoimento do ex-presidente Lula ao juiz Sérgio Moro, em Curitiba. A *NINJA* exhibe uma imagem de repórter da *Globo News* tendo ao fundo soldados, e contrapõe a essa imagem, o que considera a cena que a televisão quis esconder: populares empunhando bandeiras nas proximidades do local de depoimento. As legendas “Curitiba da Globo” e “Curitiba do resto do Brasil” completam a publicação, fazendo a comparação entre a cobertura “incorreta”, de um veículo do grupo “deles”, e a que poderia ser feita.



Figura 19: *Mídia NINJA*, sobre cobertura da *Globo News*.
Fonte: MÍDIA NINJA, 10 maio 2017.

A *Mídia NINJA* estimula abertamente a percepção da *Rede Globo* como “inimiga”, como na publicação a seguir (Figura 20), em que divulga uma marcha contra a *Rede Globo*, em Belo Horizonte, e afirma: “A *Rede Globo* apoiou a ditadura”.



Figura 20: *Mídia NINJA*, sobre marcha contra a *Rede Globo*.
Fonte: MÍDIA NINJA, 15 abr. 2018.

Quando Marielle Franco, vereadora do Rio de Janeiro (PSOL), foi assassinada, a *Mídia NINJA* reclamou da matéria do *Jornal Nacional*, da *Rede Globo*, e elencou os motivos: a televisão não colocou imagens de Marielle Franco falando, não entrevistou mulheres dos movimentos sociais próximas à Marielle e não disse que a vereadora era contra a intervenção militar no Rio de Janeiro (Figura 21). O título do texto é: “O *Jornal Nacional* escondeu que Marielle Franco era radicalmente contra a Intervenção Militar”.



Figura 21: *Mídia NINJA*, sobre cobertura do *Jornal Nacional*, *TV Globo*.
Fonte: MÍDIA NINJA, 15 mar. 2018

O texto “A distância entre o fato e a notícia” (Figura 22), publicado por *Mídia NINJA* na fase final do julgamento de impeachment de Dilma Rousseff, é outro exemplo que tende a estimular a circulação de emoções contrárias aos veículos empresariais. Sob a alegação de propor uma reflexão sobre a atuação da mídia, afirma-se que os veículos *mainstream* “deturpam não somente a História, mas aniquilam talentos e soterram visões e aspirações da sociedade”. O texto diz que, na distância entre o que se apura e o que se publica há “filtros muitas vezes não republicanos”, e ainda denuncia “um grande jogo de vaidades”, que acomete “tanto parlamentares quanto repórteres presentes às sessões”, que “alimentam e são alimentados por esta narrativa da qual fazem parte”. A publicação é ilustrada por diversas fotografias de jornalistas de veículos da mídia empresarial em coberturas no Congresso Nacional, identificando os nomes dos veículos (*Globo, Band, Record*). Neste exemplo, equipare-se jornalistas de veículos empresariais a parlamentares (eles), colocando essa relação em suspeição, enquanto se sugere uma distância de ambos em relação aos jornalistas de mídia alternativa (nós).



Figura 22: *Mídia NINJA*, sobre cobertura de grandes meios de comunicação no Congresso Nacional. **Fonte:** MÍDIA NINJA, 27 ago. 2016.

Narrativas como essa estabelecem comparações e apontam como eles, os da mídia empresarial, são comprometidos com interesses de outros grupos, dominantes, e diferentes de nós, os independentes. Esse tipo de discurso estimula a circulação de afetos partilhados contrários aos veículos *mainstream*, e de sentimentos recíprocos entre os que formam a mídia independente. Para Enriquez (1999, p.65), “qualquer grupo só pode existir num campo generalizado de guerra. Assim fazendo cria valores novos e consolida os laços de reciprocidade entre seus membros”.

Embora a chamada grande mídia seja o “inimigo” mais facilmente identificado, a força opositora também se manifesta em relação a outros grupos, como os que têm linha político-ideológica contrária ao viés que a *Mídia NINJA* defende.

6.1.2. Eles, os inimigos político-ideológicos

Os opositores político-ideológicos são apontados pela *Mídia NINJA* em tom de denúncia, promovendo emoções que estimulam no coletivo a recusa a “eles”. O campo dos inimigos político-ideológicos não se restringe a partidos políticos em especial, embora seja fácil identificar alguns nessa área, seguramente entre os partidários de ideias à direita, extrema-direita, fortemente neoliberais e/ou conservadoras. Os exemplos são inúmeros. Na manifestação Ocupa Brasília, protesto contra o congelamento por 20 anos no orçamento para educação e saúde, durante o governo do presidente Temer, que foi duramente reprimido pela polícia, a *NINJA* relata o que acontece numa extensa cobertura fotográfica e com relatos que dizem, por exemplo, “a violência vem do Estado Brasileiro” (Figura 23).

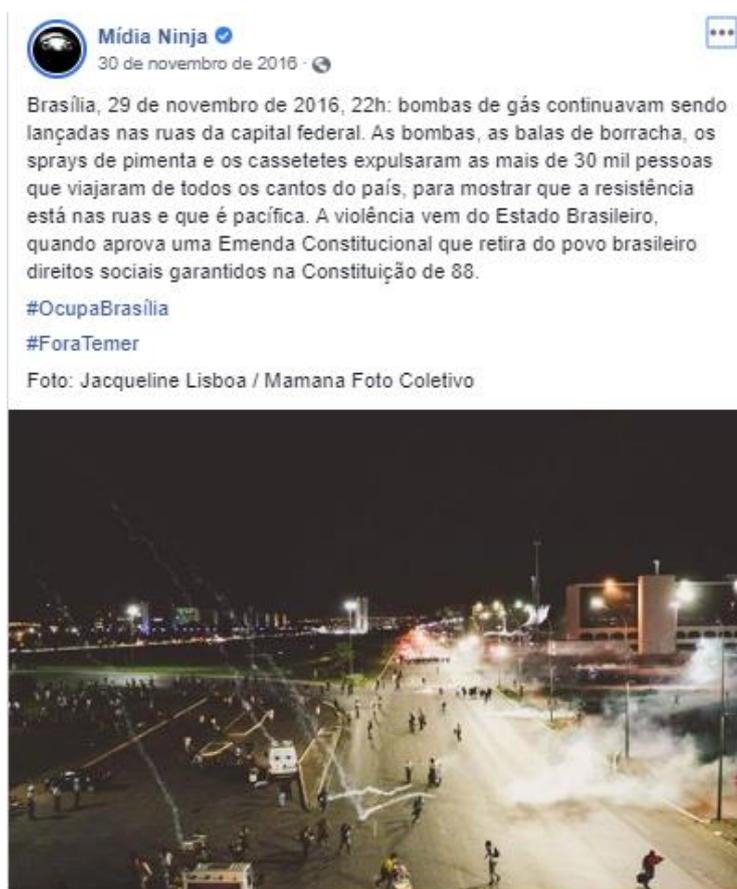


Figura 23: *Mídia NINJA*, cobertura do protesto Ocupa Brasília.
Fonte: MÍDIA NINJA, 30 nov. 2016.

A campanha, eleição e primeiros meses do governo de Jair Bolsonaro na presidência (eleito em outubro de 2018 e empossado em janeiro de 2019), permitiu tornar mais evidentes os “eles” político-ideológicos e a *Mídia NINJA* também citou nominalmente esses opositores. No exemplo seguinte (Figura 24), a *NINJA* cobre manifestações por ocasião de um ano da prisão do ex-presidente Lula, convocadas tanto em sua defesa quanto em defesa da Lava Jato, operação jurídico-policial que o levou à prisão. Em São Paulo, na Avenida Paulista, uma manifestante pró-Lula é cercada por três homens pró-Lava Jato. Na divulgação da foto, a *NINJA* nomeou: “O nome disso é covardia e essas são as ideias que Bolsonaro reproduz”.



Figura 24: *Mídia NINJA*, sobre Manifestante sendo agredida em protesto na avenida Paulista. **Fonte:** MÍDIA NINJA, 07 abr. 2019.⁷⁴

A mídia empresarial, citada na sessão anterior como opositora, pode, no entanto, servir de referência, caso apresente informação que sirva ao pensamento político-

⁷⁴ A fotografia é do fotógrafo Jardiel Carvalho, *freelancer* da *Folhapress*. A mesma imagem foi publicada na *Folha de S. Paulo*. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/atos-em-sp-tem-confusao-com-manifestantes-pro-e-contralula.shtml>. Acesso em: 21 nov. 2019.

ideológico defendido pela *Mídia NINJA*. No exemplo a seguir (Figura 25), a *NINJA* se refere a matéria da *Folha de S. Paulo* para chegar num objetivo principal: denunciar que Damares Alves, Ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos do Governo Bolsonaro, não possuía os títulos acadêmicos que afirmava ter. A publicação é direta: fala em falsidade ideológica e tem como título “Damares mente”.



Figura 25: *Mídia NINJA*, sobre falsa formação acadêmica da Ministra Damares.

Fonte: MÍDIA NINJA, 31 jan. 2019.

A matéria da *Folha de S. Paulo* que serviu de referência para a *Mídia NINJA* usa termos mais suaves, trazendo como título: “Sem diploma, Damares já se apresentou como mestre em educação e direito”.⁷⁵ As palavras mais assertivas adotadas pela *NINJA* para se referir a seus opositores, mais do que compatíveis com a linguagem não neutra e o

⁷⁵ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/01/sem-diploma-damares-ja-se-apresentou-como-mestre-em-educacao-e-direito.shtml>. Acesso em: 21 nov. 2019.

espírito militante que carregam, correspondem a manifestações de um espaço onde as emoções circulam, impregnando a todos e a tudo.

Na identificação do “inimigo” há uma tentativa de projetar os sentimentos de rejeição em direção aos que estão fora do grupo, aos que não são iguais a “nós” e podem nos ameaçar. Para Ahmed (2017), os sentimentos nunca estão somente fora ou dentro de um determinado grupo, mas por todos os lados, uma vez que circulam.

Identificar quem é o seu contrário promove harmonia dentro do grupo ao transferir as atenções a um elemento externo, escolhido por suas ações ou modo de se comportar considerados estranhos ao grupo, permitindo até mesmo exagerar suas características negativas na busca de exacerbar emoções (KOURY, 2018).

6.1.3. Nós, as mídias independentes

Diferente dos sentimentos nutridos pelas mídias empresariais, são os que se dirigem às mídias independentes, por quem se busca estimular solidariedade. A *Mídia NINJA* compartilha conteúdos de meios alternativos com os quais se identifica, tidos como grupos semelhantes (nós), promovendo um espírito de camaradagem e lealdade.

Raíssa Galvão explica como, no ecossistema de mídias, a *NINJA* enxerga as experiências alternativas de viés progressistas que se assemelham ao que fazem.

É uma lógica muito diferente da mídia tradicional. A gente não vê como concorrente, a gente vê como parceiros que vão tá se relacionando. A gente posta na nossa rede não só nosso conteúdo, mas de todo o campo progressista. A gente dá *link*, dá repercussão e cuida de todos os outros veículos. A gente diz que teve a distribuição de renda e agora estamos fazendo a distribuição de *likes* (risos), pra também dar visibilidade as outras iniciativas (Raíssa Galvão, 14 de maio de 2019).

Exemplificando o que é dito por Raíssa, a seguir, temos dois exemplos em que a *Mídia NINJA* compartilhou conteúdos do *Jornalistas Livres*: no protesto Ocupa Brasília, de onde a *NINJA* tinha muitas fotos próprias, o que sugere que o compartilhamento ocorre menos por necessidade e mais para estimular o clima de camaradagem que ajuda a formar o “nós” (Figuras 26), e um vídeo que mostra o ataque ao acampamento em favor de Lula, em Curitiba (Figura 27).



Figura 26: *Mídia NINJA* compartilha conteúdo do *Jornalistas Livres* em manifestação em Brasília. **Fonte:** MÍDIA NINJA, 30 nov. 2016.



Figura 27: *Mídia NINJA* compartilha vídeo do *Jornalistas Livres* sobre acampamento Lula Livre em Curitiba. **Fonte:** MÍDIA NINJA, 10 maio 2017.

O reconhecimento do “nós”, os semelhantes, vai além desse tipo de compartilhamento e chega a projetos e coberturas desenvolvidos em conjunto entre os arranjos alternativos. Mais do que parecidos, eles se identificam como parceiros, dão abertura ao processo de “nascimento de irmãos” (FREUD, 1976).

Quando, no segundo semestre de 2017, o ex-presidente Lula fez caravanas percorrendo o Brasil, veículos independentes se organizaram para uma cobertura em conjunto. No exemplo a seguir (Figura 28), a *Mídia NINJA* se reporta a uma entrevista coletiva concedida por Lula a estes veículos. É possível identificar a utilização do recurso nós x eles, desde o título da publicação: “A gente sobrevive sem eles” – uma frase dita por Lula. O “eles” se refere aos veículos de mídia empresarial, que não noticiaram a caravana. O texto da publicação segue afirmando: “Com a grande imprensa vendida e silenciosa, batemos um papo com o ex-presidente Lula”. E finaliza: “A cobertura da caravana Lula pelo Brasil é feita de forma colaborativa entre *Mídia NINJA*, *Brasil de Fato* e *Jornalistas Livres*”.

Esse tipo de atuação alimenta o sentimento de pertencimento, importante na produção de um “nós”, que estabelece uma identidade coletiva, fortemente cimentada na emoção.



Figura 28: Jornalistas de mídia alternativa entrevistam Lula dentro do ônibus da Caravana Lula pelo Brasil. **Fonte:** MÍDIA NINJA, 03 set. 2017.

Para Koury (2004, 2005, 2006), o reconhecimento do “nós”, por exigir necessariamente um “eles” a quem se contrapor, será sempre um processo com base na

cultura emotiva, evocando sentimentos de pertença, confiança, medos, lealdade e outros sentimentos, que fortalecem a coesão e ajudam a manter engajamento.

6.1.4. Nós, os movimentos sociais

A *Mídia NINJA* reconhece afinidades e parcerias não só em relação a outras iniciativas de comunicação, como demonstrado, mas também a outros grupos, como movimentos sociais de defesa dos direitos humanos, o que permite a ideia de um “nós” ampliado. Alguns movimentos sociais recebem atenção especial na cobertura de suas atividades, em sintonia com a comunicação engajada da *NINJA*. Isis Juvêncio diz que em grandes veículos o natural é que representantes de movimentos sociais como MTST, MST e indígenas, nem sejam escutados.

Essas pessoas não vão conseguir falar com o editor da *Folha*, não vão ser nem ouvidas [...] A gente vai poder ouvir essas pessoas, e conseguir colocar o MTST, os indígenas [...], vai tá dentro de um acampamento indígena, de um acampamento Sem Terra, conseguir desmistificar algumas coisas - esse é o tipo de vivência que a gente se proporciona e outros lugares não proporcionam para seus repórteres e pras pessoas que trabalham nesses veículos [...]. Por exemplo, o MTST é uma fonte, porque a gente cobre bastante coisa deles, e a gente estabeleceu um nível de parceria que não é o mesmo que a *Globo* tem, e eles também são fonte pra *Globo*. Essa proximidade que a gente tem, faz com que a gente vivencie aquilo com uma intensidade que outros veículos não têm (Isis Juvêncio, 15 de novembro de 2018).

Na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, Capilé falou que, ao ir a um acampamento do MTST, a *Mídia NINJA* não vai apenas fazer cobertura jornalística, mas vai “se juntar, cozinhar, dormir” (informação verbal).⁷⁶ Ele ainda completou, evidenciando a proximidade que a *Mídia NINJA* tem com os movimentos sociais e o quanto essa condição é exclusiva: “Temos trânsito dentro dos movimentos sociais como poucos têm. Fomos ao acampamento Terra Livre (de indígenas, em Brasília) não pra fazer cobertura, mas fazendo uma construção política que se dá principalmente pelo afeto” (informação verbal).⁷⁷

Essa proximidade com o “nós” das fontes escolhidas se reverte em um caráter de cunho emocional que tende a fortalecer alianças. A *Mídia NINJA* já treinou grupos indígenas no uso de TICs e os ajudou a montar uma comunicação com uso de mídias sociais chamada *Mídia Índia*, com produção de conteúdo por indígenas.

⁷⁶ Pablo Capilé, na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, na casa coletiva de Brasília, em junho de 2017.

⁷⁷ Pablo Capilé, na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, na casa coletiva de Brasília, em junho de 2017.

Em participação na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, como convidada, representando a APIB – Articulação dos Povos Indígenas do Brasil, Sônia Guajajara, disse: “Conseguimos ter uma afinidade tão grande com vocês (FdE/*Mídia NINJA*) porque a coletividade é um dos nossos princípios” (informação verbal).⁷⁸

Guajajara reclamou que, mesmo tendo mais de 300 povos, somando quase um milhão de indivíduos e falando mais de 200 línguas, os povos indígenas são uma realidade desconhecida e invisibilizada pela mídia brasileira, sendo desprezada enquanto fonte, ao passo em que encontram espaço na *Mídia NINJA* e atores semelhantes: “Sempre fomos protagonistas, mas nunca tínhamos sido fontes” (informação verbal).⁷⁹

6.1.5. Nós, os ninjas

O que define quem somos? Wright (2019, p. 160) diz que a resposta a essa pergunta é dual: “qualquer definição sobre quem eu sou também é definida por outros que sejam parecidos comigo”.

O sentimento de aliança é constantemente reproduzido entre os próprios ninjas, nas interações do grupo. Uma publicação de Capilé (Figura 29) ilustra o recurso ao “nós”, os ninjas, por meio dos afetos. Ela traz uma *selfie* de colaboradores em uma casa coletiva e diz: “A nossa *famiglia*! São fora dos eixos! Ninjas de luta! Com eles o céu é o limite!”. O uso do termo *famiglia* (em italiano) remete à ideia de lealdade e coesão. O texto adota um tom afetivo e de exaltação por se reconhecerem em um grupo. A ação coletiva requer confiança e lealdade, valorizando os laços que constroem a ideia de “nós”. Esses sentimentos se evidenciam nesse tipo de publicação.

⁷⁸ Sônia Guajajara, na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, na casa coletiva de Brasília, em junho de 2017.

⁷⁹ Sônia Guajajara, na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, na casa coletiva de Brasília, em junho de 2017.



Figura 29: Pablo Capilé, sobre “família” Ninja. **Fonte:** CAPILÉ, P. 16 mar. 2017.

O sentimento de ser um ninja não fica restrito aos participantes fixos e pode ser estendido aos colaboradores eventuais por meio das formas de participação. Raíssa Galvão comenta:

Qualquer um pode fazer uma foto na sua rua e mandar pra gente e aquela foto, eventualmente, pode ser publicada. Então isso cria uma proximidade muito forte. As pessoas se sentem capazes e provocadas a produzir conteúdo e a narrar suas próprias realidades a partir do momento que elas veem que tem um espaço onde isso pode ser escoado [...]. A menina apresentando notícias toda maquiada igual tá ali (aponta para TV ligada em telejornal nacional) -, aquilo tá mais distante. Então acho que o que a gente permite é uma coisa mais próxima da realidade. É um sentimento de “ali poderia ser eu”, isso aqui eu também faço. (Raíssa Galvão, 14 de maio de 2019).

A estudante de jornalismo Victória Henrique se integrou a *Mídia NINJA* via subplataforma Estudantes Ninjas, criada em 2019. Ela relata experimentar, junto aos ninjas, sensações diferentes quando compara com seu grupo de amigos estudantes universitários da Universidade Federal Fluminense (UFF). Estes últimos, segundo ela, seriam mais céticos e dificilmente topariam prontamente criar algo em comunicação e pôr a ideia em prática, mesmo com recursos possibilitados pelas TICs. Já, entre os ninjas, diz que rapidamente discutiram, criaram e puseram no ar um programa de TV para debater educação e mudanças anunciadas pelo governo federal. O programa está sendo veiculado no Youtube e é apresentado por Victória. A estudante, recém integrada ao coletivo, comenta as sensações que experimenta, ainda tentando compreendê-lo:

A sensação que eu tenho é maravilhosa, é de que eu tô cumprindo uma responsabilidade social que o jornalista tem que ter [...] Saber que, de alguma forma, eu tô colaborando pra que isso aconteça é muito gratificante, porque vai ao encontro de tudo aquilo que acredito no jornalismo, e eles nem são uma grande empresa – eu nem sei se eles se consideram uma empresa, eu também não sei muito bem a definição. São pessoas jovens fazendo grandes coisas [...]. Eu brinco que nós somos ninjas mesmo, porque quando a gente olha quem tá por trás de toda essa produção, vê que são pessoas - entre aspas – normais [...]. Quando eu entrei, o que mais me chocou foi ver que são pessoas jovens, que moram todas juntas, e que têm crianças, e tem todo um estereótipo de que podia ser uma desorganização imensa e, muito pelo contrário, eles são extremamente organizados, e fazem trabalhos incríveis e, quando você olha, não imagina que vá sair algo tão bem elaborado. Isso me chocou! Isso é uma visão minha, bem particular, que eu tô trazendo pra você. Quando eu olhei, falei: caraca! O que que tá acontecendo aqui?! (Victória Henrique, 19 de julho de 2019).

A surpresa e o contentamento expressos pela estudante se relacionam ao sentimento de autonomia experimentado e a possibilidade de sentir-se integrada ao “nós” realizador da *Mídia NINJA*.

O sentimento de que constituem um grupo especial é partilhado pelos ninjas, como fica explicitado na fala de Clayton Nobre:

A gente tá falando de uma disputa narrativa que é também uma disputa simbólica, uma disputa de um mundo que seja mais justo, onde as pessoas consigam conviver de uma forma mais harmônica, enfim: ajudar a construir esse outro mundo. Se você perguntar as pessoas da *Mídia NINJA*, pelo menos as 50 que trabalham fixamente, os objetivos pessoais são muito ligados aos objetivos coletivos. Ninguém nunca diz: “ah, o **meu** objetivo na *Mídia NINJA* é...”, a não ser que seja uma pessoa iniciante dentro do processo. O iniciante vai falar: **eu** tô na *Mídia NINJA* porque pra **mim**, **eu** quero... é muito **eu, eu, eu**, e as pessoas que estão há mais tempo têm uma missão que é coletiva (Clayton Nobre, 14 de Novembro de 2018, grifo nosso).

Esse modo de se enxergarem, com valores morais distintos dos outros, também contribui para uni-los, fornecendo a sensação de que fazem parte de um grupo de eleitos e gerando um benefício afetivo concreto: o sentimento de “juntar-se ao grupo dos iniciados e, assim, distinguir-se da massa profana” (LORDON, 2015, p. 30). Para Lordon, esse sentimento de eleição pode ser identificado nos mais diversos grupos, desde os compostos por cientistas – segmento que ele estuda - até grupos religiosos, comunitários, de movimentos sociais etc. Para esse estudioso, é possível reconhecer nos grupos um

engajamento que ocorre bem mais por impulsos afetivos de eleição distintiva do que pela adesão racional a propriedades funcionais.

Berger (1972) usa o termo grupo de referência para se referir a uma coletividade cujas opiniões, convicções e rumos de ação são decisivos para a ação individual. Em grande medida, o grupo de referência tem o poder de orientar as visões e ações das pessoas imersas naquele grupo, conferindo uma maneira subjetiva de ver o mundo por meio das experiências vividas e fornecendo um modelo, compartilhado pelo grupo, para se comparar com outros. O estabelecimento e fornecimento desse modelo está mediado por emoções.

Mesmo compartilhando um modelo, uma visão de mundo e podendo sentir-se entre os eleitos, dentro de um grupo pode haver diferenças de hierarquias, conferidas pelo tempo ou tipo de participação, como o conceito de lastro na *Mídia NINJA*. Essas hierarquias geram diferentes estatutos entre os participantes que podem dar espaço a emoções contraditórias e ambivalentes. O grupo pode encontrar um jeito de trabalhar com essas tensões ou, grande parte das vezes, elas podem ser dissimuladas (KOURY, 2018). Se as tensões se exacerbarem dentro de um grupo, podem ter o poder de provocar fraturas no “nós”, com participantes perdendo o interesse pelo grupo e até abandonando-o.

Uma maneira que os grupos encontram para lidar com as diferenças internas é procurando salientar que a comunidade - como um movimento social-, se dirige a causas maiores, como Clayton lembra ao falar em “construir um mundo mais justo” e em “uma missão coletiva”, que está, pois, acima de individualidades.

Encontrando um modo de lidar, dissimulando ou rompendo com o “nós”, em grupos coesos como a *Mídia NINJA*, a individualidade é colocada em tensão. Isso favorece o surgimento de emoções diversas que podem tanto afastar alguém do grupo ou uni-los ainda mais.

Considerações conclusivas: O que a dualidade nós x eles faz sentir e faz fazer?

Diferentes emoções circulam em um grupo e na relação deste grupo com outros, fazendo emergir afinidades e rejeições que vão ajudar a definir quem é o grupo, quem são seus aliados, a quem e a que esse grupo se opõe. Essas forças se configuram numa oposição nós *versus* eles, que na *Mídia NINJA* se desdobra em várias formas, importantes tanto para a coesão do grupo como para a produção e circulação de emoções que vão

ajudar a manifestar a identidade do grupo, a conquistar adesões e a fortalecer permanências.

A importância de identificar o(s) inimigo(s) comum do grupo é que, assim, materializa-se a relação de oposição, o que permite o fortalecimento de uma coesão interna, o estabelecimento de alianças com semelhantes e o estímulo às disposições para agir. Todo esse processo é que permite aflorar e fazer circular as emoções diversas que vão retroalimentar tanto a repulsa aos grupos contrários como o pertencimento ao grupo.

Ahmed (2017) defende que o encontro com um outro envolve uma leitura desse outro como possuidor de certas características que dão a este significados e valores que me aproximam ou me afastam. Para a autora, estar sintonizado com outra pessoa não é só compartilhar emoções (boas ou más, animadas ou desanimadas), é também compartilhar inclinações e afinidades. Por outro lado, implica, de maneira simultânea, em não estar sintonizado com outros, com aqueles que não compartilham nossas inclinações. “Eu os amo ou os odeio porque são como eu, ou não são como eu” (AHMED, 2017, p. 92). Esse movimento de separar os corpos – e os grupos - entre os que podem ser amados ou odiados, é um trabalho mediado pela emoção.

Quando se forma um “nós x eles” se estabelecem emoções que engajam atores e movem esses atores junto ao grupo ao qual se acham ligados, criando uma comunidade afetiva onde se torna possível uma nova forma de existência social, onde se criam não apenas afastamentos e aproximações, mas relações onde se estabelecem dependências (AHMED, 2017; KOURY, 2006, 2018).

Seguindo esse raciocínio, os ninjas dependem tanto dos companheiros e dos grupos semelhantes com os quais se associam – para se ajudarem, confirmarem um modelo, partilharem sentimentos de admiração e companheirismo -, como criam relações de dependência em relação aos grupos oponentes - uma vez que manter os inimigos fortalece a união do grupo e contribui na circulação de emoções. Assim, para o engajamento e a circulação de emoções na *NINJA* é importante tanto identificar e manter seus aliados, como identificar e manter seus inimigos. Exteriorizar as pulsões agressivas contra os de fora é também uma proteção ao próprio grupo, pois, segundo Enriquez (1999), se o inimigo externo desaparecer, a violência, sempre presente, vai buscar um novo lugar de expressão, e só pode encontrá-lo no interior do próprio grupo.

O inimigo externo identificado é ainda a porta de entrada que possibilita viver emoções de modo incessante, pois o inimigo permanece lá, sendo constantemente lembrado, em toda a sua vilania, pelo grupo que se uniu. Nas relações de dor e união,

autores apontam o que chamam de uma “cultura da ferida” (BROWN, 1995; BERLANT, 2000), que fetichiza a ferida e é como se não a deixasse curar, para que ela continue mobilizando.

Na *Mídia NINJA* as combinações nós x eles são como feridas que propositalmente não cicatrizam, voltando a ser permanentemente machucadas, permitindo a irrigação constante do tecido emocional. Assim, estão sempre retornando as narrativas que definem “eles, os canalhas da mídia *mainstream*”, “eles, os inimigos político-ideológicos”, “eles, os mal-intencionados”. E, ao contrário disso, “nós, os da mídia independente”, “nós, os amigos dos movimentos sociais”, “nós, os que lutamos por um mundo mais justo”. Essas narrativas, que defendem que é justo estar a favor de e é necessário estar contra a, são combinações essencialmente marcadas por afetos.

Fazer parte de um grupo unido ainda pode proporcionar a sensação de que se faz parte de um grupo dos eleitos. Para Jasper (2016, p.146), ao compartilhar um projeto em comum, os indivíduos experimentam “uma ficção necessária”, sustentada nas afinidades e alimentada na percepção ou crença de participar de algo diferenciado, o que estimula lealdade, por meio do prazer e orgulho de pertencer ao grupo.

O jogo de nós x eles, como avaliado neste capítulo, é uma forma de vivenciar emoções diversas. Incessantemente lutando contra os inimigos, denunciando, e por outro lado, afagando os aliados, a *Mídia NINJA* está vivendo emoções variadas em combinações de amor/ raiva, amizade/aversão, camaradagem/repulsa. Essas emoções transformam-se em combustível para agir e para fortalecer a coesão no grupo. Todas essas sensações, positivas ou não, são enredos emocionais que atuam sobre o engajamento, sendo uma forma de alimentar uma cultura emotiva que circula no grupo.

Esse compartilhar tenso, que produz moralidades e conceitos do que é certo ou errado, que grupos são bons ou não, fundamenta grande parte da socialidade na *Mídia NINJA* e encaminha os ninjas a instituírem para si um local que é social, político, moral e emocional.

CAPÍTULO VII. SENTIMENTOS DE ESPERANÇA

De que maneira o sentimento de esperança pode levar as pessoas a se engajarem? Como a esperança pode aflorar e alinhar sujeitos na busca de realizar algo? Neste capítulo, vamos explorar o papel desse sentimento na conformação de laços que vão integrar e animar as pessoas num objetivo comum.

Começamos a explorar esse sentimento observando que ele aflora, a princípio, como uma defesa ou reação, junto a uma emoção oposta: um sentimento de desencanto com a prática jornalística da mídia convencional.

7.1. Desencanto

O desencanto com o jornalismo de formato empresarial, sensação que circula entre os participantes da *NINJA* fixos e eventuais, está relacionado a falta de sentirem-se representados pelos modelos dominantes das grandes empresas de mídia que, como apontado por Goes (2018), costumam constituir a ideia de jornalismo de referência.

Mais do que a falta de representação experimentada por parte do público, os trabalhadores da comunicação revelam uma insatisfação concreta com o modo com que se veem participando da produção da informação, muitas vezes inseridos em posição em que não gozam de direito de decisão ou de autonomia, não se sentem escutados ou parte importante do processo. Ao contrário, se consideram ignorados no que pensam ou sentem em relação ao que reportam. Essas sensações provocam distanciamentos e uma falta de identificação com o modelo hegemônico da imprensa convencional, resultando, muitas vezes, em sentimentos de rejeição às mídias empresariais e num impulso em buscar outras possibilidades de fazer comunicação.

Entre os participantes da *NINJA*, muitos iniciaram, mas não concluíram o curso de jornalismo nem demonstram empolgação com os chamados veículos de comunicação de referência no mercado. A estudante de jornalismo Bárbara Marreiros conta que, em casa, a família cobra que ela pouco assiste os telejornais da chamada grande mídia. Ela, que participa de coberturas colaborativas para *Mídia NINJA* e *Jornalistas Livres*, diz que não vê motivos para assistir TV e cita como suas referências, além da *NINJA* e *Jornalistas*

Livres, o Brasil de Fato – todos no campo da mídia alternativa. Sobre o sentimento que vê circular entre seus contemporâneos de universidade, ela comenta:

Tem muita gente desacreditada. Eu conheço gente que não continuou o curso, que trancou, porque não vê isso dando certo, não vê o jornalismo assumindo um papel social, e isso é preocupante. Todo mundo que tá na universidade tem uma expectativa, né? Mas muita gente fica perdida no meio do caminho (Bárbara Marreiros, 19 de dezembro de 2018).

Quando se pergunta se desejam trabalhar ou voltar a trabalhar em mídia convencional, a resposta entre os ninjas fixos é unanimemente negativa. Raíssa Galvão abandonou a graduação em Jornalismo pela metade na UFMG e está na *Mídia NINJA* desde a sua fundação, em 2013, já participando antes do Fora do Eixo. Ela acha que o curso universitário continua a ser atrativo no sentido de conectar as pessoas, mas não pensa o mesmo sobre o ambiente de trabalho nas empresas de comunicação.

Dentro dos meios de comunicação com certeza tem um sentimento geral de que tá falindo como tá hoje [...]. A insatisfação pessoal dos profissionais é muito grande, seja pelo sucateamento dos serviços, pela precarização, pela forma e as condições de trabalho que são dadas a esses profissionais, seja pela falta de liberdade editorial, uma orientação ideológica que muitas vezes não condiz com o que os próprios profissionais também acham. Tem um processo aí bem diferente mesmo entre a gente, da *Mídia NINJA*, e os profissionais de mídia convencional (Raíssa Galvão, 14 de maio de 2019).

Fred Maia vai buscar os motivos de desencanto com a grande imprensa como resultado de heranças da década de 1970, período de censura nos veículos de comunicação. Para ele alguns processos persistem na atividade jornalística por meio de uma autocensura, que tende a domesticar comportamentos e a afastar os menos domesticáveis.

Eu sou um cara que veio lá dos anos 70, eu vi as redações dos jornais tomadas pela censura prévia, e eu entendo que a crise do jornalismo no Brasil vem desde o AI-5, desde o momento em que a ditadura entra nas redações dos jornais. Depois os censores saíram, mas a autocensura continuava, e os jornais mantiveram aquele processo instituído nos jornais do Brasil inteiro [...]. O jornalismo é a minha formação, a coisa que eu faço desde muito jovem, foi meu primeiro emprego [...], mas nunca foi a minha primeira opção como profissional. E quando eu trabalhei como jornalista sempre fui da imprensa independente e do jornalismo sindical. (Fred Maia, 18 de fevereiro de 2019).

Para Maia, encontrar a experiência da *Mídia NINJA* já numa idade madura, convivendo com jovens, “foi coroar esses processos da minha vida, aquilo que eu tinha

começado lá atrás e que chegou com muita força” (Fred Maia, 18 de fevereiro de 2019). Ele se recusa a usar o termo “grande mídia” para se referir a imprensa convencional, e argumenta: “Nós também já somos grande mídia” (Fred Maia, entrevista para a pesquisa, 18 fev. 2019).

Oliver Kornblihtt se refere a sua vivência concreta para considerar que pela forma como a imprensa de modelo empresarial está estabelecida ela institui relações que tratam o jornalista como objeto, sem se interessar pelo que ele sente sobre o que está reportando, sobrecarregando-o de pautas, ao tempo em que o aliena sobre seu papel no processo. Essa condição conduz a uma negação de sentimentos, dialogando com ideia do repórter objetivo, tradicionalmente requerido pelo jornalismo convencional. A fala de Oliver é reveladora de desencanto ao se referir a práticas que, longe de serem exceção, são comuns no dia a dia do jornalista de mídia empresarial.

Eu costumava ter três ou quatro pautas por dia. Você tinha que chegar na pauta e sair em 15 minutos com suas fotos prontas. E não tinha nada que conectava você e o que estava acontecendo. Depois de três horas e de ter passado por todas as pautas, você chegava no jornal, não falava com ninguém, sua leitura da realidade não importava, você era quase um objeto. Descarregava tudo e subia pra um editor que você não tinha nem diálogo, e eles postavam as fotos que queriam, com as leituras que queriam. Na maioria das vezes, quando você olhava o que tava publicado e o que tinha acontecido, a distância era gigante [...]. Quando você tá numa empresa tá só sobrevivendo, concorrendo, tentando não ser aplastrado por quem tá do lado, porque é um ambiente muito competitivo, as pessoas ficam se acotovelando [...] As empresas são um mundo horrível (Oliver Kornblihtt, 15 de novembro de 2018).

O fotógrafo saiu direto de grandes veículos para a *Mídia NINJA*, aos 29 anos, quando já morava sozinho há 10 anos, se considerava uma pessoa organizada e tinha planos, como comprar casa, carro, fazer viagens de férias. Ele fala que abandonou esses planos mas não se arrepende, pois a sensação que descobriu e vivencia na *Mídia NINJA*, são recompensadoras. A recompensa, para ele, vem de sentir-se participante ativo no processo e inserido vivamente no que vai relatar, sentimentos opostos do que o incomodava na mídia empresarial.

Na *Mídia NINJA* você participa, você é construtor, tem diálogo [...]. E você tá com tempo – que faz toda a diferença – pra acompanhar uma ocupação de um movimento sem teto desde o primeiro dia. E aí você vai entendendo o que acontece, como acontece, qual a relação com a polícia, com grileiros, com a complexidade de coisas que estão acontecendo. Eu gosto muito disso: de vivenciar as coisas e do nível de compromisso humano muito grande (Oliver Kornblihtt, 15 de novembro de 2018).

A referência a experiências vividas são importantes na constituição tanto do desencanto como na identificação do que se gosta, pois a experiência dá legitimidade aos estados emocionais sentidos e, conseqüentemente, à narrativa sobre essas vivências (AHMED, 2017). Mesmo que as experiências sejam individuais, elas podem resultar num sentimento compartilhado em comum por um grupo, perceptível pela repetição de relatos de experiências parecidas.

Para Ahmed (2017) experiências dolorosas invocam recordações de sensações desagradáveis que se traduzem em atribuições de significados, associando-se à vivência negativa sentimentos de recusa ou aversão. Para a autora, essas experiências podem gerar novos significados ou impressões, pois “as sensações de dor podem reorganizar os corpos” que podem adotar formas diferentes em lugares diferentes (AHMED, 2017, p. 59).

Como as emoções podem se transformar (FREUD, 1976; BERNARD, 2015; SAFATLE, 2016; AHMED, 2017), o desencanto, antes de ser apenas melancólico ou paralisante, pode ser a porta de entrada para envolver os atores na busca de um sentimento que se reverta em um outro, considerado positivo, como a esperança, que tende a impulsionar à ação. Assim, uma emoção a princípio descrita como negativa pode reverter-se em elemento potencializador ou criativo, que abre diferentes formas de se relacionar com o vivido.

A emoção esperança pode ser localizada nos ninjas quando eles se referem ao que fazem com ânimo, revelando uma crença numa potência, numa “promessa” do que são capazes de realizar. Essa esperança muitas vezes beira uma sensação utópica que circula entre os ninjas. Não é raro que termos como utopia, ideal, idealismo, mundo diferente, um outro mundo, mundo novo, apareçam nos relatos dos ninjas sobre o que fazem.

7.2. Esperança utópica

A palavra utopia surge no livro de Thomas Morus (2016) em 1516. Refere-se ao nome de uma nação-cidade-ilha imaginária, um novo lugar-ideal, contando com doses de ironia do autor sobre uma sociedade alternativa e perfeita. A palavra “*u-topia*” foi cunhada por Morus a partir da junção na negação *ouí* (não) à palavra *topos* (lugar), significando o “não lugar”, “o lugar que não existe”, e também podendo ser traduzida por *eutopia*, o lugar da felicidade. Passou a significar “promessa, esperança, simulação antecipadora, horizonte de nossos desejos” (NOVAES, 2016). Muitas vezes é associada

a sonho ou fuga do real, significando, de modo pejorativo, o que não pode ser concretizado, a fantasia irrealizável (DUARTE; 2016).

Alguns autores apontam a desqualificação da utopia ao longo do século XX e um silenciamento em torno do pensamento sobre a utopia. Contribuem para isso dificuldades enfrentadas pelo socialismo e, nas décadas finais do século XX, a ascensão dos modelos mercantis e o domínio da visão científica e técnica em todo o mundo, recusando a utopia como algo que não deve existir, tornando-se uma noção deliberadamente esquecida (SANTOS, 2007, 2011; ABENSOUR, 2016; NOVAES, 2016; DUARTE, 2016).

Porém a palavra e a ideia experimentam um retorno desde as últimas décadas do século XX, em parte pela recusa às realidades experimentadas com os desdobramentos do capitalismo global e ligada ao nascimento de novos sujeitos nas arenas públicas. O retorno da utopia, desta feita, vem liberto do “mito dos amanhãs que cantam”, nas palavras de Cefäi (2005). Ao afirmar isso o autor quer destacar que a reabilitação da utopia deve vir acompanhada de um pensamento crítico.

O sociólogo americano Erik Olin Wright dedicou-se à teorização de alternativas ao capitalismo, que ele denominou de “utopias reais”, como formas de perceber e depositar esperança em outros formatos que podem ser realizados, alternativos aos formatos dominantes. Para ele, no século XXI, as utopias reais, como formas críticas e práticas, estão ligadas ao ativismo e a militância e cita como exemplo as cooperativas de trabalhadores e, mais recentemente, as novas formas de produção colaborativa entre pares que surgiram na era digital. Ele não cita, mas os coletivos de comunicação podem ser considerados exemplos deste tipo.

Wright (2019) defende que atores alternativos e coletivos - que podem ser partidos, sindicatos, associações comunitárias, movimentos sociais e muitos outros – podem erodir as formas dominantes, apresentando novos modelos. “Estratégias não caem do céu; elas são adotadas por pessoas organizadas em partidos, movimentos e organizações. Onde estão os atores coletivos que irão erodir o capitalismo?” (WRIGHT, 2019, p. 91). Dessa forma, esse autor recupera a utopia como uma subjetivação da ideia de que é possível construir uma sociedade melhor.

Savazoni (2014) diz que nunca encontrou no discurso dos ninjas uma aversão ao capitalismo. Levando em conta a proposta de Wright, talvez possamos pensar que eles tentam erodir o capitalismo por meio de suas formas alternativas que vão da moeda ao modo de produção e de vida em comunidade. Essas posturas e as consequentes relações que se estabelecem são animadas por diferentes emoções.

Semelhante a Wright (2019), Santos (2007, 2011) utilizou a expressão “utopia realista” e defendeu a construção de “subjetividades rebeldes” – aquelas que tenham potencial de produzir alternativas à hegemonia conservadora e de trabalhar no surgimento de outras subjetividades, marginais, imprevisíveis, que não correspondam a reprodução de modelos estabelecidos.⁸⁰

Nas referências dos ninjas à própria ação como uma utopia, geralmente aparecem termos próximos de “utopia realizável”. Esse ponto pode indicar uma sintonia com o pensamento dos estudiosos citados anteriormente, embora não se refiram a nenhum deles em nenhum momento. Revela mais do que isso, uma busca de tentar justificar que o que fazem não seria um sonho vazio, uma esperança que não se concretizaria, mas algo que, consideram, já estão fazendo, assim apontam a própria *Mídia NINJA* para legitimar a esperança que buscam manter e incentivar no coletivo.

Na Imersão FdE /*Mídia NINJA*, Joaquim Carvalho, militante pela democratização da comunicação, diz que trabalha com gestão de redes sociais e produção de conteúdo compartilhado desde 2003 e destaca a importância do aparecimento da *Mídia NINJA* como um estímulo para pessoas que, como ele, já produziam comunicação de modo isolado na internet. Ele se refere a *NINJA* como “quando a utopia vira realidade” (informação verbal).⁸¹

Falas com esse mesmo sentido são colhidas nas entrevistas, como no trecho: “As coisas funcionam, têm um resultado, tem um lado prático que você vê funcionando. Então é uma utopia, mas uma utopia que a gente tá realizando, uma utopia realizável. Nós acreditamos e mostramos que é possível fazer” (Uirá Porã, 01 de julho de 2019).

Ou em trechos que não escondem empolgação, como a seguir.

Acho que a gente acaba se estimulando à medida que vai vendo as coisas surgindo e acontecendo, e cada vez mais gente estimulada e querendo se aproximar [...]. Eu vejo como a revolução dos sonhos mesmo. A utopia é fundamental pra existência e avanço do mundo. E o Fora do Eixo e *Mídia NINJA* são essas máquinas que te aproximam do horizonte [...]. O sonho e a utopia são fundamentais pra manter as pernas firmes e fortes. Dei uma viajada, mas deu pra entender, né? (Vitor Cadillac, 22 de julho de 2019).

Pode parecer que a gente tá querendo chegar num nível muito máximo de felicidade, de utopia, que as pessoas de fora olham e falam: gente,

⁸⁰ Tentando cumprir o que prega, de atuar contribuindo com a construção de outras subjetividades e espaços alternativos aos modelos centrais, Boaventura de Sousa Santos é colunista da *Mídia NINJA*. Lá, como comunicador, se adequa aos expedientes dos ninjas, utilizando os recursos disponíveis e improvisando, como, por exemplo, fazendo transmissão com *selfie* de celular e usando o fone de ouvido como microfone.

⁸¹ Joaquim Carvalho na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, casa coletiva de Brasília, em junho de 2017.

mas isso é impossível! Mas, à medida que a gente conta a história dessa utopia, e estimula as pessoas a estarem juntas, a própria história já se torna a utopia possível [...]. A gente consegue estimular mais pessoas a estarem juntas, construindo esse mundo que a gente quer construir, que é um mundo mais justo, especificamente na *Mídia NINJA* - de uma democratização mais plena da comunicação -, que a gente sabe que não existe, mas, a partir do momento que a gente consegue mobilizar pessoas a se tornarem isso que a gente chama de cidadãos multimídia, a gente consegue construir pelo menos uma rede nossa, paralela, que já conquistou milhões no Brasil inteiro [...] (Clayton Nobre, 14 de novembro de 2018).

A esperança utópica se estende ao entusiasmo sobre as potencialidades técnicas e tecnológicas que têm à disposição e sobre uma certa empolgação na própria capacidade de usá-las. Uirá Porã, que se apresenta como *hacker* e diz que trabalha no desenvolvimento de tecnologias, acredita no poder dos *hackers* em se reapropriarem dessas tecnologias e promoverem um “uso do bem”, “cívico”, como nas ideias *hacktivistas* originais (STALLMAN, 2002). Ele usa inclusive o termo “consertar a internet” para definir o que faz.

Eu estou trabalhando há mais de cinco anos tentando consertar a internet. É isso. Tentando encontrar outras apropriações. Sabemos que as redes são caras, tem um investimento, mas nosso trabalho de *hacker* é consertar a internet. Eu acredito nisso. Tem um pouco de utopia? Tem. Mas foram os *hackers* que deram o melhor uso pra internet. Não foram os militares, não foi a academia. Quem possibilitou a democratização dos recursos da internet foram os *hackers*, criando aplicativos, tecnologias, encontrando soluções [...] (Uirá Porã, 01 de julho de 2019).

A manipulação de dados embaça as primeiras ideias de democratização da comunicação via internet, bandeira promovida pela *Mídia NINJA* e experiências semelhantes. No entanto, ainda que reconheçam as manipulações promovidas pelas plataformas digitais (MOROZOV, 2018; VALENTE, 2019) por onde a *NINJA* opera, os ninjas parecem optar pelo entusiasmo, pela utopia, que consideram realizável, de “consertar a internet” ou de, ao menos, *hackear* seu uso.⁸²

⁸² Uirá Porã diz que preferia nem usar o Facebook e destaca, com orgulho, que a *Mídia NINJA* não paga por promoção de conteúdo. Vê nisso uma posição política de resistência a estratégias de visibilidade impostas pela plataforma. “O Facebook e outras plataformas não querem saber se o conteúdo é relevante ou o que você precisa conhecer, discutir [...]. A gente tem que parar de usar essas plataformas e criar os nossos espaços [...]. O difícil é criar outras plataformas e convencer as pessoas a saírem do Facebook e irem pra lá. Tem um investimento nisso, demanda dinheiro. Mas é o que a gente tem que fazer” (Uirá Porã, 01 de julho de 2019).

Os ninjas discutem internamente e com parceiros de movimentos sociais sobre o que fazem e podem fazer.⁸³ São avaliações que pesam sobre o que produzem e veiculam. Isis Juvêncio, por exemplo, lamenta que até hoje não conseguiram desenvolver bem a reportagem, ferramenta de jornalismo que ela diz preferir, mas que exige mais recursos e um tempo diferente do que a *NINJA* se especializou - mais concentrada nas *hard news* (Isis Juvêncio, 15 de novembro de 2018). Essa autocrítica, no entanto, parece sempre limitada a não perturbar a promoção de um estado de ânimo que tende ao entusiasmo, mais útil para alimentar o sentimento de esperança acesso. Assim, ao invés de profundas reflexões, os discursos dos ninjas tornados públicos em reuniões, textos publicados e entrevistas concedidas, revelam mais o investimento em palavras de encorajamento, um discurso ativista, destinado a manter a utopia protegida do desânimo. Para Lapoujade (2016) o militante é, naturalmente, um portador de utopia. Utopia e ativismo estabelecem, assim, uma interconexão onde um contribui com o outro.

7.2.1. Entusiasmo ativista

Na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, quando estimula pessoas a se engajarem em ações coletivas, Capilé diz: “se for pra ser ativista pessimista, vá pra praia” (informação verbal)⁸⁴. Capilé fala isso de pé, no centro de uma roda de conversa, e sua fala, se não pretende ser uma ordem, é como um chamamento, uma convocação, que tem a intenção de transmitir que o ativismo requer pessoas motivadas. Chamamentos como esse têm a intenção de injetar energia nos participantes do grupo, mobilizando um espírito ativista,

⁸³ Renata Mielli, do FNDC e colunista da *Mídia NINJA*, diz que a popularização da internet, ascensão das mídias sociais e a própria experiência da *NINJA*, num determinado momento, levou os ninjas a considerarem que a discussão sobre democratização da comunicação estava superada e a internet teria resolvido os problemas, no que o FNDC discordou. Mielli diz que hoje, nesse sentido, as críticas do FNDC e *NINJA* estão mais convergentes. “Eles (*Mídia NINJA*) perceberam que isso não era verdade, que a internet também foi apropriada pelo poder econômico, por mais que seja indiscutível que ela tenha dado voz a setores historicamente invisibilizados. Sem dúvida nenhuma houve maior espaço pra mídia alternativa, mas a internet não resolveu o problema e continua sendo uma questão democratizar a comunicação. Eu acho que esse é o cenário que a gente precisa entender quando fala de como usar essas plataformas, essa mídia digital, a internet: é sabendo que elas representam um problema, é procurado conhecer o funcionamento, procurando *hackear* esse funcionamento de outras maneiras, e tendo outras formas de comunicação” (Renata Mielli, 18 de julho de 2019). Os ninjas fixos ou colaboradores eventuais, mesmo quando críticos, geralmente demonstram crença nas possibilidades de *hackeamento* do uso das tecnologias. Morozov (2018) é mais pessimista. Ele considera que os primeiros movimentos *hackers* tinham muito em comum com lutas políticas e sociais diretas e os movimentos estudantis das décadas de 1960 e 1970 e levaram adiante experimentos com mídias descentralizadas e independentes. Depois, ele percebe o que chama de “uma ideologia do Vale do Silício” – que prega a liberdade, mas é dominada pelo mercado de grandes empresas de tecnologia e que, segundo defende, acabou dominando a subversão. Morozov não estuda especificamente mídias alternativas, mas o uso de tecnologias para serviços de mercado como Uber.

⁸⁴ Pablo Capilé, na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, na casa coletiva de Brasília, em junho de 2017.

quase sempre ligado ao utopismo de um outro mundo possível e, no caso, de uma outra mídia possível, onde praticam midiativismo.

Daniel Zen, um dos co-fundadores do FdE, hoje Mestre em Direito, Deputado Estadual pelo Acre (PT), e também colunista da *Mídia NINJA*, faz uma avaliação do porquê permanece participando da *NINJA* e o que considera que leva as pessoas a se manterem engajadas. Ele revela o reconhecimento de militância e paixão.

É como um ativista de uma causa. A gente pergunta: por que os ambientalistas defendem com tanto fervor a causa do meio ambiente? Por que o militante de gênero defende com toda força a pauta LGBT? Eu não sei exatamente, não dá pra dizer só objetivamente. Tem muito de idealismo, paixão, amor a essa causa. E o que move a *Mídia NINJA* é uma causa que talvez se situe, na teoria dos direitos fundamentais, como um direito de quarta ou quinta dimensão, que é a democratização da comunicação, a universalização do acesso aos meios de comunicação. Então eu acho que o que move a turma é o idealismo de querer que mais e mais gente tenha acesso a determinadas coisas antes restritas a determinados segmentos sociais (Daniel Zen, 28 de junho de 2019).

Ao reconhecer militância e paixão numa atividade, os ninjas estabelecem uma relação subjetiva com essa prática, que ultrapassa a atividade em si. É como Raíssa Galvão diz sentir o que fazem: “Tenho a sensação de estar fazendo o que eu devia estar fazendo. Tô cumprindo um compromisso com a minha geração, assumindo a responsabilidade histórica de fazer a diferença” (Raíssa Galvão, 14 de maio de 2019). Ou como Oliver Kornbliht afirma experimentar, num relato que expressa o sentido de utopia e entusiasmo ativista:

A gente tá mudando o mundo, a gente acredita que dá pra mudar o mundo, e a gente é uma prova de que isso pode ser feito [...] Se você quer que as coisa mudem, faz diferente. [...] E a gente tá num compromisso real com as nossas lutas. Isso também se transforma em exigência e autoexigência (Oliver Kornbliht, 15 de novembro de 2018).

A despeito do entusiasmo que exteriorizam, eles não negam a dificuldade do que empreendem. Na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, Capilé pontua por diversas vezes a necessidade de se manter o ânimo maior que a percepção da dificuldade: “A crise é grande, mas as oportunidades também”, “Temos que ser otimistas e ver que a

oportunidade está na nossa mão”, “A gente sabe que vai vencer. Ter chegado aqui já é uma vitória, mas estamos no piso do que vamos ser”.⁸⁵

Além de não negar as dificuldades, os ninjas consideram que elas fazem parte do processo e até estimulam o engajamento, como diz Vitor Cadillac, fazendo uma alusão aos discursos do presidente Jair Bolsonaro, que fala em acabar com “os ativismos”: “Eu acho que é cada dia mais difícil, mais penoso, mais energia que a gente tem que dedicar [...]. Mas acho que ganha mais corpo. Acho que essa é capacidade de criar musculatura: mesmo diante de um momento de seca, faz a gente criar mais forças” (Vitor Cadillac, 22 de julho de 2019).

Le Cam e Ruellan (2017), ao analisarem repórteres de guerra e apresentadores de TV, perguntaram: por que as pessoas se envolvem em atividades estressantes? Por que se manter em atividades que provocam repetidas emoções fortes? Os autores observaram que os acontecimentos não são apenas dolorosos, mas permitem experimentar sensações de prazer e alegria. “As emoções criam a ocasião de uma atividade de produção de sentido”, afirma Rimé (2005, p.315). Ou seja: para se adaptar a uma situação disruptiva, as emoções permitem a criação de um momento de sentido, que passa por uma sequência de satisfação, respondendo a um gosto, e finalmente permitindo a realização de um vínculo (LE CAM, RUELLAN, 2017).

Mas os sentimentos são manifestações temporárias que, se se estendem demoradamente podem indicar alguma patologia (RIMÉ, 2005). O fato das sensações serem provisórias leva Le Cam e Ruellan (2017) a apontarem um outro motivo para explicar porque as pessoas se mantêm em atividades difíceis: elas precisam de algo que as faça reviver as boas sensações experimentadas, que faça as emoções voltarem, perdurarem. É a perspectiva – e nós diríamos: a esperança - de voltar a sentir as emoções de prazer e alegria um dos motivos de manter as pessoas em atividades estressantes.

Como esse contato com a emoção se torna um continuum, Le Cam e Ruellan (2017) apontam que as emoções não se relacionam mais apenas a um evento preciso ou único, mas a um conjunto de componentes da vida. Dessa forma, a emoção é mais estrutural do que apenas falar de um sentimento, é uma dimensão mais profunda, fundadora de um vínculo entre o indivíduo e sua atividade.

L'émotion renvoie à une dimension plus profonde, plus structurelle, plus identitaire, plus culturelle aussi sans doute, que l'on peut appeler le sentimento; celui-ci est fondateur d'un attachement, d'une relation longue entre l'individu et son environnement, d'une satisfaction

⁸⁵ Pablo Capilé, na Imersão FdE/Mídia NINJA, na casa coletiva de Brasília, em junho de 2017.

foncière qui transcende les sensations plus ou moins durables et les émotions ponctuelles” (LE CAM, RUELLAN, 2017, p. 39).

As dificuldades são vistas por Dríade Aguiar como algo a ser enfrentado coletivamente, o que pode até unir mais um grupo: “Quando o desafio é tão grande e avassalador [...], você entende que é na diferença que você vê potência unida” (Dríade Aguiar, 13 de maio de 2019). Nas palavras de Marielle Ramires: “Você transforma a realidade lutando, não tem outra maneira de fazer, ninguém vai dar de graça as coisas que a gente precisa” (Marielle Ramires, 24 de junho de 2019). Na fala de Lenissa Lenza, ilustrada por fotos da vida na casa, há a referência a “tempos tão difíceis que estamos vivendo” e em contraponto, a vida coletiva, como antídoto às dificuldades: “o que me mantém forte e esperançosa é a nossa vida coletiva, nossa comunidade que preserva princípios, valores e a luta diária por um mundo melhor” (Figura 30).



Figura 30: Lenissa Lenza, sobre vida coletiva. **Fonte:** Lenissa Lenza. 16 jul. 2019.

Quando perguntamos a Oliver Kornblitt se, por ser estrangeiro, ele sentia medo, sua resposta foi:

Medo todo mundo tem. Eu sou gay e os ataques lgbtfóbicos que estão ocorrendo... Mas o coletivo te dá muita força. Quando você tem um coletivo, você não anda só. A gente consegue tá junto, se inspirar, conectar, tá focado nos projetos que tem pra fazer. Porque o medo é muito invasivo, ele invade e você fica paralisado [...], mas acho importante não se deixar dominar. A Sônia (Guajajara), da última vez que acompanhei uma agenda dela aqui em Brasília, ela deu um discurso muito foda, achei muito emocionante. Ela disse: “gente, vocês tão com medo? Bem-vindos ao Brasil! Esse é o Brasil que a gente conhece há 500 anos. Não tem nada que ter medo, a gente sobreviveu, todo mundo vai sobreviver” (Oliver Kornblitt, 15 de novembro de 2018).

Com as atividades da *Mídia NINJA*, mesmo reconhecendo dificuldades ou medos, os participantes tanto experimentam prazer e alegria, como encontram a possibilidade de voltar a sentir sucessivamente essas emoções prazerosas. A emoção, assim, deixa de ser um evento pontual, mas algo que vincula o praticante à essa atividade que dá sentido à existência (LE CAM, RUELLAN, 2017). As emoções que animam os ninjas deixam de se referir apenas à atividade que desenvolvem em si, mas se relacionam aos sentimentos que os vinculam àquela vida e que lhes dão um sentido de presença no mundo.

A ideia de constituir um projeto utópico, que pode ser difícil de realizar, que exige um entusiasmo ativista em sua consecução é, assim, uma forma de experimentar emoções e de permitir que essas emoções sejam novamente sentidas pelo fôlego incansável que os ninjas alardeiam possuir em conjunto.

Quando Wolff (2016) fala sobre a utopia nos dias contemporâneos, ele identifica uma utopia não de imaginar estar num outro lugar, como Morus (2016), mas de imaginar ser um outro. Mais do que a busca por um outro mundo possível ou realizável, a esperança dos ninjas é tornar-se um outro.

7.3. Esperança de ser um outro

Para Vitor Cadillac, a experiência de ser um ninja “constrói e desconstrói visões e posicionamentos que a gente tem em relação ao mundo o tempo todo[...]. Esse privilégio de ser Fora do Eixo/*Mídia NINJA* revolucionou a minha vida e a de um monte de gente” (Vitor Cadillac, 22 de julho de 2019). Oliver Kornblihtt revela o mesmo sentimento: “Não tem volta atrás. Seja pra onde for, essa experiência mudou minha vida pra sempre, completamente. Mudou a forma como me enxergo, como me entendo, como me construo” (Oliver Kornblihtt, 15 de novembro de 2018).

São muitos os relatos que ultrapassam questões relativas ao uso de comunicação e falam de uma mudança de vida - o que é mais profundo -, deixando à mostra um tecido emocional repleto de sensações. “As emoções, uma vez que são moções, movimentos, comoções, são também transformações daqueles e daquelas que se emocionam” (DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 38).

A esperança – ou mesmo o desejo e até a fé - de ser um outro junto aos companheiros aos quais estão vinculados dá a sensação de não estarem sozinhos: “Se mexer comigo vai mexer com a tropa toda”; de viverem num mundo à parte: “Mundo se acabando e a gente manda nessa porra”; e de controle da outra vida que conseguiram construir: “Muita gratidão por ter a minha vida!”, como na publicação de Lenissa Lenza

comemorando seu aniversário na casa coletiva de Brasília (Figura 31). Os ninjas desejam viver uma outra vida, não só profissional, mas uma vida onde possam se sentir mais realizados e amparados por afetos e companheirismo.



Figura 31: Lenissa Lenza, sobre vida coletiva. **Fonte:** Lenissa Lenza. 17 maio 2019.

Dríade Aguiar diz vir de uma família interiorana grande, “com as mesmas preocupações que uma família mediana no Brasil”. Conta que, sendo estudiosa e preocupada com o futuro, quebrou muitas expectativas dos outros com o seu processo de transformação pessoal, mas encontrou na vida coletiva da *Mídia NINJA* a permissão de ser uma outra pessoa.

Com certeza absoluta minha vida é extremamente diferente na vida moralmente convencional. E isso em muitos âmbitos. Por exemplo: eu faço um trabalho que no mercado é considerado extremamente valioso, mas ao mesmo tempo eu não recebo salário. Ou porque mesmo decidindo não ter filhos eu sou mãe de outras crianças, porque moro com elas e a gente tem a maternidade coletiva. Ou porque eu decidi sair da casa de meus pais muito nova (aos 16 anos), e é engraçado, porque talvez não seja um problema em outras cidades, mas sendo de Cuiabá, saindo da casa dos pais pra morar coletivamente, sem ter feito faculdade, isso é uma coisa de grande importância – a única filha mulher também. Até dentro do conceito de sucesso de nossa sociedade [...]. E tem um fator específico aí na minha família: eu fui a primeira mulher da minha geração a entrar na universidade. Então sair da universidade e escolher romper com esse ciclo pra entrar num mercado alternativo de trabalho - pra ser bem generosa com a forma com que as pessoas olham pra gente -, foi um grande choque pra minha família (Dríade Aguiar, 13 de maio de 2019).

Na *Mídia NINJA* eles escolheram fazer com a comunicação um modo de vida – “o nosso modo de vida” (Dríade Aguiar, 13 de maio de 2019). Assim, explica ela, a produção de comunicação, para os ninjas, não é algo que exista de modo independente, mas é um reflexo do modo como vivem, pensam e sentem a vida. Nessa forma de enxergarem – e se enxergarem -, a vida que levam e buscam ter é determinante sobre a comunicação que praticam, e não o contrário.

A gente sabe que a gente (*Mídia NINJA*) é uma experiência extrema, radical. Isso tá completamente pacificado na nossa cabeça. A gente não é um *coworking* de uma mídia alternativa - não tô nem fazendo uma crítica. A gente não é uma mídia nova ... a gente não é isso. A nossa produção de comunicação é um reflexo da nossa vivência - e não o contrário. Justamente por isso eu insisto muito em quebrar o conceito de pessoas que nos veem como um veículo, porque isso acaba imputando nessas pessoas uma série de frustrações que, pra gente, estão distante de ser uma necessidade, tipo “ah, existe aquele assunto que vocês não estão falando” [...] Eu não me vejo trabalhando em outro veículo de comunicação, até porque não me vejo só como uma comunicadora[...] (Dríade Aguiar, 13 de maio de 2019).

A participante considera reduzido que seja vista apenas como comunicadora ou que a *Mídia NINJA* seja vista só como veículo de comunicação, uma vez que, segundo ela, a *NINJA* permite aos seus participantes uma transformação de vida.

A gente não quer só receber foto e informação. Receber conteúdo talvez seja a tarefa mais simples. E quem consome a *Mídia NINJA* de forma passiva tende a entender a gente como qualquer outro veículo: “ah, eu preciso me atualizar” [...]. Mas, na verdade, a gente tá propondo pros integrantes e pras pessoas que dão um passo a mais na nossa direção uma formação político-filosófica não só sobre o fazer da comunicação. Nossos colaboradores passam por transformações muito grandes (Dríade Aguiar, 13 de maio de 2019).

A *Mídia NINJA*, ao possibilitar uma mudança de vida, permite a concretização do desejo de ser um outro. Quase todos os ninjas são oriundos de cidades interioranas e, com poucas exceções, vindos de famílias de classe média à baixa. As casas reúnem um grupo plural, entre outros com pessoas negras, gordas, LGBTQI+, mães que criam filhos distante dos pais, gente com estudo formal incompleto. Juntos eles conseguiram uma projeção em pouco tempo que, provavelmente não experimentariam num veículo empresarial. E, em comunidade, conseguem se sentir mais livres de amarras sociais, profissionais e familiares, experimentando processos impregnados por emoções e onde essas emoções circulam.

Para Gaulejac (2014, p. 53) “é na defasagem entre posição social e posição subjetiva que aparece a possibilidade de imaginar que se é de outro lugar porque se veio de alhures e, conseqüentemente, pode-se ir a algum outro lugar além do lugar onde se está”.

São diversos os exemplos que revelam a elevada autoestima experimentada pelos ninjas. Na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, Capilé diz, com visível contentamento, que os ninjas “não são convidados *vips* de ninguém, mas atravessam, se impõem, são móveis” (informação verbal)⁸⁶ – ou seja, eles não precisam de permissão para participar, mas têm condições de impor sua presença.

Daniel Zen, colunista, morador do Acre, experimenta do desejo de ser um outro ao ter uma coluna num meio de comunicação que também conta com personalidades reconhecidas no mundo, como o sociólogo português Boaventura de Sousa Santos.

Ter uma coluna ao lado de Boaventura de Sousa Santos é uma honra, pôxa, um grande teórico, sociólogo, cujos livros eu leio, estudei bastante no meu mestrado [...] A *Mídia NINJA* acaba tendo uma influência direta ou indireta no sentido de também dar voz a pessoas que, talvez, sem esse tipo de veículo, não teriam essa voz. O meu caso mesmo, é muito difícil um deputado estadual do Acre, um estado no extremo ocidente, considerado por muitos só o motivo daquela piada “o Acre existe?”, quando é que um deputado estadual do Acre ia ter uma coluna num veículo de mídia nacional? (Daniel Zen, 28 de junho de 2019)

Isis Juvêncio, hoje sendo uma outra, se reconhece como editora capaz de dar comandos para pessoas de quem antes se portava como fã, como Caetano Veloso.

Parece meio besta, mas eu sempre quis trabalhar com jornalismo cultural e tinha uma relação distante de artistas que eram as pessoas que eu desejava cobrir. Hoje eu tenho uma relação muito próxima de alguns dos quais sou fã, porque são parceiros nossos. E você poder vivenciar essas coisas, com essa intensidade, e desmistificar algumas coisas também. Me atrai muito saber que eu posso falar com o Caetano (Veloso), com o grande cara que ele é, sem precisar ter uma diferenciação entre a gente (Isis Juvêncio, 15 de novembro de 2018).

Thiago Meneses descreve como muito sedutora a possibilidade de integração ao se relacionar com várias personalidades do cenário brasileiro “principalmente para quem está nos rincões, e passa a se sentir inserido na narrativa que se cria, e que não é falsa, porque é experimentada por quem participa” (Thiago Meneses, 04 de setembro de 2019).

A estudante piauiense Bárbara Marreiros se torna outra ao ver sua foto publicada da *Mídia NINJA* com grande repercussão. Uma imagem que ela avalia, não estaria em um

⁸⁶ Pablo Capilé, na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, na casa coletiva em Brasília, em junho de 2017.

grande veículo empresarial, pela dificuldade de acesso e pelo que a foto trazia. Ela conta, com emoção:

Teve um ato, pertinho das eleições, que interditou a ponte. A gente tava descendo, tinha ônibus parado, caminhão parado, tava os pneus pegando fogo e eu tirei uma foto de duas meninas se beijando e o fogo atrás e aí eu saí de lá assim: ‘meu deus do céu!’. É muito forte você registrar um momento desses! A foto foi publicada no *Mídia NINJA* e logo já tinha mais de 20 mil pessoas curtindo, mais de 50 mil visualizaram, então a gente percebe que não tá só relatando um momento, não é só sobre contar o que tá acontecendo. É sobre a gente pensar diferente, sobre a gente ver que existem outras pessoas, que existem outras narrativas, que tem um outro mundo, que uma foto dessa não seria publicada num veículo tradicional, mas no *Mídia NINJA* foi (Bárbara Marreiros, 19 de dezembro de 2018).

Quando Dríade Aguiar reflete especificamente sobre sua presença na *Mídia NINJA*, uma mulher negra, de família interiorana, que discute gordofobia, revela sentimento de autoconfiança ao participar de um arranjo de comunicação que lhe garante espaço de grande audiência, o que, argumenta, ainda é difícil de ser obtido por mulheres negras em outros meios de comunicação.

Se eu quiser, entro ao vivo agora e 40 milhões de pessoas vão ficar sabendo qualquer coisa sobre a minha vida [...].⁸⁷ Eu não vejo quantas outras comunicadoras negras têm acesso a esse número de público. Se você for me comparar a pessoas da minha idade, que estão no mercado de trabalho, eu tô muito distante e à frente, e numa posição privilegiada e totalmente diferente da realidade do comunicador negro brasileiro. Por exemplo: a gente tá comemorando a Majú (Coutinho, jornalista da *TV Globo*) apresentando o *Jornal Nacional* por um dia. Essa é a grande referência?! Então, sendo muito responsável para a construção desse espaço, eu acho que na verdade significa, não só o resultado de um trabalho de anos - porque eu desenvolvi tecnologias na *Mídia Ninja*, dou aula sobre isso e circulei o mundo falando sobre a *NINJA* antes de ter 25 anos -, mas também significa uma invisibilidade de outros comunicadores negros, que são tão bons ou melhores que eu, e que caíram numa narrativa invisibilizante das mídias empresariais [...]. E eu acho que a *NINJA* colocou heroínas e líderes e pequenas lideranças de cidades muito esquecidas na narrativa brasileira (Dríade Aguiar, 13 de maio de 2019).

⁸⁷ Esse número é uma projeção calculada sobre a quantidade de seguidores. Ele não é um dado transparente. Já a quantidade de seguidores, sim. No dia 30 de setembro de 2019, última vez que verificamos os dados da *Mídia NINJA*, o número de seguidores nas quatro principais plataformas utilizadas (Facebook, Instagram, Twitter e Youtube), somava 4 milhões e 400 mil seguidores, sendo: 2 milhões 180 mil no Facebook, 1 milhão e 400 mil no Instagram, 601 mil no Twitter e 201 mil no Youtube (optamos por colocar números inteiros, excluindo as frações). O número de seguidores não implica necessariamente num número proporcional de alcance, pois essa variável é inconstante e a correlação seguidores/alcance ficou mais difícil de ser mensurada pelas páginas depois do controle de algoritmos promovido pelas plataformas digitais, que passam a deter maior poder sobre a visibilidade das publicações. Ter muito seguidores não é uma correlação direta, mas um indicativo de poder de alcance.

Oliver Kornblith diz que muitas pessoas consideram que eles fazem grandes sacrifícios para aderir à *NINJA*. Contrário a essa ideia, ele usa as expressões “eu me empoderei”, “eu me sinto empoderado”, “eu me libertei”, “mudar de vida”, para qualificar a vivência que experimenta.

Me dizem ‘ah, você não tem mais seu salário, seu carro, suas férias,...’. Cara, pra mim a sensação é de que algumas pessoas enxergam como se você se submeteu, ou perdeu, ou resignou uma parte da sua vida. Ou quem idealiza diz: ‘esses caras são foda, porque eles resignam a vida pra fazer isso’. Cara, pra mim foi bem o contrário: eu ganhei um monte, eu me empoderei um monte, pra mim foi muito ganho, eu me libertei, a minha sensação foi de mudar a vida e ter uma vida mais parecida com o que eu queria. Isso não tem preço. E eu não vejo como isso poderia acontecer no que eu conheci das empresas da grande mídia [...]. Eu me sinto empoderado e representado pelo que eu tô fazendo. *A Mídia NINJA* me representa. (Oliver Kornbliht, 15 de Novembro de 2018).

Na imagem seguinte, a publicação de Dríade é aparentemente simples: revela um passeio ao Jardim Botânico de Brasília junto a companheiras da casa coletiva, incluindo uma das crianças criadas coletivamente. O título da postagem, no entanto, é como uma reivindicação ao direito de ser um outro: “Nossa família existe” (Figura 32).



Figura 32: Dríade Aguiar, sobre passeio em família.
Fonte: Dríade Aguiar. 20 abr. 2019.

O sujeito atual se constrói apresentando à sociedade outros princípios de organização, apontando a vontade de criar formas de vida mais favoráveis à afirmação de

si mesmo e ao reconhecimento do outro como sujeito (TOURAINÉ, 1984, 2005, 2011). Dessa forma vai-se dando visibilidade a novos sujeitos e legitimando relações e experiências alternativas. Não é à toa que nos coletivos de comunicação os direitos humanos e os interesses que atravessam novos sujeitos, como os identitários, se constituem em orientação frequente de pautas e coberturas.

Os ninjas constituem uma comunidade *outsider* (BECKER, 2008) que, como nos comuns (DARDOT, LAVAL, 2018) busca construir na sua vida alternativa, a realização de um outro: um outro mundo, uma outra comunicação, um outro sujeito – tendo a emoção como um motor. Juntos, desenvolvem novas modalidades de resistência, mas também de realização de si por meio do grupo.

O fato de participar de movimentos sociais e outras formas de ações coletivas pode mudar o sentimento que alguém tem sobre si, sobre que tipo de pessoa é (WRIGHT, 2019). Assim, participando de coletivos, essas pessoas se permitem a esperança de tornarem-se outras, modificadas pela experiência, pelo tempo, pelo processo do qual participam. Perguntada se observa mudança em si própria, Marielle Ramires enfatiza: “muito, muito, muito, muito, muito”. E responde:

Eu amadureci ao longo desse tempo, né? Como pessoa mesmo. Eu começo lá atrás, com o Empório da Notícia (coletivo de jornalistas que teve, antes de ingressar no FdE e *Mídia NINJA*), eu tinha 22 anos, hoje eu tenho 39. E ao mesmo tempo a vivência coletiva é muito pedagógica, ela te ensina a ser mais lúcido, mais consciente, mais simples, a ver a vida em perspectivas bem mais interessantes. Ela vai levando a gente, às vezes, pra um processo mais de monge budista que de ativista – claro, eu tô falando da minha vivência-, porque você vai encontrando lugares ..., é uma formação forte, não é só material. Você vai avançando muito ali, do ponto de vista humano também. Enfim, é paciência, é você aprender a lidar com as pessoas de uma maneira mais generosa, você vai ficando mais generoso, isso é muito forte, eu tenho aprendido muito isso (Marielli Ramires, 24 de junho de 2019).

Como na ideia de gostos em Hennion (2004), pode-se entender a permanência na *Mídia NINJA* como um tipo específico de relação, que é constantemente ajustada, na medida em que evolui o conhecimento do indivíduo em relação às suas práticas, suas vivências e às formas de apropriação (e de apreciação) desse coletivo.

Até onde permanecerão engajados é o desafio colocado para todas as formações coletivas, que terminam tendo que lidar com a questão da incerteza sobre os caminhos futuros.

7.4. Sentimento de incerteza

Ao tempo em que há um comportamento e discurso esperançoso, não há um planejamento rigoroso sobre o futuro ou o que pretendem estar fazendo dentro em breve. Uma espécie de incerteza, aparentemente relaxada, está tanto no nível pessoal – o que pretendem para si -, como sobre o grupo – o que pensam sobre a *Mídia NINJA*. “Cara, quando perguntam sobre futuro, a gente fica sem resposta mesmo, porque a gente não tem um planejamento a longo prazo. Tem uma utopia, que a gente adora desenhar, contar pras pessoas, mas a gente não tem assim um projeto” (Clayton Nobre, 14 de novembro de 2018). Perguntada se tem preocupação com carreira, Marielle Ramires faz uma breve pausa e responde, como que achando a pergunta cansativa: “Eu acho que a carreira é isso que a gente tá fazendo, né? O que a gente tá fazendo é a carreira que a gente tem. Não tem uma preocupação de ‘ai, meu Deus, agora vamos fazer uma carreira’” (Marielle Ramires, 24 de junho de 2019).

A ausência de rigor em planejamento parece menos um desinteresse, e mais uma crença na potência de transformação e capacidade de adaptação que, consideram, a *Mídia NINJA* já demonstrou, como indica a fala de Dríade Aguiar.

Eu acho que é uma coisa que faz a gente ficar é o fato de que o *NINJA* não tá dado. Daqui há um ano eu posso desfalar tudo que eu falei e a gente pode ser outra coisa. A gente já foi festival de música, já foi agenciador de banda, produtora de festa, organizador de turnê. A gente já foi tanta coisa ao longo da construção do *Mídia NINJA* que isso nos dá a calma de saber que ano que vem a gente pode ser outra coisa. E justamente por isso, acho que as pessoas ficam, porque ele vai se tornar, eventualmente, aquilo que você deseja, se já não é, ou a gente vai surpreender as pessoas e construir outra coisa [...]. Parte de mim acha que o *Mídia NINJA* vai chegar num lugar onde ele seja desnecessário, então acho que existe uma possibilidade da gente se dissolver em algum momento [...] Talvez isso signifique que nós, os fundadores, saiam, e outras pessoas assumam, talvez signifique que o *Mídia NINJA* não precise mais existir, talvez ela fique e se transforme num time de futebol (Dríade Aguiar, 13 de maio de 2019).

Para Cefäi, Veiga e Mota (2011), a continuidade é um problema prático com o qual os grupos estão sempre tendo que lidar. Enriquez (1999), considera que os grupos estão fadados a um sucesso temporário e a um processo de enfraquecimento. O autor argumenta que, ao afirmar isso, não está condenando a renovação social, mas destacando os obstáculos inerentes a todo trabalho dessa ordem.

Mas o sentimento de incerteza, contemporaneamente, não é privativo dos participantes de organizações alternativas. Goyanes e Rodriguez-Gómez (2018) encontraram a mesma incerteza em jornalistas de mídia empresarial, provocada por um

estado de turbulências nas organizações de notícia de todos os lugares, que estão tentando se adaptar a um cenário de mudanças que inclui os processos de produção e veiculação de notícias, consumo, diminuição das receitas, concorrência com outras fontes de informação. Todas essas mudanças levaram grande incerteza e estresse aos funcionários, provocando nestes o que os autores definiram como “presentismo”: uma disposição individual pela qual os jornalistas limitam suas expectativas e naturalizam preocupações, concentrando-se no presente, no aqui e agora, por falta de condições de fazer projeções para o futuro. O presentismo seria uma negação de expectativas e uma resposta emocional para gerenciar e mitigar incertezas (GOYANES; RODRIGUEZ-GÓMEZ, 2018).

As respostas evasivas sobre o futuro entre os ninjas poderiam ser apontadas como presentismo no sentido de que eles não possuem os elementos para projetar o futuro, que permanece nebuloso e imprevisível. Porém, a incerteza tem gerado resultados diferentes nos dois grupos. Goyanes e Rodriguez-Gómez (2018) encontraram um impacto negativo na satisfação dos jornalistas, no seu senso de autonomia e no desempenho e comprometimento com as funções e a empresa, gerando um desinteresse na atividade. Os ninjas parecem lidar com as incertezas aproveitando a autonomia permitida pelo formato e estando comprometidos, interessados e aparentemente satisfeitos com as atividades e com os companheiros de vida coletiva.

A ausência de um projeto muito claro e definido sobre o que estarão fazendo daqui a alguns anos nos Ninjas, por outro lado, não significa falta de planejamento.

Isso não quer dizer que a *Mídia NINJA* não é planejada, muito pelo contrário, ela é extremamente meticulosa no seu planejamento. Mas ela não tem uma ansiedade de ser alguma coisa daqui a algum tempo. É claro que a gente tem metas, planos, a gente quer bater tantos não sei o que, quer parar de fazer *x* conteúdo e passar a fazer esse outro *x*, a gente quer fazer filme, a gente quer ter uma produtora de cinema, quer lançar CD, existe muita coisa que a gente quer fazer. Eu não sei se vai ser hoje, ou daqui a um mês, ou daqui a três anos, mas eu sinto que o futuro da *Mídia NINJA* é o mais amplo possível e ele vai ser o que quem tiver dentro, na hora, fizer crescer (Dríade Aguiar, 13 de maio de 2019).

Por fim, enquanto a falta de elaboração sobre o futuro nos jornalistas investigados por Goyanes e Rodriguez-Gómez (2018) parece uma falta de confiança no futuro, na *NINJA*, parece resultado do sentimento de esperança na potência, de crença no vir a ser: “A gente nunca é a mesma coisa e sempre que a *Mídia NINJA* se renova, ela se torna ainda mais próxima dos nossos desejos” (Dríade Aguiar, 13 de maio de 2019).

Considerações conclusivas: o que o sentimento de esperança faz sentir e faz fazer?

Quando Capilé desafia os participantes durante a Imersão (“Se for pra ser ativista pessimista, vá pra praia”), ele tanto reconhece o que fazem como ativismo (mediativismo), como valoriza o otimismo, sugerindo que o ativismo sem esperança é impossível e indicando a esperança como elemento vital para mantê-los motivados. A esperança, assim, pode ser percebida como um motor de mudança e transformação, um elemento decisivo para que o desejo de provocar mudança se transforme em ação. Para Ahmed (2017), a esperança reveste os atores de vitalidade e possibilita sustentar o ânimo na consecução de um objetivo.

Os relatos de desencanto com a atividade são de dor com a própria vida que experimentam como trabalhadores de mídias convencionais (“Ninguém vê isso dando certo”, “Tem muita gente desacreditada” – Bárbara Marreiros. “Você era quase um objeto”, “As empresas são um mundo horrível” – Oliver Kornblihtt). Testemunhos assim revelam um espaço impregnado de sentimentos.

As respostas dos ninjas ao que sentem, são leituras deles sobre as experiências vividas. Quando buscam elaborar o que experimentam, os atores atribuem significados ao vivido. Ao compartilharem essas sensações, vão dando sentido ao sentimento. Essas leituras são mediadas por emoções diferentes e funcionam como modo de perceber, sentir e reagir ao mundo. São respostas afetivas. E ajudam a promover a circulação de emoções.

Mesmo uma emoção de frustração pode ajudar a fazer circular sensações que, elaboradas e transformadas, podem mobilizar os sujeitos na direção de uma relação diferente com o mundo ou com a atividade que é o objeto da crítica. Quando o sujeito vê-se afetado de maneira profunda, isso pode contribuir no impulso em direção a algo que considera mais de acordo com o que almeja. Assim, os ninjas podem passar de um sentimento negativo a uma proposta concreta de fazer de outra forma.

Concorrem para alimentar a esperança no sentido de construir outro modo de fazer tanto a possibilidade permitida por mudanças sociotécnicas, como o fato de não se sentirem sozinhos, mas acompanhados e fortalecidos no coletivo (“O coletivo te dá muita força. Quando você tem um coletivo, você não anda só” – Oliver Kornblihtt. “Se mexer comigo vai mexer com a tropa toda”, Lenissa Lenza).

Para Bending (2000, p.86), um sentimento negativo não é necessariamente sobre algo, mas “devido a algo”. Assim, ao invés de se afastarem da comunicação, os atores

engajados na *Mídia NINJA* se afastam de um tipo de fazer comunicação, para eleger um outro, ao qual se vinculam de forma emocional, movidos por esperança, pois esse outro espaço representa o oposto do que lhes causa/causou sofrimento.

A esperança por vezes adquire ares utópicos e os ninjas convocam a utopia sem constrangimentos (“A gente acredita que dá pra mudar o mundo, e a gente é uma prova de que isso pode ser feito” – Oliver Kornblitt), ainda que com o cuidado de nomeá-la uma utopia que se realiza (“A gente é uma utopia realizável” – Uirá Porã), respaldada pela experiência concreta que têm, com larga capacidade de mobilização de atores. Com a *NINJA*, os participantes têm a sensação de experimentar a utopia real que, como apontou Wright (2019), se converte em uma crítica moral – ao se contrapor aos modelos existentes – e em uma crítica prática – ao mostrar um outro jeito de fazer. A crítica moral e prática ajudam a aflorar e solidificar sentimentos.

Os ninjas se movimentam dentro da realidade imposta, mas também da possível, na esperança de dar outras formas ao instituído, para a atividade que vão fazendo, mas também para as suas próprias vidas. Assim, usam a ideia de *hackear* o instituído, de penetrar nas estruturas para utilizá-las de uma outra forma que se reverta na promoção de um bem coletivo. Uirá Porã conta que a primeira vez que colocou no currículo que era *hacker* foi contratado pelo Banco Mundial. Desde então entendeu que podia nomear-se assim – o que também dialoga com a ideia de ser um outro.

De utopia realizável, a *NINJA* torna-se prática militante, com entusiasmo ativista, definida como midiativismo, e impregnada de emoções. Constitui-se, por fim, num ativismo que milita por uma outra forma de vida para os que fazem parte dessa coletividade. (“Nossa família existe” – Dríade Aguiar).

O entusiasmo ativista faz com que as dificuldades, longe de desanimarem, sejam combustível para permanecer na prática, podendo ser narradas como elementos que fazem da conquista algo ainda mais valioso (“A crise é grande, mas as oportunidades também” – Pablo Capilé). Enquanto mantém a esperança acesa, esse entusiasmo também pode levar a narrativa a um tom grandiloquente que pode colocar a esperança acima das capacidades (“Eu trabalho há mais de cinco anos pra consertar a internet” – Uirá Porã).

A autocrítica existente está conformada – ao menos nas discussões que chegam ao espaço público – ao ponto de não se tornar obstáculo ao entusiasmo, que tenta manter o ânimo em alta, cumprindo o papel de alimentar a esperança. Dessa forma, o discurso da utopia, do midiativismo, fortemente modalizado e politizado, não foge ao escopo das emoções

O fato das emoções serem pontuais, sensações passageiras, leva os ninjas a permanecerem na prática, em busca de repetirem o prazer experimentado, como Le Cam e Ruellan (2017) haviam encontrado nos jornalistas de guerra. A insistência em repetir a emoção positiva vivida confere a existência de um tecido emocional (BERNARD, 2017; LE CAM; RUELLAN, 2017) que deixa de ser provisório e se torna fundador de vínculos (LE CAM; RUELLAN, 2017).

Ahmed (2017) observa que a esperança pode ser superestimada e, nesse sentido, ver-se frustrada uma vez que não é base suficiente para a determinação do futuro. Ainda assim, o investimento na esperança pode ser uma maneira de manter um ideal reluzindo. Dessa forma, expressar esperança por um outro tipo de mundo, mesmo difícil ou até inimaginável, faz parte de uma ação tanto política quanto emocional que ajuda a engajar os ninjas em suas tarefas.

A incerteza sobre o futuro não significa que não haja planos. Os ninjas estão constantemente fazendo e refazendo planos e metas, mas também admitem que podem se transformar em outra coisa ou até deixar de existir (“Parte de mim acha que a *Mídia NINJA* vai chegar num lugar onde ela seja desnecessária, então acho que existe uma possibilidade da gente se dissolver em algum momento” – Dríade Aguiar) ou que aqueles integrantes podem não mais participar da *Mídia NINJA* (“Talvez isso signifique que nós, os fundadores, saiam, e outras pessoas assumam” – Dríade Aguiar).

A incerteza tampouco se converte em desinteresse. Ao contrário, os relatos demonstram entrega ao que fazem. Lynch (1965, 32) identificou como próprio da emoção esperança a capacidade de manter o futuro em aberto à experiência e à vitalidade. Assim, quando Dríade diz que a *NINJA* pode virar qualquer coisa (“Talvez o *Mídia NINJA* não precise mais existir, talvez ele fique e se transforme num time de futebol”), antes de ser desinteresse sobre o futuro, expressa confiança na potência de transformação (“A gente já foi tanta coisa ao longo da construção do *Mídia NINJA* que isso nos dá a calma de saber que ano que vem a gente pode ser outra coisa”), logo, é uma atitude de quem sente esperança e permite que o objeto de sua dedicação adquira novas formas e contornos e não seja uma relíquia do passado. “Ter esperança implica que aquilo que espero e defendo pode não acontecer” (PIEPER, 1969, p. 20). A incerteza faz parte da atualização da esperança, algo que ocorre sempre no presente e que pode desdobrar-se como confiança no futuro (HAGE, 2003; AHMED, 2017).

A esperança de que as coisas podem ser diferentes, de que o mundo pode tomar diferentes formas, de que se pode ser um outro e ter uma outra vida, faz com que os ninjas

possam fazer do envolvimento um momento de prazer. E das formas diretas do midiativismo uma reclamação de existência por meio de laços afetivos.

Na *Mídia NINJA*, a esperança é combustível para que permaneçam engajados numa “missão” reconhecidamente difícil (“Eu sei que a gente é uma experiência radical” – Dríade Aguiar). Para além da busca de realização profissional, circula entre os ninjas uma emoção de esperança em relação a própria vida (“Eu não saberia viver de outro jeito” – Clayton Nobre). Nesse arranjo, a esperança sobre a vida é determinante sobre a comunicação (“A nossa produção de comunicação é um reflexo da nossa vivência - e não o contrário” - Dríade). Logo, a comunicação resultante não pode ser compreendida se não se compreende o modo de vida no coletivo. E não há algo a ser compreendido, analisado, purificado, separando-se vida e atividade – o que exige um olhar para as emoções.

CAPÍTULO VIII. AMOR INTENSO: vínculos sociais e afetivos, pressões e constrangimentos.

Neste último capítulo de análise, vamos investigar o que acontece na permanência na *Mídia NINJA* para que seus participantes compartilhem um estado como de paixão e compromisso continuado. Nesse ponto da análise, observamos emoções mais difusas, menos pontuais, nem por isso menos intensas, que emergem e estabelecem uma cultura emocional no grupo, instalando uma rede emotiva que afeta os envolvidos, os espaços compartilhados e as ações dos atores.

Para abarcar essa cultura emotiva localizamos cinco pontos de entrada principais, observadas com base nos estudos de vínculos e de movimentos sociais, que tanto se formam com forte viés emocional, como ajudam a reinjetar sensações no grupo. São eles: a) interdependência e reciprocidade; b) amor, amizade e intensidade; c) orgulho da própria história; d) prazer e alegria e, por fim, e) pressões e constrangimentos, que também se fazem presentes.

8.1. Interdependência e reciprocidade

Os agrupamentos de pessoas se constituem em arenas de trocas e conflitos diversos, que permitem que vínculos sociais e afetivos se formem, no entrelaçamento das relações, marcados por diferentes afetos e pelas consequentes ligações que se constituem a partir desses cruzamentos. Os coletivos, e entre eles a *Mídia NINJA*, com sua efervescência, são espaços por excelência para se observar a formação desses laços sociais.

O vínculo social e afetivo traz a ideia de compromissos mútuos em detrimento da autonomia individual, colocando a interdependência como condição humana elementar e conduzindo as relações no caminho de uma reciprocidade, nem sempre garantida.

Essa reciprocidade pode ocorrer de diversas formas, inclusive negativa, quando o que se “devolve” ao grupo ou a parte dele são, por exemplo, sentimentos de inveja (SABOURIN, 2011). No entanto, as relações sociais e afetivas que almejam uma reciprocidade positiva tentam promover sentimentos de confiança no jogo interacional,

que possibilitam identificações, familiaridades e o surgimento de afetos que reforçam os vínculos.

Por buscarem sustento em sistemas que favorecem a solidariedade, as relações de reciprocidade tidas como positivas se constituem numa resposta antropológica sofisticada ao dilema da interdependência, possibilitando perpetuar vínculos sociais, ao contrário dos vínculos frágeis da relação instrumental (GAIGER, 2016). Dessa forma, a reciprocidade se constitui em uma maneira de sustentar e dar continuidade ao laço social (CAILLÉ, 2002; SABOURIN, 2011).

Na *Mídia NINJA*, a necessária convivência intensa, proporcionada pelas casas coletivas, caixa coletivo e o trabalho por horas a fio, aumenta a possibilidade de os vínculos serem alimentados permanentemente. Assim, ainda que não tenham sido criadas com essa intenção, as casas coletivas se constituíram em um *locus* intensificador de possibilidades de vínculos. Pablo Capilé, na *Imersão FdE/Mídia NINJA*, diz que as casas foram criadas com o objetivo de otimizar recursos, mas reconhece que elas, hoje, dão suporte a uma comunidade coletiva urbana com outras potências (informação verbal).⁸⁸ Nas casas coletivas, os ninjas fixos experimentam interdependência e são estimulados à corresponsabilidades e reciprocidade ao colaborarem tanto nos afazeres de trabalho como nas tarefas domésticas. A ausência de separação entre vida e trabalho e a interdependência tendem a alimentar tanto a convivência como a necessidade de confiança.

O “Cronograma de Revezamento” (Figura 33), instalado nas casas coletivas, por exemplo, distribui funções do dia a dia (cozinha, lixo, banheiro) e estabelece quem vai cumprí-las. Esse processo exige confiança, privilegiando alianças e o espírito de solidariedade. Ao mesmo tempo, expressa uma modalidade específica de engajamento, que vai além da partilha de valores profissionais ou da militância política, mas que indica o vínculo que se cria com os demais habitantes e com o próprio estilo de vida associado à participação na casa.

⁸⁸ Pablo Capilé, na *Imersão FdE/Mídia NINJA*, na casa coletiva de Brasília, em junho de 2017.



Figura 33: Cronograma de revezamento nas casas coletivas, com atividades e responsáveis. **Fonte:** Pesquisa direta, jun. 2017.

As relações de reciprocidade não estão estabelecidas em nenhuma lei, mas são percebidas pelos que se beneficiam com as trocas, funcionando como um código moral, seguido pelos que desejam continuar a usufruir dos benefícios, que vão de necessidades práticas – um local para viver – às mais subjetivas – as relações que estabelecem e que contribuem em diversos sentidos, criando laços de amparo e fortalecendo relações.

Nas casas coletivas o que se recebe enseja prestações mútuas que devem repousar na vontade de manter vínculos, realimentando o ciclo de prestações. O fato de não haver salário para os ninjas, e sim benefícios proporcionados pela casa e a vida em conjunto, se constituem em “favores” nunca pagos monetariamente, o que mantém as dívidas em aberto e os vínculos ativos, no que é chamado pelos estudos de reciprocidade como endividamento perpétuo positivo (GOUDBOUT, 1998; CAILLÉ, 2002).

No mesmo sentido das corresponsabilidades expressas no Cronograma de Revezamento, também há lembretes de coobrigações por todos os ambientes das casas, com recados como: “Colabore e use! Só não abuse”, “Cuide desse espaço, que ele cuida de você” ou “Registre todos os seus custos no livro caixa. Traga nota fiscal ou recibo. Anote com seu nome. A transparência é essencial para o caixa coletivo”⁸⁹ (Figura 34). Esses recados reforçam a condição de interdependência, enfatizando as corresponsabilidades da vida em comum. Sobre as relações de interdependência, Gaiger

⁸⁹ A entrevista com Oliver Kornbliht aconteceu numa lanchonete de conveniência em um posto de combustível no bairro Núcleo Bandeirantes, em Brasília. Ele pediu um suco e, ao pagar, solicitou a nota fiscal para as prestações do caixa coletivo.

(2016) argumenta nelas a ideia é trabalhar com o outro e não contra o outro e, assim, todos ganham, ajudando a perpetuar vínculos, que favorecem a solidariedade e onde experiências alternativas encontram sentido.



Figura 34: Recados com estímulos à corresponsabilidade, Casa das Redes, Brasília – DF. **Fonte:** Pesquisa direta, jun. 2017.

Atividades abertas ao público, como a Imersão que acompanhamos, ocorrem com certa frequência, abrindo as casas coletivas, por meio de convocatórias, para colaboradores ou interessados que não são moradores. Essas atividades ajudam a integrar coletivos e pessoas e a compartilhar processos de forma sistematizada (FOLETTTO, 2017), além de serem importantes para atrair e treinar novos participantes. Resultam em oportunidades de criar novos vínculos e fortalecer vínculos já existentes.

Nas casas coletivas, além da divisão de trabalho há sistemas de rodízios que revezam quem fica na base - como se referem a quem executa as ações nas casas coletivas, que inclui tanto as atividades relativas ao trabalho como os afazeres domésticos -, e quem fica no trabalho de rua.

O sistema de rodízio também deixa clara a interdependência, que exige reciprocidade e que se manifesta nos afazeres do dia a dia. Tanto cotidianamente como em dias de atividades abertas, a alimentação é produzida coletivamente (Figura 35) e os momentos de refeição são partilhados, contribuindo no sentido de estimular vínculos.



Figura 35: Almoço servido coletivamente, Casa das Redes, Brasília – DF.
Fonte: IMERSÃO FORA DO EIXO E MÍDIA NINJA, jun. 2017.

O fato de criarem os filhos de forma coletiva aumenta as relações de interdependência e a necessidade de reciprocidade. Se a chegada desses novos elementos às casas pode levar a adaptações ou até a rompimentos nas relações, por outro lado, pode solidificar ainda mais os vínculos dos que permanecem na configuração coletiva.

A fala de Isis Juvêncio é explicativa sobre interdependência e expectativa de reciprocidade geradas nos sistemas de rodízio de trabalho e na criação dos filhos:

Desde que entrei no Fora do Eixo, que virou *NINJA*, eu já passei por muitas coisas, de ser uma das pessoas da sustentabilidade (se refere as formas de financiamento), mas também um dos pilares de casa, de em determinados momentos tá menos botando a cara e aparecendo no *NINJA*, mas estando em casa, fazendo comida, na base de outras pessoas, não estando na rua e, em alguns momentos, trocando de posição. Eu acho que ser ninja é ser um pouco de tudo isso: você ser protagonista em alguns momentos, mas também conseguir tá bem na base de todo mundo em outros momentos. Enquanto eu tava em São Paulo, nessa vivência da cobertura, trabalhando na eleição, eu era uma das caras do time da campanha presidencial (trabalharam na campanha presidencial de Guilherme Boulos e Sônia Guajajara à presidência 2018). Mas tinha gente aqui em Brasília, cuidando do Inácio (filho), pra eu poder tá em São Paulo tranquila, podendo fazer esse trabalho. Aí, em determinado momento isso se inverte: eu volto pra Brasília, pra poder ficar aqui na base com as crianças, pra Lou (Louise, mãe de outra criança), que ficou esse tempo todo aqui, poder ir pra Argentina e trabalhar no encontro de mulheres, que é uma das coisas que ela tá fazendo. Em determinado momento, quando eu vou viajar e vou ficar seis meses fora, porque vou trabalhar, não é um conflito o Inácio ficar, tanto pra mim, que sei que ele está bem cuidado, como pras pessoas que ficam e entendem que não é um abandono. E ele entende que não pode simplesmente fazer o que quer porque a mãe não está aqui. A gente tem

um pacto de um método que a gente vai criando que, independente de eu estar ou não, a gente vai seguir esse método, e isso vai ser mais pensando no bem-estar da criança do que necessariamente no que é bom pros adultos [...]. O nosso método pra criar as crianças foi vindo de conversas, de acúmulos nossos, de pactos com todo mundo (Isis Juvêncio, 15 de novembro de 2018).

A chegada das crianças não foi algo planejado, mas rapidamente o coletivo se adaptou para recebê-los. Eles são tidos como filhos coletivos, com todos assumindo corresponsabilidades e estabelecendo relações onde as crianças são cuidadas de forma amorosa. Há uma preocupação em envolvê-las na vida coletiva de forma natural. Nas atividades para público externo realizadas nas casas coletivas, as crianças circulam com naturalidade, não sendo estranhas às atividades ou aos participantes (Figura 36).



Figura 36: Criança ao lado de Pablo Capilé na Imersão FdE/Mídia NINJA. Na cadeira, Maria Zezé, Coordenadora do MTST. **Fonte:** Pesquisa direta, jun. 2017.

No dia a dia há uma atenção com tarefas de necessidade própria da criação de filhos, bem como com atividades de lazer direcionados aos pequenos. No quadro de revezamento que vimos (Figura 33) o item “gurizada” diz respeito a quem deve “cuidar” das crianças naquele dia, o que inclui levar na escola, por exemplo. A responsabilidade ainda exige tabela específica, com horários rígidos que estabelecem hora de almoço, jantar, banho, dormir (Figura 37). Essa organização indica um pragmatismo para que deem conta de todas as tarefas. Revela também o compromisso com a interdependência que não só torna a realização das tarefas possível, mas vai criando vínculos.



Figura 37: Tabela com atividades relativas às crianças da casa.
Fonte: Pesquisa direta, jun. 2017.

Na atenção ao lado lúdico da infância, os ninjas incentivam, entre os brinquedos, peças artesanais (Figura 38), produzidas em colaboração com as crianças.



Figura 38: brinquedos artesanais de crianças da Mídia NINJA.
Fonte: IMERSÃO FORA DO EIXO E MÍDIA NINJA, jun. 2017.

Na comemoração do aniversário de cinco anos de uma das crianças residentes em casa coletiva, o texto fala do “primeiro dos nossos filhos criados coletivamente, que nasceu e sempre morou em casa coletiva” (Figura 39).



Figura 39: Sobre aniversário de criança criada coletivamente.
Fonte: CASA DAS REDES, nov. 2017.

Assim como os ninjas adultos têm uma vida itinerante, onde podem circular nas casas coletivas, as crianças também são incentivadas a adotar esse modelo. O próprio texto da figura 39 explicita essa mobilidade ao dizer: “Paulistano, passou uma temporada no interior do Rio [...], mora atualmente na Casa das Redes, em Brasília”. No período dessa pesquisa, essa criança deixou a mãe morando em Brasília e passou a morar na casa coletiva do Rio de Janeiro. Isis, a mãe, diz que a decisão foi tomada coletivamente. Em sua resposta também transparece o peso da posição de Pablo Capilé, o que nos remete a pensar na tensão entre horizontalidade e lastro (mencionada no capítulo V, seção 5.1.2 Tendência a horizontalidade) .

A gente pensou que podia ser um movimento interessante pra ele. Ele sempre esteve comigo desde que nasceu, nos lugares onde eu estou [...]. Aí, no final do ano passado (2017), a gente começou a pensar em cima desses métodos mesmo que a gente foi vendo. O Benjamin é uma criança que as vezes demonstrava muito medo de umas coisas, era muito apegado, tinha uma relação muito forte comigo, por mais que vivêssemos num ambiente coletivo [...]. E a gente começou a perceber que talvez ele precisasse criar outros vínculos, entender como acionar outras pessoas e se desenrolar um pouco mais, ter mais autonomia. E ele tem um carinho e um vínculo muito forte com Pablo, e Pablo tava no Rio e sugeriu: o Benja podia ficar um pouco no Rio, tipo uns dois meses, pra gente ver o que acha. E aí ele foi pra ficar um período e a gente falou ‘ah, vamos testar, vê se ele fica esse ciclo inteiro’. Então a gente matriculou ele numa escola lá, e ele ficou esse período lá. E foi pensando nisso mesmo: na importância dele criar vínculos, se desenvolver e estar com outras pessoas [...]. Mas foi bacana, foi legal

ver a experiência dele em outra casa, com outras pessoas, outro ambiente (Isis Juvêncio, 15 de novembro de 2018).

Os ninjas afirmam que discutem sobre a vivência coletiva com filhos e admitem que ela exige muitas negociações, atravessadas por afetos, que os jornalistas de mídia convencional desconhecem.

As jornalistas que têm filhos e trabalham em veículos têm outra relação com os colegas, não necessariamente todo mundo que trabalha com ela tem uma proximidade com a criança. Ela tem a vida dela dentro da redação e a vida pessoal é outra. A filha tá na escola e ela passa e pega e tem as pessoas que cuidam, e aquilo não necessariamente influencia na relação ou criação do filho [...]. Você tem uma divisão: quando você sai da redação, encerra aquilo e vai pra sua casa, você entra num outro ambiente. E a gente é o mesmo ambiente, porque nossa casa é também a nossa redação [...]. Então quando tem, sei lá, esses atos que acontecem no Brasil inteiro, e a gente fica das 9 da manhã às 10 da noite acompanhando cobertura [...], como a gente mistura isso e consegue trazer leveza? Porque também não dá pra você entrar num ritmo de “ah, eu tô aqui na cobertura, então não faço almoço, não posso levantar daqui, não posso parar”. E como você vai balancear? Você tem que acompanhar a cobertura, mas também tem a casa pra gerir, as crianças pra comer, dar banho e tal, tem que fazer comida, arrumar a casa, comprar água, fazer as compras. A gente vai conseguir equilibrar isso negociando: tem um dia que eu vou ficar o dia inteiro acompanhando cobertura, mas amanhã eu posso fazer o almoço [...]. São várias coisas de você pensar no coletivo (Isis Juvêncio, 15 de novembro de 2018)

Se a vivência coletiva com filhos é discutida internamente, Clayton Nobre diz que evitam discuti-la com pessoas externas da casa. Assim, essas reflexões raramente extrapolam o ambiente em que convivem, pois eles consideram que testam um formato novo, ainda com incertezas e inseguranças, e temem ser incompreendidos.

Todos nós nascemos num modelo de família tradicional, heteronormativo, com papéis de gênero muito determinados [...]. Essas são as primeiras crianças – dentro do Fora do Eixo e *Mídia NINJA*, claro, porque existem várias outras comunidades por aí com filhos nascendo num processo de vida coletiva, então é uma ideia que não é tão nova assim [...]. Mas é uma experiência muito nova pra gente e por isso a gente fala muito pouco dela, até porque ela é uma experiência que tem uma propensão grande das pessoas olharem com maus olhos, “como assim, filhos coletivos?!” A gente tá começando a querer quebrar um pouco essa ideia de maternidade e paternidade como as pessoas tradicionalmente pensam. Essa é uma quebra que a gente quis fazer de cara quando começaram a nascer filhos na rede. Aquele filho ali não vai ser responsabilidade só daquela mãe, a gente vai trabalhar uma maternidade e paternidade coletiva que vai ser muito interessante. É uma experiência muito nova e por ser nova a gente fala pouco, porque a gente não tem muito *know how* pra falar sobre isso (Clayton Nobre, 14 de novembro de 2018).

Ser incompreendido não deixa de fazer parte do modelo *outsider* (BECKER, 2008) que os ninjas adotam conscientemente. A narrativa de Marielle Ramires se refere ao período logo após a entrevista no programa Roda Viva, mas ilustra o fato de que os ninjas lidam com a questão de se considerarem incompreendidos: “Tanto a esquerda quanto a direita não entendiam a gente. Parte da esquerda, mais sectária, achava que a gente era hiper capitalista. A direita achava que a gente era comunista: mora em casa coletiva, tudo com cara de hippie. Ninguém entendia o que era aquilo” (Marielle Ramires, 24 de junho de 2019).

Ser um *outsider* não deixa de trazer um certo charme a forma como esses atores se enxergam, que se veem como diferentes, especiais, distintos (LORDON, 2015), o que também contribui para formar laços entre esses personagens.

Todas essas condições de interdependência e oportunidades de reciprocidade, que também funcionam como pressões sobre a unidade do grupo, extrapolam relações superficiais e criam e expandem vínculos sociais e afetivos. Com isso, fortalecem o compromisso com o tipo de vida que elegeram que, para ter continuidade, solicita o apoio mútuo e o compartilhamento de afetos.

8.2. Amor, amizade e intensidade

Quando os ninjas se referem à sua experiência na *Mídia NINJA*, sentimentos como amor e amizade são narrados como capazes de energizar o grupo e mover essas pessoas a estarem juntas. Os relatos de Raíssa Galvão e Ricardo Targino são fartos em explicitar emoções, com uso de termos como: processo de cura, sentimentos, afetos, “A gente se olhava e sentia cada desejo, cada sonho”, “Quem colocou vida e coração à serviço das causas que acreditamos” (Figura 40)⁹⁰ e “no amor eu vivo, existo e me movo” e agradece

⁹⁰ As publicações de cunho pessoal tornaram-se mais recorrentes nas páginas de Facebook de modo geral a partir de 12 de janeiro de 2018, quando esta plataforma promoveu alterações em sua política de publicação e visibilidade, privilegiando posts de amigos em detrimento do de companhias, marcas e empresas de notícias. O Facebook reagiu às críticas e afirmava querer promover os conteúdos significativos para os usuários. Por outro lado, tentava “monetizar a internet” – termo que se tornou quase um jargão – buscando impor o pagamento da promoção de conteúdos de empresas. Ainda que os ninjas tenham percebido nessa alteração uma oportunidade de promover postagens de caráter emotivo, eles já usavam esse tipo de publicação, apostando em interações orgânicas. As fotos que sempre acompanham esses textos também estão impregnadas de emoções. As inferências emocionais aparecem constantemente também nas entrevistas dos ninjas, levando-nos a crer que, mais que uma estratégia de visibilidade, as emoções fazem parte de um modo de viver e atuar. Para saber sobre a alteração na política de visibilidade do Facebook, acesse: Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/facebook-vai-privilegiar-posts-de-amigos-parentes-noticias-terao-menos-espaco-22280790>. Acesso em: 30 set. 2019.

ao “Fora do Eixo e *Mídia NINJA*, onde minha existência coletiva é também meu processo de cura” (Figura 41).



Figura 40: Raíssa Galvão, sobre sentimentos junto ao coletivo.
Fonte: GALVÃO, R. 26 jun. 2018

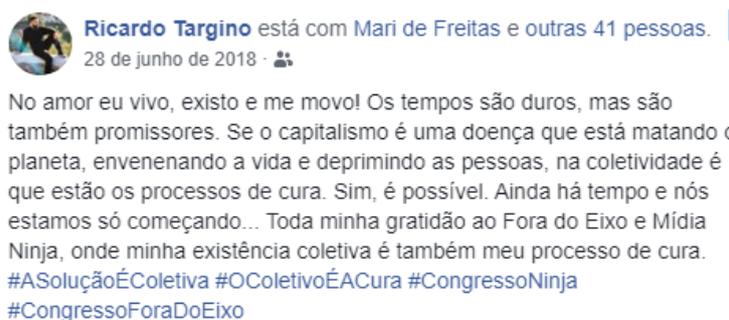


Figura 41: Ricardo Targino, sobre sentimentos junto ao coletivo.
Fonte: Ricardo Targino. 28 jun. 2018.

Para Freud (1961), o amor está sempre presente como um laço afetivo crucial para a formação da subjetividade como também para a socialidade e até para a civilização. Segundo esse autor uma técnica usada para buscar evitar sofrimento é “converter o amor em centro de tudo” (FREUD, 1961, p.29), o que também envolve idealizações.

O sentimento amoroso, observou Ahmed (2017), é importante porque permite a um grupo se associar a bons sentimentos e a valores positivos, como a solidariedade e a preocupação com o bem-estar dos demais. A autora atenta que um grupo unido por amor pode se tornar “um projeto de redenção ou salvação dos outros amados” (AHMED, 2017, p.193) – o que implica em riscos de uma adesão acrítica dos atores envolvidos ou de levar ao engolfamento (SCHEFF, 2006), quando os atores mergulham tão profundamente em processos emocionais que podem ver-se afogados em sensações e alheios a avaliações críticas, tornando-se cegos às demandas externas.

Ahmed (2017) diz que não se coloca contra o amor nem quer dizer de que maneira o amor deve funcionar, pois reconhece que um sentimento amoroso e a alegria de estar junto aos seus, tem significado e pode dar sentimento à existência, ser uma comprovação de que existe algo ou alguém por que vale a pena viver. A importância do sentimento amoroso está em produzir afetos na textura da vida cotidiana e nas relações sociais, criando vínculos (AHMED, 2017).

Diversos relatos dos ninjas fixos revelam relações atravessadas por sentimentos intensos, onde se destacam a sensação de forte amizade, cumplicidade, de não estar só. Para Koury (2017) amizades intensas são sentidas como eternas ou desejadas que assim pareçam, produzindo relações sociais e morais marcadamente emotivas. No relato de Isis Juvêncio há a percepção de amizades especiais, indo além das trocas de trabalho e constituindo “relações de vida”.

A gente tem uma cumplicidade muito grande, uma amizade muito forte, são pessoas de confiança [...]. O sentimento é de que eu posso confiar em todas as pessoas que estão comigo. Independente do que acontecer, todas as pessoas que estão ali, é um pelo outro, sabe? [...]. A gente tem um nível de entrega um com outro, de saber que você pode fazer qualquer coisa, que tem sempre alguém por você, que não vão te deixar na mão, assim como você não vai deixar o outro na mão (Isis Juvêncio, 15 de novembro de 2018)

As muitas horas de convivência, sem distinguir trabalho e vida, confere aos ninjas uma condição de intensidade pouco experimentada em outras formações.

Pra gente não tem essa distinção (vida e trabalho), não tem “horário” do trabalho (fala com ênfase). Se você chegar agora (por volta de 17h), vai ter uma galera trabalhando, outra fazendo a comida, outra assistindo TV. E você vai chegar duas da madrugada e tem uma galera trabalhando. A gente não tem um horário fixo - de 9 ao meio dia, uma hora de descanso. Não! Vira uma coisa só: vida, trabalho, militância, amor, paixão - é tudo uma coisa só. E a gente é muito dedicado, a gente

rala pra caralho, é muito focado, temos uma capacidade de trabalho muito grande (Oliver Kornblihtt, 15 de novembro de 2018).

Vários relatos identificam essa condição de não haver separação entre trabalho e vida e de estarem disponíveis 24 horas. Paradoxalmente, ao tempo em que afirmam essa disposição ininterrupta, os participantes também afirmam a sensação de liberdade revelada em relatos como “Nós somos muito livres” (Marielle Ramires, 24 de junho de 2019) ou “O meu tempo é todo meu” (Oliver Kornblihtt, 15 de novembro de 2018).

Essas narrativas permitem constatar que os ninjas experimentam recompensas que geralmente não encontrariam em outras estruturas de trabalho. Marielle Ramires expõe essa condição: um reconhecimento de que trabalha muito, mas ao mesmo tempo a sensação de encontrar gratificações no fato de não ter chefes, poder exercitar a criatividade, não precisar responder à uma editoria com pressões econômicas e ainda poder flexibilizar horário, o que pode levar essas pessoas à sensação de amar intensamente a atividade que lhes permite essa condição, ao final, traduzido por Marielle como “sente muito tesão por aquilo que a gente faz”.

Eu tava falando esses dias com um jornalista e ele disse “eu sempre busquei um local pra trabalhar onde eu pudesse criar, inventar, não ter chefe, e conseguir contar uma história...”. E tudo o que ele tava falando é a nossa vida, entendeu? [...] Nós somos muito livres! Não temos um chefe, um poder econômico que vá nos orientar [...] Trabalhamos muito, o tempo todo, mas a gente sempre fala que a adesão é livre, consciente e esclarecida [...]. Às vezes, quem não optou por isso, acha que trabalho é aquela coisa ruim, que você trabalha oito horas, e no fim de semana vai tomar uma cerveja. A gente pode tomar uma cerveja numa segunda, numa terça, e pode viajar. E a gente é muito desterritorializado, circula o tempo todo. São opções que a gente faz e a gente sente muito tesão por aquilo que a gente faz. Não tem uma separação, é um trabalho que possibilita a vida, pra gente trabalho é vida, sempre foi. (Marielle Ramires, 24 de junho de 2019)

Marielle ainda avalia as emoções experimentadas como um processo necessariamente racionalizante e ao mesmo tempo de aperfeiçoamento emocional.

Além de tudo você se desafia a aperfeiçoar uma inteligência emocional que é fundamental no processo da vida, né? Se você passa por aqui (casa coletiva) sai com uma capacidade de lidar com gente que é muito superior àquela que você chegou. Você tá morando com um monte de gente que acaba sendo a sua família, mas ao mesmo tempo tem que racionalizar as relações, você não vai sair batendo porta, não tem isso numa casa coletiva. É um processo muito dialógico, muito racional, você conversa muito e coloca muitas questões em discussão também. É um processo de aperfeiçoamento emocional muito forte mesmo. Eu diria que é uma puta escola. Do ponto de vista emocional, humano, subjetivo, é incrível! (Marielle Ramires, 24 de junho de 2019).

O gosto pelo que fazem, pelas relações que estabelecem, é alimentado na intensidade do convívio, compreendido como a “sua própria família”, a que criaram ou conquistaram, com laços que podem ser superiores aos consanguíneos, como relata Lenissa Lenza:

Você se vê com amizades mais sinceras, com pessoas mais prontas pra te ajudar quando você precisa, que nem sempre você tem na sua família convencional. Então você se vê com muita gente mais compromissada e pronta a te dar coisas melhores (Lenissa Lenza, 23 julho de 2019).

A referência à família está em várias publicações, a exemplo da seguinte, de Oliver Kornblihtt (Figuras 42), ilustrada com várias fotos e a legenda “domingo em família”.



Figura 42: “Domingo em família”.
Fonte: KORNBLIHTT, O. 06 ago. 2017.

As casas coletivas são um espaço real – chegando a ser extremamente pragmático e exigente, a exemplo das regras a cumprir para criarem os filhos – mas também um espaço ideal ou idealizado, quando se permitem uma experiência de trabalho diferente

dos ambientes convencionais e que se assemelham a momentos de vida em família. As imagens a seguir (Figuras 43 e 44) remetem tanto ao espaço real como ao ideal.⁹¹



Figura 43: mesa de trabalho na casa coletiva de Brasília.
Fonte: IMERSÃO FdE/MÍDIA NINJA, jun. 2017.

⁹¹ Quando estudou o ambiente de trabalho de jornalistas, com seus prédios, configurações de espaços internos e até objetos utilizados, Le Cam (2014) observou que, ainda que fotografias tornadas públicas sejam escolhidas e possam pertencer a uma discursividade social que deseja promover uma imagem para uma organização, essas cenas também terminam por revelar como os lugares se tornam territórios internalizados pelos indivíduos pertencentes a estes lugares. Pensando assim, ninjas e seus espaços vão se parecendo um com o outro.



Figura 44: Ambientes de trabalho como espaços de vida familiar.
Fonte: LENZA, L., 16 jul. 2019.

Os colaboradores que não vivem nas casas coletivas têm nos eventos constantes que ocorrem nessas casas e nas coberturas de rua a oportunidade de viver situações já propícias aos vínculos emocionais. A maioria dos participantes destas atividades são muito jovens e têm na *Mídia NINJA* a chance de realizar suas primeiras coberturas e de ver seu trabalho circulando com a possibilidade de repercussão que raramente alcançariam nesse estágio da vida profissional. Assim, experimentam uma emoção em participar e em se integrar ao grupo ou causa, que relatam como uma experiência intensa, o que favorece os vínculos.

Bárbara Marreiros, estudante de jornalismo no Piauí, que já fez coberturas de rua em vários estados, expressa sua experiência revelando o componente emocional envolvido ao usar expressões que sugerem um sentimento à flor da pele. Na cobertura “Ocupa Brasília”, contra a PEC que congelou investimentos em educação, no final de 2016, ela conta sobre uma foto que fez: “Já foi no final da manifestação, a gente tava no gramado e o palácio lá embaixo, e tinha um helicóptero rondando, a cavalaria do lado. Foi uma loucura!”. Outro termo usado pela estudante para descrever suas experiências é “foi uma explosão pra mim” – esta sobre quando conheceu a *NINJA* e participou pela primeira vez de uma cobertura colaborativa, em Fortaleza (Bárbara Marreiros, 19 de dezembro de 2018).

Esses sentimentos intensos e a possibilidade de novamente vivê-los ajuda a criar e manter laços. O depoimento seguinte, colhido numa noite na Imersão, na casa coletiva de Brasília, é exemplar disso. Enquanto os ninjas relaxavam, jogavam, preparavam lanches e bebidas, na área externa da casa, um telão permanentemente ligado exibia imagens de várias coberturas já realizadas (remetendo a orgulho da própria história, como iremos ver na seção seguinte). Ao ver algumas das imagens, Chrystal Méndez, colaboradora, falou com entusiasmo: “Era aí que eu e Érika estávamos, vei! Era aí que a gente tava! Olha os helicópteros atirando de fuzil! A gente tava lá!” (informação verbal).⁹²

Na *Mídia NINJA*, observa-se amor pelo que fazem e pela vida vivida, que é diferente de uma vida banal, e que favorece e é favorecida pela cultura emotiva instalada. Os ninjas estabelecem uma relação com as atividades como visceral – com paixão, entusiasmo, intensidade -, ultrapassando a necessidade de uma vida de trabalho. Eles usam a emoção para construir um projeto que é de comunicação alternativa, mas também de família, de vida.

8.3. Orgulho da própria história

A valorização da própria história é uma forma de conferir importância ao construído e de reafirmar os sentimento que os fazem permanecer juntos e em ação. Esse orgulho de narrar a história percorrida é recorrente na *Mídia NINJA*. As diversas atividades, como imersão, oficinas, palestras, se tornam oportunidades de memorizar as histórias de sua formação e de momentos importantes. “Se a gente não contar a nossa história, quem vai contar?” (informação verbal)⁹³. Os mesmos episódios são muitas vezes recontados, sempre que possível com o auxílio de fotografias e vídeos. Rememorar a própria história valoriza o percurso e busca legitimar as conquistas.

Para Koury (2004, 2006), recontar a própria história serve também como lembrança da entrada e pertencimento a um grupo, sendo encarado como uma espécie de renascimento do indivíduo, de modo que há um antes e um depois, muitas vezes rememorado e performatizado. Além de estimular o orgulho do pertencimento, essa rememoração constante pode exercer constrangimentos a permanecer no grupo. Assim, contar a própria história repetidamente é também um processo atravessado por diferentes emoções.

⁹² Chrystal Méndez, na Imersão FdE/*Mídia NINJA*, na casa coletiva de Brasília, junho de 2017.

⁹³ Clayton Nobre, Oficina *Mídia NINJA*, na UnB, Brasília, 10 de outubro de 2017.

Na publicação de Pablo Capilé (Figura 45), ele celebra o prazer de estarem juntos há mais de dez anos, e rememora: “já passamos por muitas aventuras incríveis em comunidade”, lembra que “as crianças tão crescendo” e finaliza: “tá incrível, como sempre”. A rememoração da história conjunta reflete prazer, orgulho e também pode induzir a pressões e constrangimentos que pesam sobre os que, por acaso, queiram deixar de pertencer ao grupo.



Figura 45: Pablo Capilé, sobre estarem juntos há mais de dez anos.

Fonte: CAPILÉ, P., 10 set. 2017.

As histórias contadas dão preferência aos momentos vitoriosos, “incríveis”, e é comum que se constituam em relatos emocionais e que almejam os vínculos. Os ninjas voltam muitas vezes aos mesmos episódios: contam repetidamente sobre Junho de 2013, sobre a greve dos garis, em São Paulo; sobre a cobertura do golpe de 2016 e seus desdobramentos e outros momentos considerados importantes. Voltar a essas histórias é relembrar de onde vêm, que histórias têm, reafirmando compromissos.

Entre os episódios recobrados está a entrevista de Pablo Capilé e Bruno Torturra ao programa *Roda Viva*, da *TV Cultura*, lembrado com orgulho nessa narrativa:

Em 2013 teve um momento importante que foi o Bruno e o Pablo numa entrevista pro *Roda Viva*. Foi incrível! Ficou todo mundo: “o que é aquilo?!”. As pessoas pensavam que ali estariam dois bobos, dois meninos, e eles chegam com aquela leitura sofisticada sobre o momento que a gente tava vivendo. Depois daquilo a gente teve uma sabatina muito forte, por conta do Fora do Eixo. Quando a gente veio pra São

Paulo, as pessoas falavam: São Paulo é uma esfinge: ou vocês decifram ou ela te devora [...]. De fato, quando a gente vai pro *Roda Viva*, sofre uma saraivada na sequência e muita gente questionando o nosso modo de vida, em especial (Marielle Ramires, 24 Junho de 2019).

Em abril de 2018, Oliver Kornblihtt rememorou dois anos de golpe no Brasil, apontando as dificuldades que o país encontrava, mas que, segundo ele, os ninjas têm enfrentado, atuando “no coração do golpe” (Kornblihtt faz cobertura no Congresso Nacional, em Brasília) e junto a “centenas de ninjas, dentro e fora do congresso”, com “imagens, textos, transmissões e vídeos” (Figura 46). A publicação marca o ex-deputado Jean Wyllys, é marcadamente emocional e enaltece o que os ninjas, “guerreiros”, estão fazendo, como destacado abaixo:

Faz dois anos que este e outros deputados valentes gritaram na cara de Cunha e para todo o país que isto era um GOLPE! Faz dois anos que estou dentro do plenário, no coração do Golpe, escutando uma merda como Bolsonaro dedicar seu voto hipócrita a Deus, a família (heteropatriarcal, claro) e a pátria. Faz dois anos, centenas de NINJAS, dentro e fora do congresso, por todo o país, construímos imagens, textos, transmissões e vídeos para narrar o que os grandes meios (golpistas, claro) não mostravam. Seguimos ao lado desses e outros guerreiros, lutando para que volte a democracia no Brasil. Seguimos gritando #NãoVaiTerGolpe que hoje se converte em #LulaLivre e #MariellePresente. Em dois anos de Golpe, crescemos, seguimos e resistimos!!!

 **Oliver Kornblihtt** está com Jean Wyllys.
17 de abril de 2018 · 🌐

Hace 2 años estos y otros diputados valientes le gritaron en la cara a Cunha y a todo el país que esto era un GOLPE!

Hace 2 años me tocó estar adentro del plenario en el corazón del Golpe escuchando a un mierda como Bolsonaro dedicarle su voto al torturador de Dilma. Escuchando cientos de veces diputados dedicar su voto hipócrita a Dios, a la Familia (Heteropatriarcal, claro) y a la Patria.

Hace 2 años cientos de NINJAS, dentro y fuera del congreso, por todo el país, construimos imágenes, textos, transmisiones y videos para narrar lo que los grandes medios (golpistas, claro) no mostraban.

Seguimos al lado de esos y otros guerreros, luchando por que vuelva la democracia en Brasil. Seguimos gritando el #NaoVaiTerGolpe que hoy se convierte en #LulaLivre y #MariellePresente.

A 2 años del Golpe, crecimos, seguimos y resistimos!!!!

Fotos: [Mídia Ninja](#)

[Ver tradução](#)



Figura 46: Oliver Kornblihtt, sobre dois anos de golpe no Brasil e a cobertura da *Mídia NINJA*. **Fonte:** KORNBLITT, O. 17 abr. 2018.

Em publicação pessoal, Talles Lopes rememora os sete anos de criação da casa coletiva em Belo Horizonte, inaugurada em abril de 2012, quando ainda só se articulavam em torno do Fora do Eixo (Figura 47). Ele diz que há 7 anos iniciavam “um ciclo novo em BH com a Casa Fora do Eixo. Muitas histórias e encontros marcaram este ciclo”. Talles se pergunta o que vem pela frente e responde: “Não sei, mas tenho certeza que será incrível como tudo que vivemos juntos...”.



Figura 47: Talles Lopes, rememora inauguração de casa coletiva em Belo Horizonte.

Fonte: LOPES, T., 4 abr. 2019.

Depois de cobrirem a Caravana Lula pelo Brasil no Nordeste, *Mídia NINJA*, *Jornalistas Livres* e *Brasil de Fato*, produziram um amplo material com fotos, relatos e vídeos sobre essa cobertura (Figura 48)⁹⁴.

⁹⁴ A cobertura completa, com ensaios fotográficos, vídeos e textos está disponível em: <https://medium.com/@MidiaNINJA/lula-tomou-um-banho-de-povo-66a7283da792>. Acesso em: 27 out. 2019.



Figura 48: Lula tomou um banho de povo, cobertura colaborativa da Caravana Lula pelo Brasil. **Fonte:** MÍDIA NINJA, 10 set. 2017.

Oliver Kornblihtt compartilhou esse material com um texto pessoal que revela o caráter emocional que a experiência teve sobre o fotógrafo argentino. Com título “Eu vi outro país”, o texto é pura lembrança e orgulho da história vivida, narrado com emoção e finalizado com referência ao grupo ninja, que pode indicar tanto um reconhecimento como uma espécie de prestação de contas, dadas as pressões que um grupo coeso exerce, ainda que de forma dissimulada. Destacamos trechos em que se pode perceber esses pontos.

Foram 5.000 quilômetros percorrendo, junto com Lula, em ônibus, 9 Estados e passando por mais de 60 cidades! Foi uma maratona linda e interminável, de sol a sol nas rotas, caminhos, cidades e povos [...]

Foi estar estes 22 dias com a câmera ao ombro, o olho conectado e o coração na garganta, tentando traduzir em imagens tudo o que estava tendo o privilégio de experimentar. Entendendo que esta caravana é histórica e isso nos coloca diante do desafio enorme da história, de produzir imagens à altura do que estávamos vivendo. Foram muitas as vezes que me encontrei fotografando na maré de gente, doida para chegar até Lula e tocá-lo. Foram muitas as vezes que vi esse homem descer do micro (ônibus) e mergulhar nessa maré de gente, sempre com sorriso, sempre com os braços abertos, sempre com o olhar transparente fazendo um esforço sobre humano, com 72 anos e uma força tremenda [...]. Foram incontáveis as vezes que eu me encontrei chorando e rindo de emoção nessa maré de gente. E foram também momentos mágicos em que o tempo parecia parar, como no domingo à noite em que passamos por uma cidade minúscula no meio do Nordeste chamada Acarí e todo o povo saiu da missa para ver Lula passar, para tocar o ônibus, para abraçá-lo... parecia cena de realismo mágico...de um filme de Fellini ou um conto de Lorca [...].

Volto para a imersão das casas coletivas, valorizando todo o investimento que recebi neste ciclo, aventura após aventura, missão

após missão. E voltando para casa para retribuir, compartilhar e distribuir novamente o valor coletivo mais forte que temos, nossa moeda mais forte, que é a nossa força de trabalho, a capacidade de estar na base, de construir coletivamente. Matar saudades e me reencontrar com as minhas irmãs, irmãos, filhos, pais coletivos nesta grande família que há 4 anos me faz feliz e novamente me faz sentir que estou onde sempre quis estar e que toda a minha força e a minha capacidade de construir estão à disposição para que isso continue crescendo, conectando e se expandindo [...].

Como se depreende no conjunto de relatos, compartilhar a história envolve não apenas o presente, mas também memórias sobre o passado e até antecipações sobre o futuro e promessas de continuidades. Clayton Nobre avalia o sentimento de quem é construtor da história da *Mídia NINJA*, acreditando que essa história é motivo de orgulho e que será melhor compreendida num futuro.

As pessoas que já fazem parte têm um orgulho muito grande de ter contribuído no crescimento da rede, de poder ter construído uma história muito legal, muito bacana, muito frutífera, e muito importante [...]. A gente vai conseguir visualizar melhor isso a partir de mais um tempo, mas a *Mídia NINJA*, se a gente for fazer uma análise, trabalhou muito numa construção importante para o momento que a gente vive hoje. Foram a *Mídia NINJA* e as mídias independentes que contaram a história do Golpe no Brasil. Só daqui a 10, 20 anos, talvez, a gente consiga visualizar de uma forma mais densa o que aconteceu, porque as mídias tradicionais não contaram essa história. Eu acho que a gente tem muito esse sentimento entre nós mesmos (Clayton Nobre, 14 de novembro de 2018).

Contar a própria história se trata também de testemunhar e exigir que os outros escutem a “nossa história”, por isso ela se repete tanto. Para Ahmed (2017), relatar a própria história é uma forma de reconhecimento de si e uma solicitação de reconhecimento por parte do outro.

Ainda que essas narrativas repetidas possam conter estratégias discursivas, elas são também formas de partilhar emoções que vão contribuindo para dar solidez a uma memória coletiva, vão ordenando sentimentos de pertencimento a um espaço comum e dando sentido ao grupo. Koury (2018) localiza em comunidades de afeto uma forte presença de narrativas sobre elas mesmas que, além de servirem de argamassa para as sedimentações intersubjetivas como um local vivido de modo afetivo, produzem, concomitantemente, um código de comportamentos que é também uma forma de controle indireto das posturas, dos sentimentos e ressentimentos que compõem o pertencimento. Narrar a história forma um espelho através do qual os narradores se autorrefletem e se

orientam em relação aos próximos e aos demais, gerando compromissos inerentes ao pertencimento àquela história e aquele grupo (SCHEFF, 2006).

Com a história contada e recontada ainda se transmite aos mais jovens a importância que aquele grupo tem, mostra o esforço que foi construir essa história e repassa o acervo comum acumulado. Aliás, “acúmulo” é uma palavra muito usada pelos ninjas, numa referência a tudo o que vão testando, “arquivando” e compartilhando como conhecimento.

Curiosamente, há uma relação dúbia com a memória. Ao tempo em fazem bastante uso de vídeos e fotos do que foram produzindo e que são exibidos no recontar da história, os ninjas não têm nada muito organizado em termos de arquivos, possuindo uma memória oficial que parece fluída como os dispositivos móveis a que recorrem.

8.4. Prazer e alegria: tudo pode ser festa

Como engajar-se e permanecer em coletivos é um processo exigente, ao qual nem todos estão dispostos, deve tentar ser satisfatório. A *Mídia NINJA* cuida disso, valorizando momentos de festa, comemoração e relaxamento. Eles servem para expandir vínculos, recarregar energias e partilhar emoções, sendo as atividades de integração importantes no “banco de estímulos” de que fala Savazoni (2014).

Os dias de Imersão na casa coletiva de Brasília sempre eram concluídos com atividades lúdicas, preparadas e vividos coletivamente (Figura 49). Essas atividades operam como uma reafirmação simbólica de laços sociais, uma forma de dar sentido à existência e alimentar confiança.



Figura 49: Jogos e atividades lúdicas.
Fonte: IMERSÃO FdE/MÍDIA NINJA, jun. 2017.

Na última noite da Imersão, o arraial junino, com comidas típicas, fogueira e música - tudo produzido coletivamente - foi mais uma oportunidade de circulação de emoções e formação de vínculos sociais e afetivos (Figura 50).



Figura 50: Arraial junino.

Fonte: IMERSÃO FORA DO EIXO E MÍDIA NINJA, jun. 2017.

Duby et al (1974) consideram que é justo que se reconheça o valor do jogo e da festa nas operações coletivamente realizadas, sendo indevido se considerar que as manifestações lúdicas ou litúrgicas não tenham o seu papel e sendo redutor que elas sejam interpretadas tão somente como uma consciência falsa do mundo. Os autores preferem pensar em reafirmação simbólica de laços sociais, numa forma de dar sentido à existência e dispor de regras de convívio, sendo indutoras de ambientes e jogos de confiança, que também ajudam a expandir os laços.

A confiança e lealdade requeridas pela ação coletiva privilegia sentimentos de amizade, amorosidade, solidariedade, prazer (CAILLÉ, 2000). No dia a dia das casas, sempre que possível, os ninjas estão celebrando algo, mesmo pequenas vitórias cotidianas e pessoais, mantendo um espírito festivo quase permanente (Figura 51).



Figura 51: Ninjas na casa coletiva celebrando a amizade.

Fonte: LENZA, L., 16 jul. 2019.

Marielle conta que, quando abrem casa coletiva por temporada, por exemplo, não pensam apenas no trabalho que vão fazer, mas também nos momentos lúdicos, de festa e de (re)aproximação do grupo, permitindo renovar o ânimo e os vínculos. Em janeiro e fevereiro de 2019, em Salvador, buscaram momentos de relaxamento com yoga e de satisfação, com culinária e praia.

Em Salvador foi incrível porque ali, no momento em que o Brasil estava precisando encontrar seus valores, a gente tava fazendo yoga na praia da Barra, tava com uma casa no período de verão, com chef e culinária, porque tem também uma vida, e ela tá conectada à política, e a gente falou: a gente precisa viver, acima de tudo (Marielle Ramires, 24 de junho de 2019).

8.5. Pressões e constrangimentos: nem tudo é festa.

As organizações coletivas são espaços de formação de vínculos sociais, mas também de constituição de pressões e constrangimentos, onde a adesão e continuidade tanto implicam em abraçar alguns modelos e causas, como em abandonar outros, mesmo projetos individuais, uma vez que a formação coletiva tende a se impor sobre as individualidades. Dessa forma, a relação sujeito/coletivo é ambígua, uma vez que está localizada na tensão entre a construção de uma individualidade que se pretende autônoma,

mas que é fundada em um projeto de identidade coletiva, constituindo-se em um jogo complexo, intercutado por avanços e rupturas (KOURY, 2006).

Enriquez (1999) considera que os partidários das estruturas cooperativas ou autogerenciadas insistem na fraternidade com vistas à realização de um grande projeto decidido em comum, mas considera que eles também põem em obra uma forma de poder – que pode ser partilhado pela adesão aos objetivos traçados, mas um poder - e como tal, cumpre uma função imperativa para garantir o grupo. O autor sugere que essa função imperativa pode entrar em conflito com a ideia de potência do indivíduo. Ainda considera que ao implicar os sujeitos numa causa, o funcionamento coletivo exige tempo e energia, fazendo dos membros de um grupo, militantes, muitas vezes manifestando vocação de sacrifício.

“Nem tudo são flores” – resumiu Thiago Meneses (04 de setembro de 2019), sobre a experiência intensa de atuar em coletivo. As dificuldades próprias da convivência não são negadas por ninjas fixos. “As angústias ou as felicidades, tudo é muito compartilhado”, afirmou Clayton Nobre (14 de novembro de 2018), definindo a convivência como um exercício que exige disposição.

Dríade Aguiar (13 de maio de 2019) reconhece que há grandes diferenças individuais entre os ninjas fixos, mas acredita que elas não impossibilitam a convivência. Isis Juvêncio resume o processo como “uma vivência muito intensa que te faz rever muita coisa”. E define o impacto que pode ter o modo coletivo: “Chega uma hora que o processo te joga na parede de um jeito que não tem como” (Isis Juvêncio, 15 de novembro de 2018). Ela considera que é nesse momento que o participante decide se aqueles vínculos são sólidos o suficiente para mantê-lo integrado ao grupo ou não.

Ao longo do tempo alguns participantes abandonam a *Mídia NINJA* e FdE. Há relatos de pessoas que se sentiram enganadas e/ou explorados (SAVAZONI, 2014; FONSECA, 2015). Por outro lado, mesmo com a rotatividade, os que permanecem são em número significativo e tendem a fortalecer vínculos de identidade e pertencimento. Para Enriquez (1999, p.150) “quanto mais a comunidade dura, mais a identidade se fortifica”.

Não é incomum que os coletivos coesos consigam um alto grau de controle sobre seus membros (KOURY, 2006) e que, a partir do momento que um grupo ou comunidade se construa, seus membros tornem-se possuidores de uma identidade que tudo fazem para proteger e conservar (ENRIQUEZ, 1999). Talvez isso explique o comportamento, em geral, arredo, fechado e na defensiva que os ninjas adotam. Para Koury (2006), quando

um grupo se reconhece, evoca sentimentos de pertença, confiança, medos, lealdade e outras emoções, sendo um processo que, uma vez instalado, coloca seus ideais sempre mais altos, multiplicando a necessidade de confiança.

Processo complexo e ambíguo, a participação em grupos coesos não costuma se definir nem pela submissão nem pela emancipação absoluta dos seus participantes. Ao tempo em que o pertencimento a um coletivo reconhecido como a *Mídia NINJA* pode gerar inúmeros benefícios como o estímulo à capacidade de realização e sensações de empoderamento nos indivíduos, também pode exercer pressões morais sobre essas individualidades, constringendo-as à identidade coletiva, que se coloca acima dos indivíduos.

Mesmo que evoquem uma construção afetiva e amorosa, a maneira de atuar em nome do amor pode impor aos outros um ideal particular, requerido a quem deseja fazer parte da comunidade. Para Ahmed (2017) a ideia de um mundo em que todos se amam mutuamente é uma fantasia humanista que dá forma a grande parte dos discursos multiculturais e que é formulada como esperança de que não se estar sozinho, mas cercado pelos semelhantes. A autora alerta que essa não deixa de ser uma forma de amor condicional.

Ou seja: eu amo, se se parece comigo, ou se concorda comigo, ou se pensa ou sente como eu penso e sinto. E o amor condicional pode ser, por si, elemento de pressão, ainda que nem todas as condições precisem ser verbalizadas, pois grande parte delas pode existir de maneira tácita. E ainda que um coletivo discuta suas dificuldades e processos, sempre podem restar interditos. Koury (2018) fala que em formações grupais sempre há coisas que todos sabem que todos sabem, mas ninguém comenta.

Considerações conclusivas: o que o vínculo intenso faz e faz fazer?

Os ninjas construíram uma forma de viver onde as relações são assentadas numa convivência intensa que cria interdependência e almeja reciprocidade. As relações não são inscritas em nenhuma lei, mas observam preceitos morais, éticos e emocionais que exigem confiança e vontade mútua, privilegiando alianças e espírito de solidariedade e objetivando uma convivência de bem-estar coletivo.

O modelo das casas coletivas intensifica as relações de interdependência e os laços afetivos, costurando uma rede de sensações e atuando como, nas palavras de Cefai, Veiga e Mota (2011, p. 35), “anarquias organizadas”. O compartilhar da vida em comum e a

interdependência se manifestam nas várias divisões de tarefas como no quadro de revezamento, nos recados de coobrigação espalhados pela casa (“Colabore e use! Só não abuse”), na alternância de responsabilidades entre quem vai à rua e quem faz tarefas domésticas. Isso tudo expressa um compromisso para além das atividades profissionais, mas um compromisso com o tipo de vida que defendem, que inclui uma cobertura de comunicação de tipo jornalístico, mas não se limita a isso. E que inclui, mesmo involuntariamente, uma cultura emocional.

Os filhos criados coletivamente, com partilha de responsabilidades, tanto aumentam a condição de interdependência, como exigem compromissos que tentam conduzir à desejada reciprocidade, nem sempre alcançada e nem sempre positiva.

Os compromissos ligados às atividades desenvolvidas e a própria vida coletiva requisitam negociações e certamente abrir mão de um estilo de vida para adotar um outro, a qual nem todos estão dispostos, admiram, compreendem, desejam. Os ninjas, por exemplo, não têm quartos individuais e usam roupas coletivas. Conviver com essas condições certamente se reflete numa série de acordos e ajustes que eles têm que pôr em prática e a qual nem todos se adaptam (“Tem uma hora que o processo te joga na parede”, Isis Juvêncio).

Essa vida exigente – como demonstra o quadro de horário para os cuidados com as crianças – é, no entanto, relatada como uma experiência amorosa, onde a amizade e os sentimentos de afeição energizam o grupo, e onde os participantes se sentem envolvidos em laços solidários e se percebem acompanhados (“A gente tem uma cumplicidade muito grande, uma amizade muito forte, são pessoas de confiança [...] Tem sempre alguém por você, que não vão te deixar na mão”, Isis Juvêncio).

O envolvimento intenso pode ser visto como ampliação ou até substituição de laços de parentescos (“Você se vê com amigas mais sinceras, com pessoas mais prontas pra te ajudar quando você precisa, que nem sempre você tem na sua família convencional”, Lenissa Lenza).

O que pode conduzir à reciprocidade positiva é a manutenção dos vínculos amorosos permitida pelo compromisso de apoiar-se mutuamente, partilhar os momentos, corresponder a amizade – para que todos possam usufruir dos benefícios tanto práticos como subjetivos. Entre os ninjas, os relatos são de proteção pelos pares, aceitação e compreensão, que pode levá-los a sentirem-se acolhidos e à salvo. No entanto, nada está garantido, tudo é regulado na convivência, com a mediação de afetos.

A vida intensa expõe relatos onde afirmam estar disponíveis 24 horas e, ao mesmo tempo, narram sensação de liberdade que, acreditam, não encontrariam em outro local (“Tenho o tempo muito mais livre”, Lenissa Lenza. “O meu tempo é todo meu”, Oliver Kornblihtt). Eles não se referem ao tempo-hora tradicionalmente entendido, mas aqui também estão compreendidas as emoções de sentirem autonomia no trabalho e de experimentarem recompensas não-oficiais, como a vida diferente permitida. Nessa perspectiva, já não se importam em misturar vida e trabalho. Pelo contrário, não veem essas instâncias como distintas e até gostam disso (“A gente sente muito tesão por aquilo que a gente faz. Não tem uma separação, é um trabalho que possibilita a vida, pra gente trabalho é vida”, Marielle Ramires; “Vira uma coisa só: vida, trabalho, militância, amor, paixão”, Oliver Kornblihtt).

Todo esse processo não deixa de envolver idealizações. Assim, a casa se torna um espaço tanto real como ideal, onde os ninjas não apenas imaginam, mas criam uma vida recíproca e emotiva que também envolve pressões.

O colaborador eventual, se não tem a convivência diária da casa coletiva para exercitar a interdependência, encontra nos eventos abrigados nas casas e nas coberturas colaborativas de rua, a oportunidade de criar e renovar vínculos sociais e afetivos. Essas experiências são narradas fazendo referência a emoções intensas (“Foi uma explosão pra mim”, Bárbara Marreiros; “Olha os helicópteros atirando de fuzil! A gente tava lá!”, Chrystal Méndez).

Tudo o que vivem vai formando as histórias sobre o grupo, que contam e recontam em narrativas com orgulho, sendo possível afirmar que essas histórias servem para o reconhecimento do grupo e para socializar outros integrantes, mas também para que se tornem um repertório que é parte das emoções do coletivo e fazem parte dos códigos mútuos de respeito e do desejo de continuidade dessa construção, uma vez que a exposição da própria história vitoriosa não termina no momento da escuta. A repetição, como a solicitar confirmações, tem um papel tanto político como emocional, importante para atestar o valor do grupo, e que também pode exercer pressão sobre esse grupo.

Nesse recontar da história, os ninjas muitas vezes reprisam os mesmos episódios que consideram vitoriosos, e certamente evitam aqueles onde pode haver vergonha, medo ou elementos que não se sentem seguros para compartilhar em público.

Ainda faz parte da expansão da cultura emotiva a valorização dos momentos lúdicos, de festa e de jogos, como importantes no fortalecimento dos vínculos. Os ninjas

constantemente celebram entre eles. Nos eventos que abrem a casa à participação de colaboradores e outras pessoas, os momentos festivos também fazem parte das atividades.

Esse local que se quer amoroso e onde o amor importa porque é capaz de produzir afetos na vida cotidiana e nas relações, não está livre dos constrangimentos que atuam sobre as formações em grupo, que tendem a encurralar as individualidades diante do projeto coletivo. A tensão inerente ao pertencer confronta ganhos solidários e perdas privadas em nome da construção de uma biografia em comum. O compartilhar intenso na vida uns dos outros pode criar sensações de engolfamento (SCHEFF, 2006) e trazer pressões e constrangimentos que também ajudam a constituir a cultura emotiva que emerge no grupo e só confirma o tecido emocional.

IX. CONCLUSÕES

Esta pesquisa investigou que elementos agem nos processos de adesão e permanência das pessoas na experiência da *Mídia NINJA*, que junto a outros coletivos de comunicação, nas últimas décadas, se lançou na tarefa de propor outras narrativas para acontecimentos públicos, beneficiando-se de evoluções nas TICs e de mudanças sociais, culturais e políticas, mas enfrentando incertezas sobre o próprio modelo do que desenvolvem, formas de financiamento do coletivo, ausência de remuneração formal para seus participantes e até onde conseguirão fôlego para se manterem em ação.

Essa não era a minha ideia original de pesquisa no ingresso no doutorado. Mas, ainda no final de primeiro ano do curso, em 2016, o projeto com que entrei no PPGCOM UnB estava em reformulação: a ideia de estudar transformações no mundo do trabalho de jornalistas profissionais era atropelada pela busca de tentar compreender o empenho, a permanência, a insistência de agentes que se jogavam na descoberta e construção da mídia considerada alternativa ou independente no século XXI, assunto que, na verdade, sempre esteve em meu campo de interesse, agora ganhando prioridade acadêmica.

Em Junho de 2013 acompanhei o que ocorria no Brasil tendo como uma das fontes de informação a recém criada *Mídia NINJA*. Assisti transmissões ao vivo, vi crescerem compartilhamentos, acompanhei a relação de tensão com a mídia empresarial e as discussões de jornalista e estudiosos em diferentes interpretações. No Piauí, distante de quase tudo, vi surgirem coletivos de comunicação em cidades interioranas onde nunca houve um meio de comunicação local. Assisti garotos, de celular na mão, cobrindo manifestações e se chamando de ninjas. Isso tudo me chamava a atenção como professora de comunicação. Desde então interessava-me menos o processo de produção, a tecnologia empregada, os objetos técnicos, e afetava-me mais o interesse de compreender como aquelas pessoas, com ou sem formação em comunicação, aderiam à nova prática e se mantinham envolvidas e atuantes.

As críticas recebidas pela *Mídia NINJA*, que vieram junto com a visibilidade alcançada, ainda em 2013, resultaram, à época, numa sutil retirada de cena do Fora do Eixo e de seu integrante mais conhecido, o co-fundador Pablo Capilé. Passando por uma série de transformações, como a saída de alguns integrantes e questionamentos públicos

sobre financiamento, modelo, a acusação de que se constituíam em novas formas de exploração da mão de obra, a *Mídia NINJA* não era mais a novidade que representou em seu estrondoso aparecimento. No entanto, conseguiu manter parte do núcleo original e articulou-se com maior autonomia, valendo-se ainda da capilaridade do FdE e da disponibilidade dos seus integrantes, mas se estabelecendo como mídia autointitulada independente (FOLETTTO, 2017).

Em meados de 2016, no primeiro ano de doutorado e quando eu morava em Brasília, eis que a *Mídia NINJA* volta à cena. As ruas do Brasil viam um crescente movimento ligado à direita, assumindo discurso patriótico e pedindo o impeachment da então presidenta Dilma Rousseff (afastada em maio e com impeachment concluído em agosto de 2016). Todo esse processo foi amplamente coberto pela mídia empresarial, dando destaque aos protestos pró-impeachment. Foi nesse período que a *Mídia NINJA* ganhou novo fôlego, imbuída em mostrar o que chamava de uma outra narrativa e sendo uma das primeiras a nomear o que acontecia como “golpe” e não impeachment.

Neste mesmo ano, escolas públicas de ensino médio e a UnB foram ocupadas por estudantes em protesto e o semestre letivo foi interrompido. O mesmo acontecia em outras capitais brasileiras, mas para Brasília convergiram estudantes dos vários estados brasileiros em atos de protesto. Acompanhei essas ocupações e protestos, e também vi a atuação da *Mídia NINJA* e de outros coletivos, como *Jornalistas Livres*.

Em setembro de 2016, uma semana após a confirmação da retirada da presidenta Dilma Rousseff (29 de agosto de 2016), a *NINJA* publicou a notícia: "*Mídia NINJA* ultrapassa *Veja*, *Folha*, *Estadão* e *O Globo* em engajamento no Facebook". Engajamento, neste caso, se refere a soma das curtidas, comentários e compartilhamentos dos usuários na rede social. A *Mídia NINJA* “voltou ao jogo”, nas palavras de Foletto (2017).

Nesse mesmo período, enquanto reformulava minha pesquisa, uma disciplina cursada junto ao PPGCOM de Sociologia da UnB (Sociologia Clínica), ministrada pela professora Christiane Girard, me apresentou estudos de cunho subjetivo importantes no caminho teórico aqui adotado. Quando meu orientador, Fábio Pereira, voltou da Bélgica, desenvolvendo pesquisas ao lado de Denis Ruellan e Florence Le Cam, que no final de 2017 lançariam o livro *Émotions de journalistes: sel e sens du métier*, a abordagem das emoções já era o caminho que eu começava a trilhar. Ruellan me foi apresentado por Fábio e discutiu comigo pontos importantes desta pesquisa, apresentando contribuições que me pareceram apontar um caminho intelectual poderoso. Reconstitui o projeto de investigação com maior clareza: me interessava estudar a comunicação que se produzia

nas margens. E me interessava pesquisar não a produção, mas algo que acontecia antes e atravessava esta etapa: o que explicaria o envolvimento dos indivíduos em uma iniciativa como a *Mídia NINJA*, que juntava a partilha de uma mesma visão política a um estilo de vida particular, baseado em valores comunitários? Para responder a essa questão, era preciso buscar uma perspectiva subjetivista de análise, observando as modalidades de engajamento que os sujeitos estabeleciam com essa prática.

Os dados empíricos colhidos por um conjunto de metodologias qualitativas dialogaram com dois eixos teóricos principais: um que reconhece os vínculos políticos, típicos de movimentos sociais, que passam por um conjunto de apostas que os participantes fazem em relação à instituição ou organização à qual eles aderem. E outro que reconhece que participar dos coletivos implica em um vínculo afetivo, marcado por diferentes emoções. Os nomeados vínculos políticos também não deixam de ser atravessados por elementos emocionais.

Não se nega que as emoções cumprem funções e podem, eventualmente, ser instrumentalizadas por um grupo. Porém, o caminho aqui percorrido está de acordo com Ahmed (2017) que aponta que reduzir um sentimento a uma função ou uso simplifica as emoções, ao supor que elas possam ser regidas por fins predefinidos. Ao invés disso, compreende-se que as emoções são fenômenos não de todo conscientes ou obedientes à objetivos funcionais definidos de antemão, escapando destes e se alojando nas relações, não sendo propriedade nem podendo ser transferidas, comportando tanto idealização quanto discursos, circulando e impregnando atores, ambientes, atividades. Dessa forma, elas devem ser compreendidas em sua circulação e no que manifestam nesse processo.

Ao reconhecer as emoções como parte das adesões e permanências nos coletivos, esse estudo objetiva contribuir com uma zona que permanece oculta nesse campo de pesquisas, apresentando uma nova perspectiva de análise. Ela esbarra em limites próprios dessa etapa de investigação que, esperamos, animem pesquisas posteriores nesse sentido, buscando desdobramentos e maior aprofundamento. Os achados dessa investigação também podem ser estendidos para a compreensão de engajamentos em outras formações coletivas.

Com este estudo não pretendemos fazer um julgamento sobre as emoções e nem sobre as emoções na *Mídia NINJA*. Muito menos sobre a produção desse coletivo. Nossa busca é explicitar a existência incontornável de emoções no tipo de agrupamento analisado. E verificar como essas emoções operam na adesão e na permanência nesses

grupos, não sendo a emoção algo interior, limitado ao âmbito privado, mas tendo uma dimensão pública e um papel na vida social.

Partimos do reconhecimento que as emoções estabelecem mediações. E fazem isso ainda que os afetos possam ser considerados positivos ou negativos, que eles não sejam imutáveis e solidificados, mas tenham a capacidade de se transformar de um em outro, e que os vínculos nunca estejam garantidos. Assim, o primeiro ponto a deixar claro é que, sendo ambivalentes e mutáveis, diferentes emoções – positivas ou negativas – marcam as relações no coletivo *Mídia NINJA* e devem ser levadas em conta ao se estudar as relações estabelecidas no grupo.

Concluimos que a adesão e permanência dos participantes na *Mídia NINJA* são formadas cotidianamente e ao longo do tempo, nas relações com suas práticas, entre seus integrantes e com o estilo de vida que ela comporta, sendo marcadas pelas emoções que emergem e pelos vínculos que se formam no cruzamento desses afetos.

Por irem além da partilha de valores profissionais ou da militância política, esses vínculos revelam laços criados com os demais integrantes e com a vida associada à participação no coletivo, que são laços baseados nos “retornos” que o objeto oferece. Dessa forma, deve-se considerar os efeitos provocados pelo objeto, que se devem não exatamente apenas a ele, mas ao que ele permite, o que acontece e se desdobra com essa relação (como em HENNION, 2004, 2011), o que exige uma compreensão não apenas sobre o trabalho em si, mas também sobre as emoções experimentadas ao se realizar esse trabalho (como em LE CAM; RUELLAN, 2017). Assim, os significados para a adesão e permanência na *Mídia NINJA* devem ser buscados para além do trabalho que é desenvolvido, uma vez que os sentidos estarão também nos entornos do trabalho, como nas emoções experimentadas na vida comunitária e no midiativismo.

Para manterem-se engajados, os participantes fazem uso de mecanismos diferentes que passam pela subjetivação de valores que vão alimentar alianças com outras organizações e em identificar oposição em determinada ordem social, construindo um sentido de coesão.

A adesão aos valores coletivos da *Mídia NINJA* se constrói na medida em que os participantes passam a produzir e experienciar concretamente a esperança – que chega a ser crença ou até fé - de ser uma “utopia realizável”. Na vivência cotidiana de valores que se ramificam a partir daí os ninjas constroem o seu sentido de ação, por meio de práticas “profissionais” de uma comunicação de tipo engajada, reconhecida por eles como um

híbrido entre jornalismo e ativismo - midiativismo - onde gerenciam valores pessoais, profissionais e políticos.

Nas casas coletivas da *Mídia NINJA*, vive-se com/pelo outro, numa expectativa de reciprocidade, sendo a participação no coletivo também uma forma de vivenciar afetos, de se completar na relação com o outro, que também partilha de uma mesma visão de mundo.

Observa-se ainda que a apropriação desse formato de militância desenvolvida no interior de um grupo pequeno se faz também por um processo de subjetivação das práticas, sendo marcada por um forte componente microssociológico no desenvolvimento de novas modalidades de resistência, mas também de realização de si pelo grupo.

Constata-se, por fim, que as emoções que circulam, sendo diversas, ambíguas, contraditórias, podem tanto servir como combustível à ação, para solidificar laços, construir convívios amorosos e companheiros, como são úteis às coerções, pressões, constrangimentos e tentativas de controles morais dentro do grupo. Essas pressões e constrangimentos também atuam no engajamento, não sendo apenas os afetos amorosos os que ajudam a criar vínculos e a explicar a permanência no coletivo. Os constrangimentos podem ainda agir como uma espécie de teste, que ajuda a decidir se o participante rompe com o coletivo ou permanece e solidifica laços, desenvolvendo algum tipo de negociação onde contam os retornos que o objeto oferece.

Atuar nessa forma de comunicação – como em outra - nunca deixa de ser uma negociação consigo mesmo, num emaranhado de tensões, contradições e adaptações, sendo a *NINJA* um ator social histórico, com características herdadas de seu tempo e contexto, saturado de valores e que se mantém em transformação, adaptando-se tanto à necessidades de comunicação, como às necessidade e desejos de seus integrantes, que também se modificam nessa relação, ajustando gostos, opiniões, vontades.

Esta tese defendeu que ao pesquisar as emoções não se deve considerar apenas o sentimento em si, mas o valor que se produz a partir do que a emoção provoca (HENNION, 2004, 2011; AHMED, 2017). Assim, investigou o que as emoções fazem fazer na *Mídia NINJA*, que não é só um veículo de comunicação, mas um aparato que permite viver de uma outra forma. Ainda que seus participantes a definam apenas como mídia e ativismo, para esses participantes, ela é mais do que uma mídia independente de produção e um discurso politicamente engajado. É sobretudo um dispositivo de construção de afetos e de autorrealização por meio de uma experiência vinculada à prática de um pretendido tipo de jornalismo alternativo. Nesse dispositivo, o jornalismo, ainda

que não seja o objetivo final, não deixa de ser central, uma vez que se torna elemento fundador de uma comunidade. E de uma comunidade em que estar emocionado é uma chave para permanecer em ação, um modo de viver e atuar.

REFERÊNCIAS

- ABENSOUR, M. Os dois caminhos da conversão utópica: a *epoché* ou a imagem dialética. In: NOVAES, A. (Org.). **O novo espírito utópico**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016. P. 71-92.
- ADGHIRNI, Z.L. Mudanças Estruturais no Jornalismo: travessia de uma zona de turbulência. In: PEREIRA, F.H.; MOURA, D.O; ADGHIRNI, Z.L. (Org.). **Jornalismo e sociedade: teorias e metodologias**. Florianópolis: Insular, 2012. P. 61-79.
- AGÊNCIA PÚBLICA. Disponível em: <https://apublica.org/>. Acesso em: 25 out. 2018.
- AGUIAR, D. Sobre passeio em família. 20 abri. 2019. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=dr%C3%ADade%20aguiar%20%2B%20nossa%20fam%C3%ADlia%20existe&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 20 abr. 2019.
- AGULHON, M. **1848, o aprendizado da República**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.
- AHMED, S. **La política cultural de las emociones**. Cidade do México: Universidade Nacional Autónoma de México, 2017.
- ALVES, G. Ocupar Wall Street...e depois? In: HARVEY, D. et al. **Occupy: movimentos de protesto que tomaram as ruas**. São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2012. P. 31-38.
- ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- AQUINO BITTENCOURT, M.C. Os coletivos midiáticos e a midiaticização do ativismo: aspectos teóricos e empíricos de pesquisa sobre produção e circulação de conteúdos acerca dos movimentos em rede no Brasil. In: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C.; CÂMARA, M.T. (orgs.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 170-191.
- BECERRA, M.; MASTRINI, G. **Los dueños de la palabra: acceso, estrutura y concentración de los medios em La América Latina del siglo XXI**. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2009.
- BECKER, H. S. Notes on the Concept of Commitment. **American Journal of Sociology**, v. 66, n. 1, jul., 1960, p. 32-40.
- _____. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1997.
- _____. **Outsiders: estudos de sociologia do desvio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BENDING, L. **The representation of bodily pain in late nineteenth-century english culture**. Oxford: Clarendon Press, 2000.

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

BERGER, P. **Perspectivas Sociológicas**. Petrópolis: Vozes, 1972.

BERLANT, L. **The subject of true feeling**: pain, privacy and politics em S. Ahmed, J. Kilby, C. Lury, M. McNeil y B. Skeggs, Transformations: thinking through feminism. Londres: Routledge, 2000.

BERNARD, J. Les voies d`approche des émotions, **Terrains/Théories**, n 2., 2015 Disponível em: <http://teth.revues.org/196>. Acesso em: 5 set. 2018.

_____. **La concurrence des sentiments**. Paris: Métailié, 2017.

BERTH, J. **O que é empoderamento?** Belo Horizonte: Editora Letramento, 2018.

BOLAÑO, C. **Indústria cultural**: informação e capitalismo. São Paulo: Polis, 2000.

BONELLI, M. da G. Arlie Russell Hochschild e a sociologia das emoções. **Cadernos Pagu**, n. 22, Campinas Jan./Jun, 2004.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

BOYD, D. how can qualitative Internet Researchers define the boundaries of their project? A response to Christine Hine. In: MARKHAM, A. N.; BAYM, N. **Internet inquiry**: conversations about method. Los Angeles: Sage, 2009. P.26-32.

BRAIGHI, A. A.; CÂMARA, M. T. O que é Midiativismo? Uma proposta conceitual. In: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C. H.; CÂMARA, M. T. (Orgs.). **Interfaces do Midiativismo**: do conceito à prática. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018, p. 25-42.

BROWN, W. **States of injury**: power and freedom in late modernity. Princeton: Princeton University Press, 1995.

CABRAL, A. **Centro de mídia independente**: os primórdios do ativismo digital no Brasil. Curitiba: Appris, 2019.

CAILLÉ, A. **Critique de la raison utilitaire**. Paris: La Découverte, 1989.

_____. **Anthropologie du don**: le tiers paradigme. Paris: Desclée de Brouwer, 2000.

_____. Dádiva e associação. In: MARTINS, P.H. (Org.). **A dádiva entre os modernos**: discussão sobre os fundamentos e as regras do social. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002. P. 191-205.

CAPILÉ, P. Sobre companheiros de Casa Coletiva. 16 mar. 2017. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1315245135196877&set=p.1315245135196877&type=1&theater>. Acesso em: 16 mar. 2017.

_____. “Estamos juntos há mais de dez anos”. 10 set. 2017. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=estamos%20juntos%20h%C3%A1%20mais%20de%20dez%20anos&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 10 set. 2017.

CARBASSE, R. Tino para os negócios e bom jornalismo? A figura do jornalista empreendedor nos debates sobre o futuro da profissão. **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 1, 2015. P. 262-283.

CARDON, D.; GRANJON, F. **Médiactivistes**. Paris: Presses de Science Po, 2010.

CASA DAS REDES. Aniversário de criança criada coletivamente. 11 nov. 2017. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=casa%20das%20redes%20%2B%20hoje%20Benja%20faz%205&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 11 nov. 2017.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CEFÄI, D. Os novos movimentos de protesto na França: a articulação de novas arenas públicas. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 72, out. 2005. P.129-160.

_____. Como nos mobilizamos? A contribuição de uma abordagem pragmatista para a sociologia da ação coletiva. **Dilemas**, fev. 2009. P. 11-48.

_____. Como uma associação nasce para o público: vínculos locais e arena pública em torno da associação La Bellevilleuse em Paris. In: CEFÄI, D. *et al* (Orgs). **Arenas públicas**: por uma etnografia da vida associativa. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2011. P.67-101.

_____; VEIGA, F. B.; MOTA, F.R. Introdução. In: CEFÄI, D. *et al* (Orgs). **Arenas públicas**: por uma etnografia da vida associativa. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2011. P. 9-63.

CHARRON, J. A crise não é do jornalismo, mas do seu financiamento. Entrevista a Livia Guilhermano. **InTexto**, n. 45, maio/ago. 2019. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/82397>. Acesso em: 02 jun. 2019.

CHARRON, J.; BONVILLE, J. **Natureza e transformações do jornalismo**. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.

COUTINHO, E. G. **A comunicação do oprimido e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Mórula, 2014.

DAHLGREN, P. **Media and political engagement**: citizens, communication and democracy. New York: Cambridge University Press, 2011.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **Comum**: ensaio sobre a revolução no século XXI. São Paulo: Boitempo, 2017.

DA SILVA, S.P; SAMPAIO, R.C.; BRAGATTO, R.C. Concepções, debates e desafios da democracia digital. In: DA SILVA, S.P; SAMPAIO, R.C.; BRAGATTO, R.C

(Orgs.). **Democracia digital, comunicação política e redes**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e imagens, 2016. P. 17-37.

DESCARTES, R. **As paixões da alma**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

DEUZE, M. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. **Journalism**, 6(4), 2005. P. 442-464.

DIDI-HUBERMAN, G. **Que emoção! Que emoção?** São Paulo: Editora 34, 2016.

DIREITO À COMUNICAÇÃO E INTERNET: o empoderamento digital como garantia deste direito no ambiente online. Intervezes: coletivo Brasil de Comunicação Social. Brasília, mar. 2018.

DORNELLES, B. C. P. **Jornalismo Comunitário em Cidades do Interior**: uma radiografia das empresas jornalísticas - administração, comercialização, edição e opinião dos leitores. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

DOSSE, F. **O império do sentido**: a humanização das ciências humanas. São Paulo: Editora Unesp, 2018.

DUARTE, P. A utopia do pensamento. In: NOVAES, A (Org.). **O novo espírito utópico**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016. P.53-70.

DUBY, G. *et al.* Débat sur la réciprocité. **Annales Économies, Sociétés, Civilisations**, n. 29, v. 6, 1974. P. 1358-1380.

DUPUY, JP. A traição da opulência ou o colapso da utopia econômica. In: NOVAES, A. (Org.). **O novo espírito utópico**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016. P. 147-166.

ELIAS, N. **O processo civilizador**: uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

ELIAS, N.; SCOTSON, J.L. **Os estabelecidos e os outsiders**: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

ENRIQUEZ, E. **Da horda ao estado**: psicanálise do vínculo social. Rio de Janeiro: Zahar: 1999.

_____. Instituições, poder e “desconhecimento”. In: ARAÚJO, J. N.G. de; CARRETEIRO, T.C. (Orgs.). **Cenários sociais e abordagem clínica**. São Paulo: Escuta; Belo Horizonte: Fumec, 2001. P. 49-73.

FÍGARO, R., NONATO, C., GROHMANN, R. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FÍGARO, R.; NONATO, C.; KINOSHITA, J. Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais. Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017. **Anais [...]**.

Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0420-1.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2019.

FÍGARO, R. (Org.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018.

FIORIN, J.L. Paixões, afetos, emoções e sentimentos. **CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 5, n. 2, 2007.

FITZPATRICK, S. **A revolução russa**. São Paulo: Todavia, 2017.

FOLETTTO, L.F. **Um mosaico de parcialidades na nuvem coletiva: rastreando a Mídia Ninja (2013-2016)**. Tese de doutorado - apresentada ao Programa de pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

FONSECA, A. A. da. O valor do “egocard”: afetividade e violência simbólica na rede Fora do Eixo Porto Alegre, **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, v. 22, n. 1, p. 94-119, janeiro-março 2015. Disponível em: <file:///D:/Users/Sam%C3%A1ria/Downloads/19461-84268-2-PB.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2020.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

FREUD, S. **Civilization and its discontentes**. Londres: Norton, 1961.

_____. **Psicologia de Grupo e a análise do ego**. Dois verbetes de enciclopédia. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

_____. **Psicologia das massas e a análise do eu**. Porto Alegre: L&PM, 2012.

GAIGER, L.I.G. **A descoberta dos vínculos sociais: os fundamentos da solidariedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2016.

GALVÃO, R. Sobre sentimentos compartilhados em coletivo. 26 jun. 2018. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=raissa%20galv%C3%A3o%20%2B%20processo%20de%20cura&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 26 jun. 2018.

GAULEJAC, V. DE. **A neurose de classe: trajetória social e conflitos de identidade**. São Paulo: Via Lettera, 2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.

GLASER, M. Collaborative conundrum: do wikis have a place in the newsroom? In: **Online Journalism Review**, 2004. Disponível em: <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1094678265.php>. Acesso em: 16 jul. 2012.

GODBOUT, J. Introdução à dádiva. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n.13, v.38, 1998. P. 39-51.

_____. Homo donator versus homo economicus. In: MARTINS, P.H. (Org.). **A dádiva entre os modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002. P. 63-97.

GOES, J. C. As referências do jornalismo de referência no Brasil: uma discussão sobre a historicidade crítica dos meios. Paper apresentado na 16º SBPJor, Encontro Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, nov. 2018. **Anais [...]**. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1606/878>. Acesso em: 20 out. 2019.

GOHN, M. da G. **Novas teorias dos movimentos sociais**. São Paulo: Loyola, 2014.

_____. **Manifestações de junho de 2013 no Brasil e praças dos indignados no mundo**. Petrópolis: Vozes, 2015.

_____. **Manifestações e protestos no Brasil: correntes e contracorrentes na atualidade**. São Paulo: Cortez, 2017.

GOHN, M. da G, BRINGEL, B.M. **Movimentos sociais na era global**. Petrópolis: Vozes, 2014.

GOYANES, M.; RODRÍGUEZ-GÓMEZ. Presentism in the newsroom: How uncertainty redefines journalists' career expectations. **Sage Journals**, abr. 2018.

GOULDNER, A. W. The norm of reciprocity. **American Sociological Review**, 1960. P. 161-178.

GRECO, M.; STENNER, P. **Emotions: a social Science reader**. New York: Routledge, 2008.

GROHMANN, R.; ROXO M.; MARQUES, A.F. Places of Enunciation and Disputes of Meaning of Journalistic Work in Alternative Arrangements to Media Corporations. **Brazilian Journalism Research** 15(1), 2019. P. 200-221.

GROS, F. A utopia contemporânea dos corpos. In: NOVAES, A. (Org.). **O novo espírito utópico**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016. P.263-278.

GUAZINA, L. S. Jornalismo que tem lado: o caso dos blogueiros brasileiros “progressistas”. **Brazilian Journalism Research**, v.9, n.2, 2013. P.68-86.

HAGE, G. **Against paranoid nationalism: searching for hope in a shrinking society**. Annandale, NSW, Pluto Press: 2003.

HALL, C. **The trouble with passion**. New York: Routledge, 2005.

HALLER, A.; HOLT, K.; LA BROSSE, R. The 'other' alternatives: political right-wing alternative media. **Journal of Alternative and Community Media**, v. 4, n. 1, p. 1-6, 2019.

HARVEY, D. **O enigma do capital**: e as crises do capitalismo. São Paulo: Boitempo, 2011.

HENNION, A. Une sociologie des attachements: d'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur. **Sociétés**, 85, 2004. P. 9-24.

_____. Pragmática do Gosto. **Desigualdade & diversidade**: Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio, n.08, jan/jul, 2011. P. 253-277.

HENN, R. C.; OLIVEIRA, F. M. de. Jornalismo e movimentos em rede: a emergência de uma crise sistêmica. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 22, n. 3, p77-94, ago-set. 2015.

HINE, C. (org.). **Virtual Ethnography**. London: Sage, 2000.

HOCHSCHILD, A.R. **The managed heart**: commercialisation of human feeling. Berkeley: University of California Press, 1983.

ILLOUZ, E. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

IMERSÃO FORA DO EIXO MÍDIA NINJA. Brinquedos artesanais de crianças da *Mídia NINJA*. 18 jun. 2017. Disponível em:

<https://web.facebook.com/events/239170199896429/>. Acesso em: 18 jun. 2017.

_____. Almoço sendo preparado coletivamente. 18 jun. 2017. Disponível em:

<https://web.facebook.com/events/239170199896429/>. Acesso em: 18 jun. 2017.

_____. Almoço servido coletivamente. 18 jun. 2017. Disponível em:

<https://web.facebook.com/events/239170199896429/>. Acesso em: 18 jun. 2017.

JÄRVINEN, M. Negotiating strangerhood: interviews with homeless immigrants in Copenhagen. **Acta Sociologica**, 2003. P. 215-230.

JASPER, J.M. **Protesto**: uma introdução aos movimentos sociais. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

JORDAN, T. **Activism!** Direct action, hacktivism and th future of society. London: Reaktion Books, 2002.

KORNBLIHTT, O. "Domingo em família". 06 ago. 2017. Disponível em:

https://www.facebook.com/search/top/?q=oliver%20kornblihtt%20%2B%20domingo%20em%20fam%C3%ADlia&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 06 ago. 2017.

_____. Resistência pelo midiativismo. 17 abr. 2018. Disponível em:

https://www.facebook.com/search/top/?q=oliver%20kornblihtt%20%2B%20hace%20%20a%C3%B1os&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 17 abr. 2018.

KOURY, M. G. P. Sistema de Nominação, Pertença, Medos Corriqueiros e Controle Social. O uso dos apelidos entre um grupo de jovens da cidade de João Pessoa, Paraíba. **Campos**, v. 5, n. 1, 2004. P. 69-91.

- _____. Viver a cidade: um estudo sobre pertença e medos. **RBSE - Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, vol. 4, n. 11, Ago. 2005. P. 148-156.
- _____. **O vínculo ritual**: um estudo sobre sociabilidade entre jovens no urbano brasileiro contemporâneo. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2006.
- _____. **Uma comunidade de afetos**: etnografia sobre uma rua de um bairro popular na perspectiva da Antropologia das Emoções. Curitiba: Appris, 2018.
- KUCINSKY, B. **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- LAPOUJADE, D. Por uma utopia não utópica? In: NOVAES, A (Org.). **O novo espírito utópico**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016. P.115-128.
- LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia de pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artes Médicas/ Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- LE BON, G. **Psicologia das multidões**. Belo Horizonte: Delraux, 1981.
- LE CAM, F. 10 ans d'effervescence dans le journalisme: la circulation dialogique et internationale des discours sur l'innovatio. Painel. **11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo SBPJO**r. FAC- UnB, 08 nov., 2013.
- _____. Photographs of newsrooms: From the printing house to open space offices. Analyzing the transformation of workspaces and information production. **Sage Journals**, nov. 2014.
- LE CAM, F.; PEREIRA, F.H.; RUELLAN, D. Introdução. In: **Mudanças e permanências no jornalismo**. MOURA, D. O; PEREIRA, F.H.; ADGHIRNI, Z. (Orgs). LE CAM, F.; RUELLAN, D. (colab). Florianópolis: Insular, 2015.
- LE CAM, F.; RUELLAN, D. **Émotions de journalistes**: sel et sens du métier. Presses universitaires de Grenoble, 2017.
- LEFEBVRE, H. **O Direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.
- LENZA, L. Comemoração de aniversário. 17 maio 2019. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=lenissa%20lenza%20%2B%20ai%20que%20coisa%20boa&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 17 maio 2019.
- _____. Sobre vida coletiva. 16 jul. 2019. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=lenissa%20lenza%20%2B%20em%20tempos%20t%C3%A3o%20dif%C3%ADceis&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 16 jul. 2019.
- LÉVI-STRAUSS, C. Introdução à obra de Marcel Mauss. In: MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.
- LIEVROUW, L.A. **Alternative and activist new media**. Polity Press, 2011.
- LIMA, C. do C. Nonato. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação**: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e

liberdade de expressão. Tese de doutorado – apresentada ao Programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

LOPES, T. Rememora inauguração da casa coletiva em Belo Horizonte. 4 abr. 2019. Disponível em:

https://www.facebook.com/search/top/?q=Talles%20Lopes%20%2B%20H%C3%A1%207%20anos&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 4 abr. 2019.

LORDON, F. **A sociedade dos afetos**: por um estruturalismo das paixões. Campinas, SP: Papirus, 2015.

LORENZOTTI, E. **Jornalismo século XXI**: o modelo #mídiaNINJA. e-galáxia, 2014 (PDF).

LYNCH, W. **Images of hope**: imagination as healer of the hopeless. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1965.

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

MARTINS, P. H. (Org.). **A dádiva entre os modernos**: discussão sobre os fundamentos e as regras do social. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

McDOUGALL, William. **The Group Mind**. Nova York: Arno Press, 1973.

MAZETTI, H. Da mídia alternativa ao midiativismo: observações históricas e conceituais sobre as práticas de contestação midiática. In: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C. H.; CÂMARA, M. T. (Orgs.). **Interfaces do Midiativismo**: do conceito à prática. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 78-94.

MELUCCI, A. The new social movements: a theoretical approach. **Social Science Information**, n.19, 1980. P.199-226.

MICK, J.; TAVARES, L.M. A governança do jornalismo e alternativas para a crise. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, SBPJor. **Anais [...]**. v.13, n.2, 2017. P.120-145.

MÍDIA NINJA. Publicação sobre comportamento de grandes meios de comunicação no Congresso Nacional. 27 ago. 2016. Disponível em:

<https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.708047509353397/708047652686716/?type=3&theater>. Acesso em: 27 ago. 2016.

_____. Sobre matéria da Folha de S. Paulo. 01 set. 2016. Disponível em:

<https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.164308700393950/711748705649944/?type=3&theater>. Acesso em: 01 set. 2016.

_____. Sobre “Ocupa Brasília”. 30 nov. 2016. Disponível em:

https://www.facebook.com/search/top/?q=m%C3%ADdia%20ninja%20%2B%2030%20de%20novembro%20de%202016&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 30 nov. 2016.

_____. Compartilhamento de informação do Jornalistas Livre. 30 nov. 2016. Disponível em:

https://www.facebook.com/search/top/?q=midia%20ninja%20%2B%20jornalistas%20livres%20%2B%20covardes&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 30 nov. 2016.

_____. Compartilhamento de vídeo do Jornalistas Livre. 10 maio 2017. Disponível em:

https://www.facebook.com/search/top/?q=midia%20ninja%20%2B%20jornalistas%20livres%20%2B%20covardes&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 10 maio 2017.

_____. Sobre cobertura da Globo News em Curitiba. 10 maio 2017. Disponível em: <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/885312968293516/?type=3&theater>. Acesso em: 10 maio 2017.

_____. Sobre cobertura de mídia alternativa à Caravana Lula pelo Brasil. 03 set. 2017. Disponível em: <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/posts/967928440031968>. Acesso em: 03 set. 2017.

_____. “Lula tomou um banho de povo”. 10 set. 2017. Disponível em: www.facebook.com/search/top/?q=Oliver%20Kornblihtt%20%2B%20Nos%20embarcos%20hace%2022%20dias%20en%20la%20primera%20etapa%20de%20la%20Caravana&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 10 set. 2017.

_____. Sobre cobertura do Jornal Nacional, TV Globo. 15 mar. 2018. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=m%C3%ADdia%20ninja%20%2B%20n%C3%A3o%20colocou%20Marielle%20pra%20falar&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 15 mar. 2018

_____. Sobre marcha contra a Rede Globo. 15 abr. 2018. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=m%C3%ADdia%20ninja%20%2B%20a%20rede%20globo%20apoiou%20a%20ditadura&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 15 abr. 2018.

_____. Divulgação do “Cinema ao Vivo”. 27 jan. 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.235526863272133/1394944453997029/?type=3&theater>. Acesso em: 27 jan. 2019.

_____. Cobertura do rompimento da barragem em Brumadinho. 29 jan. 2019. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=m%C3%ADdia%20ninja%20%2B%20olhe%20bem%20para%20essas%20imagens&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 29 jan. 2019.

_____. Sobre ministra Damares. 31 jan. 2019. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=M%C3%ADdia%20Ninja%20%2B%20Damares&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 31 jan. 2019.

_____. Homens agridem manifestante na avenida Paulista. 07 abr. 2019. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=m%C3%ADdia%20ninja%20%2B%20hoje%20C%20durante%20uma%20manifesta%C3%A7%C3%A3o%20na%20avenida%20paulista&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 07 abr. 2019.

_____. Galeria de imagens do #15M. 19 maio 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/search/top/?q=m%C3%ADdia%20ninja%20%2B%20a%20evolu%C3%A7%C3%A3o%20de%20estudantes%20e%20professores&epa=SEARCHBOX>. Acesso em: 19 maio 2019.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec/ABRASCO, 1992.

MORUS, T. **Utopia**: sobre a melhor condição de uma república e sobre a nova ilha Utopia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

MOSCO, V. **La economía política de la comunicación**. Barcelona: Editorial Bosch, 2009.

MOROZOV, E. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

MOUFFE, C. Por um modelo agonístico de democracia. Dossiê democracias e autoritarismos, **Revista sociologia política**. Curitiba, n. 25, nov. 2005. p. 11-23.

MOURA, D. O.; PEREIRA, F.H.; ADGHIRNI (Orgs.). **Mudanças e permanências do jornalismo**. RUELLAN, D.; LE CAM, F. (colab.). Florianópolis, Insular, 2015.

NOVAES, A. **O novo espírito utópico**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016.

NEWELL, S.; MARABELLI, M. Strategic opportunities (and challenges) of algorithmic decision-making: a call for action on the long-term societal effects of 'datification'. **The journal of strategic information systems** [s.l.], v. 24, n. 1, 2015. P. 3-14.

NICOLAS, G. O dom ritual, face velada da modernidade. In: MARTINS, P.H. (Org.). **A dádiva entre os modernos**: discussão sobre os fundamentos e as regras do social. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002. P. 33-62.

OFFE, C. **Problemas estruturais do estado capitalista**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

OLSON, M. **A lógica da ação coletiva**: os benefícios públicos e uma teoria dos grupos sociais. São Paulo: Edusp, 2015.

ORRICO, D. Um relato sobre o fórum social mundial na Tunísia. Disponível em: <https://www.inesc.org.br/um-relato-sobre-o-forum-social-mundial-2013-na-tunisia/>. Acesso em: 15.jan, 2020.

PARRET, H. **Les passions**: essai sur la mise en discours de la subjectivité. Bruxelas: Pierre Mardaga, 1986.

PASQUINELLI, M. (Org.). **Mediactivismo**: activismo en los médios - estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Roma: Derive Approdi, 2002.

PATTERSON, T.E. **Fazendo Bem e Fazendo o Bem**. Dez. 2000. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=257395> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.257395>

_____. Tendências do Jornalismo Contemporâneo: estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a democracia? **Media e Jornalismo**, n.2, ano 2, 2003. P.19-47.

PATTON, M. Q. **Qualitative research e evaluation methods**. London: Sage, 2002.

PEREIRA, F.H. **Os jornalistas-intelectuais no Brasil**: identidade, práticas e transformações no mundo social. Tese de doutorado – apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília – DF, 2008.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. O estudo do jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **In Texto**. Porto Alegre: UFRGS, v.01, n. 24, 2011. P. 38-57.

PIEPER, J. Hope and history. Londres: Burns and Oates, 1969.

POLANYI, K. **A grande transformação**: as origens de nossa época. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

PONTO DE INFLEXÃO: impacto, ameaças e sustentabilidade: um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos. Disponível em: <http://data.sembramedia.org/modelos-de-negocios/?lang=pt-br>. Acesso em: 01 out. 2017.

RAMONET, I. O poder midiático. In: MORAES, D. (Org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2012. p. 243-252.

RAMOS, D.O.; SPINELLI, E. M. Iniciativas de jornalismo independente no Brasil e Argentina. **Extraprensa** (USP), Ano IX, n. 17, jul–dez 2015.

RAZETO, L. **Los caminos de la economia de solidariedade**. Buenos Aires: Editorial Lumen-Hvmanitas, 1997.

_____. **Las empresas alternativas**. Montevideo: Nordan-Comunidad, 2002.

RIMÉ, B. Le partage social des émotions. Paris: PUF, coll, 2005.

RIZK, H. **Compreender Spinoza**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

ROVAI, R. **Um novo ecossistema midiático**: a história do jornalismo digital no Brasil. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Clacso, 2018.

_____. Jornalista posicionado. **Revista Revestrés**, n. 41, maio-junho 2019. P. 8-19.

RUELLAN, D. Changements et continuités structurelles du journalisme. In: Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo. Brasília, abril 2011. **Atas** [...]. Brasília, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2011. P. 5-9.

_____. Um ser profissional: ou como percebê-lo. **Brazilian Journalism Research**, v.13, n.1. jan-abr 2017. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/978/880>. Acesso em: 22 nov. 2019.

- SABOURIN, E. Teoria da reciprocidade e socioantropologia do desenvolvimento. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 13, n. 27, mai-ago. 2011. P. 24-51.
- SAFATLE, V. **O circuito dos afetos**: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.
- SALTER, L. Structure and forms of use. **Information, communication e society**, v.7, n.2, 2011. P.185-206.
- SANDEL, M. **O que o dinheiro não compra**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- SANT'ANNA, F. **Mídia das fontes**: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro: um olhar sobre a ação midiática no Senado Federal. Brasília: Senado Federal, 2009.
- SANTOS, B. de S. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007.
- _____. **A crítica da razão indolente**: contra o desperdício da experiência. São Paulo: Cortez, 2011.
- _____. **A difícil democracia**: reinventar as esquerdas. São Paulo: Boitempo, 2016.
- SANTIAGO, R. A solução para a crise está nas favelas e periferias. **Le Monde Diplomatique**, n. 22, ano 11., set. 2017.
- SAVAZONI, R. **Os novos bárbaros**: a aventura política do Fora do Eixo. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.
- SILVEIRA, S. A.; SAVAZONI, R. O conceito do comum: apontamentos introdutórios. **Revista Ibict**, v.14, n.1, 2018. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4150>. Acesso em 20 jul. 2019.
- SIMMEL, G. **El secreto y las sociedades secretas**. Madrid, España: Rústica, 2015.
- SPINOZA, B. **Ética**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.
- STALLMAN, R. M. **Free software, free society**: selected essays of Richard M. Stallman. Boston, EUA: Free Software Foundation, 2002.
- STRONGREN, F. F. **Imprimindo a anarquia**: o jornalismo anarquista no Brasil nas primeiras décadas do século XX. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2017.
- TARGINO, R. Sobre sentimentos junto companheiros de coletivo. 28 jun. 2018. Disponível em: https://www.facebook.com/search/top/?q=Ricardo%20Targino%20%2B%20no%20amor%20eu%20vivo&epa=SEARCH_BOX. Acesso em: 28 jun. 2018.
- TARROW, S. **O poder em movimento**: movimentos sociais e confronto político. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

- TILLY, C. **From mobilization to revolution**. London: Addison-Wesley, 1978.
- _____. **Identities, boundaries e social ties**. London: Paradigm publish, 2005.
- TORO, J.B.; WERNECK, N.M.D. **Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.
- TORTURRA, B. O ficaralho. Disponível em:
<https://cascadebesouro.wordpress.com/2013/06/05/o-ficaralho/>. Acesso em: jun. 2018.
- _____. Olho da rua. **Revista Piauí**, n.87, dez-2013. P. 22-31.
- TOURAINÉ, A. **O retorno do actor: ensaio sobre sociologia**. Lisboa: Instituto Piaget, 1984.
- _____. **Podremos vivir juntos?**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1997.
- _____. **Um novo paradigma: para compreender o mundo de hoje**. Petrópolis: Vozes, 2005.
- _____. **Após a crise: a decomposição da vida social e o surgimento de atores não sociais**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- TRINDADE, T.A. **Protestos e democracia: ocupações urbanas e luta pelo direito à cidade**. Jundiaí, São Paulo: Paco, 2017.
- TUFEKCI, Z. **Twitter et les gaz lacrymogènes: forces et fragilités de la contestation connectée**. Caen: C&F Editions, 2019.
- TUFEKCI, Z.; WILSON, C. Social media and the decision to participate in political protest: observations from Tahrir Square. **Journal of Communication**, v. 62, n. 2, 2012. P. 363-379.
- ULRICH, H. Utilitarismo. In: ENDERLE, G et al. (Orgs). **Dicionário de ética econômica**. São Leopoldo: Unisinos, 1997. P. 646-647.
- VALENTE, J. C. L. **Tecnologia, informação e poder: das plataformas online aos monopólios digitais**. 2019. 400f., il. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2019.
- VANDENBERGHE, F. **Ser ou não ser afetado**. 2017. Disponível em:
<https://blogdosociofilo.com/2017/11/02/debate-ser-ou-nao-ser-afetado-por-frederic-vandenberghe/>. Acesso em: 12 de out. 2018.
- VIVEIROS DE CASTRO, E. **Metafísicas canibais: elementos para uma antropologia pós-estrutural**. São Paulo: Ubu Editora, 2018.
- WOLFF, F. As três utopias da modernidade. In: NOVAES, A (Org.). **O novo espírito utópico**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016. P. 31-52.
- WRIGHT, E. O. 2019. **Como ser anticapitalista no século XXI?** São Paulo: Boitempo.

ANEXO

ÍTEGRA DAS ENTREVISTAS

Bárbara Marreiros

21 anos, estudante de Jornalismo na UFPI – Universidade Federal do Piauí.

É fotógrafa e colaborada.

Nasceu e mora em Teresina.

Participa de coberturas em diversos estados (Piauí, Ceará, São Paulo, Brasília).

Faz coberturas para *Mídia NINJA*, *Jornalistas Livres* e participa do CUCA – coletivo de Comunicação da UNE – União Nacional dos Estudantes.

Conte como você começou a fazer coberturas colaborativas para a Mídia NINJA?

Eu sou estudante de Jornalismo, da Universidade Federal do Piauí, e a gente foi pra Bienal da Une (em Fortaleza- CE, em 2018), e antes da Bienal eles (Mídia NINJA) tinham soltado um link pelo Facebook e espalhado pelas redes para os estudantes se inscreverem. Eu nunca tinha participado, já sabia, enfim, a gente estuda jornalismo alternativo, comunicação alternativa, mas eu nunca tinha tido a experiência. Daí quando a gente chegou na Bienal foi uma loucura, porque eram várias coisas acontecendo ao mesmo tempo. Foi no Dragão do Mar, que é um local gigante, e era sarau acontecendo, exposição, encenação, tinha shows, mesas, várias coisas acontecendo. Inclusive o Pablo tava lá, fundador da Mídia NINJA, ele participou de uma mesa; a irmã Bete de Oxum, muito conhecida por mexer com rádio comunitária, voltada pra questão de religiões de matriz africana, enfim, foi uma explosão pra mim. Porque você entra na Universidade, tem uma grade curricular ridícula, uma estrutura universitária que massacra você e você começa a escutar as coisas do mercado, como o mercado funciona, e a gente vivenciar aquilo ali foi muito importante pra ver um outro lado da comunicação. Depois disso, quando eu voltei pra Teresina, tinham manifestações, foi justamente no período que o Temer assumiu, aquele conjunto de coisas que estavam sendo aprovadas e a galera se organizava muito pra poder, enfim, fazer os atos, e aí eu comecei a fotografar. Eu já tinha fotografado a Bienal e comecei a fotografar por aqui. E lá em Fortaleza eu conheci os meninos, o Guilherme Inbasaí, ele era mais ligado aos Jornalistas Livres que a *Mídia NINJA*, mas tinha contato. Aí sempre quando ia ter algum ato, tipo programação nacional, vai ter ato em todas as cidades, aí o Guilherme falava comigo, “e aí, Bárbara, vai rolar?”, e eu “vai”, “pois beleza, cobre, sobe as fotos”. Era contato pelo Telegram, que é realmente o que se usa, tanto pra comunicação colaborativa da Une e *Jornalistas Livres*, *Mídia NINJA*, e tem um grupo que dá pra você enviar mais coisas, perde menos qualidade, e os meninos falavam com a gente pelo telegram, pediam material, fotos, vídeos e a gente começou a mandar e começou a sair no Jornalistas Livres, Mídia NINJA, e eu fiquei louca, Meu Deus, uma foto minha sair... era tipo ... a minha mãe, tias, “tu faz jornalismo, quando é que tu vai apresentar o Jornal Nacional?”, e pra mim, uma foto minha sair no *Mídia NINJA* foi muita felicidade. E aí a minha experiência... eu tive mais envolvimento com *Jornalistas Livres* que com *Mídia NINJA*, mas mesmo assim, eu contribuí. Quando eu fui pra São Paulo, teve um encontro na Casa dos *Jornalistas Livres* e eu conheci a galera, a Laura Capriglione, que é uma mulher foda e que tá à frente disso, e enfim eu fui me envolvendo e tô aí.

Foi no Congresso da Une que você conheceu o pessoal da *Mídia NINJA*?

Foi. O Guilherme contribui e daí também tinha a Raquel, a Rute, a Rebeca, um pessoal do Rio e São Paulo que já estavam nisso. O Guilherme já tinha vivenciado mais o Ocupa MinC (protesto contra a extinção do Ministério da Cultura anunciado por Temer), já tinha uma ligação maior com o pessoal, então ele já tinha uma ideia melhor de como funciona essa rotina deles, eu não tinha ainda muito. Daí é mais sobre pontes. Eu conheci o Guilherme que conhecia os meninos e aí começou essa troca.

Nas manifestações que aconteceram, você participou fazendo fotos em Teresina?

Em Teresina e também numa carreata que teve daqui pra Brasília, na votação da PEC (na chamada PEC do fim do mundo: congelamento de investimentos em educação e saúde por 20 anos. Novembro de 2016). Foi um monte de gente, eu tirei foto aqui em Teresina, lá em Brasília, foi uma loucura. Inclusive teve uma disciplina de jornal que a gente tava pagando que a gente fez todo sobre isso, sobre as pecs, a reforma trabalhista, previdenciária, e a capa do jornal foi uma foto que eu fiz lá, já no final da manifestação, a gente já tava no gramado e o palácio lá embaixo, e tinha um helicóptero rondando, a cavalaria do lado, foi uma loucura.

Você chegou a morar em casa coletiva?

Eu fiz até inscrição pra residência, mas nem rolou, que era pra ir pra casa lá do Rio. Já tem mais de um ano. Não fui em nenhuma casa coletiva da *Mídia NINJA*. Fui na casa do *Jornalistas Livres* (não funciona como morada).

Como é o contato entre você e o coletivo quando ocorre uma manifestação?

Eu fotografava mais voltado pro CUCA da Une, que é o Circuito Universidade, Cultura e Arte, que tá organizando sua própria rede, que é comunicação e movimento estudantil. Em cada estado as pessoas se mobilizam e a gente tem uma rede no Facebook e no Instagram que através dos estudantes a gente consegue narrar o que tá acontecendo nas universidades, seja uma exposição de fotografia, um show, enfim, tem gente em todo lugar do Brasil e que produz conteúdo e manda. E aí esses conteúdos, pelo fato de todo mundo conhecer todo mundo, também vai pra *Mídia NINJA*, e aí a manifestação era marcada, a gente ia, fazia as fotos, já no celular fazia um textinho, a manifestação tá acontecendo em lugar tal, participaram tantas pessoas, a manifestação foi por isso e isso, e aí a gente subia no Facebook e Instagram deles, e eles publicavam, com os créditos - que é importante.

Muitas vezes eles usam assinatura coletiva.

Sim. É uma das coisas que a gente fala no Cuca sobre essa questão dos créditos. Porque é o trabalho da pessoa, então você colocar o nome da pessoa dá uma visibilidade. Então quando a gente tá na Bienal, que é uma loucura, era uma mesa cheia de computador, gente chegando o tempo todo pra descarregar cartão. O Guilherme era a pessoa que ficava na base, então no aplicativo logo, no *ligh room*, ele já botava o nome da pessoa, pra não ter erro na hora de exportar, tipo depois: “ai meu Deus, quem tirou essa foto?” E a gente até fala sobre isso, sobre essa assinatura coletiva, que é o método que eles adotaram, mas no Cuca é uma assinatura individual mesmo.

E qual sua posição sobre isso?

Acho que é diferente (Cuca e *Mídia NINJA*), porque *Mídia NINJA* já é um coletivo, um veículo alternativo que já tem toda uma linha editorial, já é estruturado, os meninos já trabalham de uma forma mais orgânica, então pelo fato do Cuca ser uma coisa mais solta,

produzido não com uma rotina orgânica, eu acho que o crédito individual acaba dando mais visibilidade para aquelas pessoas. Mas acho que a ideia do crédito em conjunto também é legal, pra eles..., né?, que já têm toda uma base, um conceito em torno. Eu acho que os dois são válidos.

Como aparece o seu crédito na *Mídia NINJA*?

Bárbara Marreiros/Cuca da UNE - que no caso é o coletivo que eu represento.

Mesmo não tendo morado em casa coletiva, qual a sua ideia sobre essas casas, elas desempenham um papel importante para a manutenção da *Mídia NINJA*?

Claro. Porque é uma coisa muito virtual, tem colaborador em todo lugar, mas eu acho que a casa dá uma noção de base. Tipo assim: a gente tem aquelas pessoas que sempre estão lá, sempre estão trabalhando, organizando e estão no mesmo espaço físico, apesar de que as pessoas que estão espalhadas também contribuam pra organização, mas a questão de ter uma casa e eles abrirem residências, e a galera ir lá conhecer é fantástico. Porque todo mundo conhece a *Mídia NINJA*, mas muita gente nem sabe que existem essas casas, locais físicos. É importante, eu acho que mais residências deveriam ser feitas, espalhar isso por mais lugares para que as pessoas entendam que não é uma coisa só de construir um texto por celular, que as pessoas entendam que tem um local físico, que as pessoas convivem, enfim, não é só sobre comunicação. As pessoas convivem diariamente e é muito um ajudando o outro. A ideia da casa é importante pra manutenção do próprio coletivo.

Você se coloca à disposição a qualquer momento para participar novamente, considera que tem interesse em contribuir?

Sim, sempre que tem e eu posso ir, eu vou e tiro foto e mando. Às vezes não dá porque tem uma aula, eu tenho que trabalhar e alguma coisa aparece, mas sempre que eu posso ir eu vou.

O que você sente ao participar dessas coberturas? Há algum tipo de emoção ou sentimento que isso lhe desperta?

Peraí (pausa). É muito de contribuição, sabe? Porque chega um portal lá pra cobrir e aí o portal só mostra o fogo que tava no pneu. Ou a galera que fez um picho na parede. E são coisas que a sociedade em geral vê de uma forma negativa, tem um simbolismo negativo. Quando a gente vai, procura fazer não só sobre ato geral que está acontecendo, mas sobre as pessoas que estão lá. Então fazer retrato, contar a história da galera que tá lá de uma forma diferente do que a mídia tradicional faz, é muito sobre contribuir, sobre contra narrativa, sobre produzir um conteúdo que vai contra tudo o que é veiculado nessa grande mídia. Então é um sentimento de contribuição e acho que até de efetivação da democracia, né? Que a história possa ser contada dos dois lados, que não tenha só um lado ou só um depoimento sobre o evento, sobre o ato que tá acontecendo. Cara, teve uma que foi pertinho das eleições, foi uma Lula Livre que teve, que interditou a ponte, a gente tava descendo, tinha ônibus parado, caminhão parado, tava já os pneus pegando fogo e eu tirei foto de duas meninas se beijando e o fogo por trás e aí eu saí de lá assim: meu deus do céu! É muito forte você registrar um momento desses. A foto foi publicada no *Mídia NINJA* com mais de 20 mil pessoas curtindo, mais de 50 mil visualizaram, então a gente percebe que não tá só relatando um momento, não é só sobre contar o que tá acontecendo, é sobre a gente pensar diferente, sobre a gente ver que existem outras pessoas, que existem outras narrativas, que tem um outro mundo que uma foto dessa não seria publicada num veículo tradicional, mas no *Mídia NINJA* foi, então é isso.

Quando você pensou em fazer jornalismo já sabia da existência da *Mídia NINJA*?

Não.

E pensava em trabalhar em um veículo de comunicação?

Não. Eu não gosto muito dessa ideia de ter que acordar cedo pra ir pro lugar, não me apetece muito. Então eu sempre pensei em ter tipo uma agência, em ter minhas coisas, fazer parcerias e poder organizar minhas coisas. Quando você entra pra jornalismo acho que ninguém sabe bem o que quer, só sabe depois. Aí a universidade tem certos professores que não ajudam no seu processo de formação e, em contrapartida, tem gente que ajuda pra caramba. Você conhece a Eulália? Cara, ela é um anjo! A Rosa também (são professoras). São pessoas que dão um fôlego pra gente que estuda dentro da universidade. E aí a *Mídia NINJA* nasceu em 2013, eu já vim conhecer em 2016 que foi quando tava mais solto. Acho que em 2013 tava muito pela região sul, não tinha muito nos outros cantos do país, então em 2016 foi quando eu conheci. Eu entrei em 2015 na universidade.

Você já trabalhou ou estagiou em algum veículo de comunicação?

Trabalhei numa agência de propaganda, fazia produção. As vezes fazia alguma coisa pro portal, mas era muito solto. Como a agência fazia parte de um grupo, eu fotografava também, mas minha função mesmo era produção. Inclusive era horrível porque eu fiquei lá quase um ano e eu ficava muito presa naquilo ali, sendo que eu gosto de fazer foto, a minha vida era querer fazer isso (fotos), e aí quando você entra numa rotina que você percebe que as coisas são robotizadas, automatizadas, acaba prendendo um pouco a cabeça, daí eu pedi demissão pra poder ir pra Une Volante, que foi onde eu conheci a Ivana Bentes, que é uma mulher maravilhosa e a gente conversou muito sobre a *Mídia NINJA*, sobre a função da mídia alternativa na construção da democracia, foi antes das eleições, isso foi em abril pra junho de 2018, eu pedi demissão pra poder ir pra caravana da Une Volante, a gente rodou 11 estados e em todo estado que a gente chegava fazia uma mini oficina de comunicação colaborativa e dessas oficinas que a gente fazia a gente já saía com contatos e toda essa galera tá no Telegram, então sempre que tem alguma coisa, assim, lá na UFPA, lá em Belém, o pessoal faz um textinho, manda uma foto e manda, e sempre quando a gente fazia as oficinas, a *Mídia NINJA* era referência, o *Jornalistas Livres*, o *Brasil de Fato* - eram referências pra galera ter mais ou menos noção de como funciona essa rotina, porque tem algumas coisas parecidas com o jornalismo convencional, mas também tem as coisas que se tornam diferentes.

O que mais você gosta quando faz esses trabalhos colaborativos?

Das histórias. Antes da gente sair pra caravana, eu fui pra São Paulo e tinha um amigo nosso que organiza um evento que é “na rua, sem wifi” e eles pegam tipo um quarteirão e colocam as crianças pra brincar de bambolê, carrinho de pau, esses brinquedos que a gente não vê hoje sendo tão utilizados. Aí a gente tava fazendo a cobertura, o pessoal se juntou, vamos, o pessoal tava fazendo um vídeo, eu fotografei uma senhorinha que tava com bambolê e tava suando, ela já devia ter uns 60 anos, e me falando que tava muito feliz, que tinha muito tempo que não saía com a família dela, que trabalhava como doméstica e tinha folga e a filha não tinha, e não saía muito com os netos, e aquilo ali pra ela era uma forma de relembrar a infância dela, uma forma dela se aproximar mais dos netos. Isso, eu tava fotografando e já sai correndo pra chamar os meninos que tavam filmando pra poder gravar um depoimento dela. Eu acho que é a gente conhecer as histórias... tinha uma menina em Belém que demorava 5 horas pra chegar na universidade, morava numa comunidade quilombola, ela tinha que pegar uma barca, da barca tinha que

pegar ônibus e era um rolê inteiro pra ela chegar na universidade e essas pessoas estão por aí e a *Mídia NINJA*, o *Jornalistas Livres*, dão voz a essas pessoas. A gente fez um trabalho de comunicação comparada que a gente analisou a cobertura da *Mídia NINJA* e do *GI*, da prisão do Lula, dois dias antes, o dia e dois dias depois, e a gente vê como é nítido, a diferença é gritante, desde a escolha das fontes, por exemplo, enquanto *GI* prioriza as fontes oficiais, o juiz; a *Mídia NINJA* já é uma mídia ativista mesmo, que chama o pessoal pra manifestação, que bota uma senhorinha que tá no meio da rua pra dar um depoimento, que usa ela como fonte oficial, inverte esses papéis, é um jornalismo acho que humanizado, né? Não é só o desembargador, não é só a opinião dele que conta, a opinião da dona Raimunda, que mora lá na Santa Maria da Codipi também conta.

Pela sua experiência na agência onde trabalhou e pelo que conhece dos meios de comunicação convencionais, você gostaria de trabalhar em um veículo de comunicação, digamos, convencional?

Não. Eu as vezes tenho vontade de fazer produção, porque acho que uma pessoa quando trabalha com produção, quando sai de dentro da redação, acaba vendo mais coisas, né? Ela faz mais contatos, conhece mais as pessoas, tem que ir atrás. Mas o lance de ficar dentro de uma redação, escrevendo e mandando release, acho que não é muito legal não, é chato.

E no trabalho colaborativo, tem alguma coisa que você não goste ou ache que devia ser feito diferente?

Acho que toda vez que a gente faz, faz uma coisa nova, porque não tem uma fórmula ainda, uma coisa “jornalismo colaborativo é feito assim, se faz isso”. Acho que toda cobertura tem uma coisinha que torna ela diferente, dá uma narrativa diferente, seja o enquadramento da foto, do vídeo, a edição, mas das experiências que eu tive, eu gosto. Talvez eu reclame da estrutura, né? Porque celular... mas são questões técnicas mesmo, que é mais limitado, por exemplo, você não ter um notebook na hora pra poder tratar uma foto, ou o celular ficar travando (trabalham com os próprios celulares), mas não o formato da cobertura em si. Eu acho que as coisas vão mudando na medida que têm que mudar, vão se aprimorando, e eu tenho certeza que os meninos mesmo da *Mídia NINJA* já devem ter mudado pra caramba o modo de organização desde o começo. Eu acho que ainda tá num processo de construção.

E na Universidade, você ouviu falar alguma coisa sobre esse tipo de cobertura colaborativa?

Não. Na Universidade o máximo que a gente escuta é sobre as rádios comunitárias, a gente não escuta... tem literatura sobre, pessoas que falam sobre, mas os professores não ajudam, não fazem essa atualização de conteúdo, não trazem a *Mídia NINJA* como referência, é muito complicado. É bem marginalizado, na universidade. É muito uma coisa, ah, a grade curricular tá aqui, livros antigos, não tem uma atualização no que a gente ler, são poucos os professores que se preocupam com isso.

Entre os colegas de universidade, você percebe uma curiosidade sobre esse tipo de mídia independente?

Muito pouco. Na minha sala tem a Daline, que também tira foto, inclusive ela tá em Salvador pra organização da Bienal da Une 2019. O Euro, ele se envolve porque é do movimento estudantil e ajuda bastante, fazer um texto. Mas o resto não tem muito interesse, acha massa, ah, legal, mas não participa, não tem interesse, por mais que a gente chame. No *Ele Não* a gente tinha feito um movimento que a ideia era juntar as fotografias

pra tirarem fotos, pra gente ter uma roda de conversa, falar sobre ser mulher, porque ser mulher em várias áreas é foda, mas dentro da fotografia também é e eu, trabalhando com isso, chego em um local só tem eu de mulher, tem 10 caras fotografando e só tem eu de mulher, então já olham estranho, já ficam tipo assim, ah, tu vai ficar aí, mas eu quero ficar aí, deixa eu fazer essa foto, como se o que eu tivesse fazendo ali fosse irrelevante. Mas o pessoal da minha sala mesmo não tem muito interesse por isso, não. As pessoas pensam que a universidade é pra você passar 4 anos e sair. Muita gente eu vejo que só quer fazer a matéria e sair, não aproveita o que a universidade tem pra oferecer. Esse tempo que a gente passa lá é importante, e o pessoal não é muito atento pra isso.

Qual você acha que seja o papel da *Mídia NINJA*?

Eu acho que é uma luz no fim do túnel. Uma alternativa de contra narrativa. E o que *Mídia NINJA* faz é o que muitos veículos fazem e não assumem. A gente não é imparcial porque imparcialidade não existe. Então vamos fazer a cobertura por outro lado da história. Enquanto tem muito veículo que claramente segue outras vertentes e fica tipo “não, a gente tá fazendo certo, a gente é totalmente imparcial”. Eu acho que é como um tapa na cara de muita coisa que tem por aí. Primeiro que eu acho que a imparcialidade é um mito, então a *Mídia NINJA* já representa essa parcela de pessoas que acreditam da mesma forma, e vem cumprindo um papel importante. Eu acho que é uma opção pra muita gente que já tava saturada do conteúdo que é veiculado nesses grandes portais e TVs e querem uma coisa diferente, querem ver uma foto diferente, um vídeo feito de uma forma diferente, ler um texto, um artigo feito de uma forma diferente, então eu acho que é isso.

Pra produzir imagens, atuar na *Mídia NINJA*, você recebe alguma orientação de como fazer? Ou lhe deixam exercitar livremente? Como é que funciona?

Nunca teve nenhuma orientação. Porque eu comecei a fotografar mesmo na Bienal (Fortaleza), então os meninos falavam pra gente fazer as fotos ‘pão com ovo’, tipo assim: tá tendo uma mesa, a galera tá lá, então a gente fazia as fotos gerais, das pessoas que tavam na mesa. E depois a gente ia tirar foto da galera que tava assistindo a palestra, prestava atenção nos movimentos. Mas nunca teve uma orientação da *Mídia NINJA*. Não diretamente.

Você acha que a *Mídia NINJA* e essas outras experiências alternativas já têm uma influência sobre o jornalismo? Que tipo de influência seria?

Tem, muita! Antes, quem fazia transmissão ao vivo? *Mídia NINJA* fez em 2013, com aplicativoszinho. Uma coisa que era restrita a TVs, estrutura, câmeras, transmissores e a *Mídia NINJA* conseguiu fazer a partir de um celular. Acho que o próprio momento que a gente tá vivendo, tipo as redes sociais, uma coisa que acontece, um escândalo que aparece numa rede social já influencia numa pauta de jornalismo no dia seguinte, é capaz de aquilo ali sair no jornal da manhã, tipo uma denúncia que aparece no Facebook, essas coisas já pautam diretamente. E eu acredito que a *Mídia NINJA* tem pautado, de certa forma, não só o material produzido e veiculado, mas as conversas. Não sei se é porque eu tô muito dentro desse meio e eu acabo percebendo mais, não sei como isso tá sendo por fora, mas eu percebo, nas pessoas que eu converso, que já tem uma influência maior.

Em relação a jornalista de mídia empresarial, você conseguiria estabelecer uma diferença ‘esse aqui é jornalista da *Mídia NINJA*, de mídias alternativas, colaborativas, e esse é de mídia convencional’? Tem diferença de postura?

Demais! Eu acho que enquanto... tem muita gente que ainda tenta salvar o que a gente ainda tem de jornalismo, tem muita gente boa que tenta fazer uma coisa diferente, que

tenta contar histórias diferentes, só que as vezes o próprio meio, o próprio veículo de comunicação fica colocando barreiras, mas o fato de ... as pessoas estão automatizadas, então a gente vai fazer uma matéria sobre... mataram duas pessoas numa comunidade mais as margens da cidade, então o jornalista vai lá e vai querer falar com um policial, um delegado que esteve de plantão, enfim, com fontes oficiais, enquanto se eu fosse fazer essa cobertura eu ia querer falar com as pessoas, o que tu viu, essa pessoa era conhecida, o que você sabia. Por mais que muita gente ainda tente fazer isso, transformar, eu acho que muita gente tá cansada. As pessoas desacreditam do poder que o jornalismo tem e acabam não fazendo o que tem que fazer. Enquanto a *Mídia NINJA* já enxerga as coisas de outra forma, enxerga o jornalismo de outra forma, vê uma função social diferente, então eu acho que eles agem de uma forma diferente desde a abordagem, a criar pauta e selecionar os pontos principais da pauta, eu acho que vai desde a construção até como conversar com as pessoas, como tirar uma foto com as pessoas, os fotógrafos ao invés de usar uma lente zoom, ficam com uma grande angular pra se aproximar mesmo, pra chegar mais perto, eu acho que essas coisas fazem a diferença.

Você disse: a minha família pensa ‘Ah, minha filha vai trabalhar no Jornal Nacional’, eles sabem que você colabora com a *Mídia NINJA*? O que eles pensam disso?

Ah, é uma briga, né? O papai não renovou o título dele e graças a Deus não pode votar, então ele não votou no Bolsonaro, mas ele votaria. Todo dia lá em casa é uma briga, porque ele fica assistindo o Datena, pelo amor de Deus! E reclama: tu não assiste jornal, não assiste TV. Por que eu vou assistir TV? Olha o que eles fazem na TV, nesses jornais policiais, isso viola qualquer ética, qualquer conceito que a gente tenha sobre o que de fato deve ser o jornalismo, eles violam, então pra quê eu vou assistir isso? A minha avó sonha, já tem 92 anos, e sonha que um dia eu vá apresentar um programa, um jornal da TV Clube, e eu digo, ‘vovó, eu vou, sim’, porque eu não vou destruir os sonhos da minha avó, então falo, ‘eu vou sim, vai dar certo’. E eu tenho um primo que é jornalista e ele também fica ‘vovó vai dar certo’, mas ele também não quer. Ele trabalha em meio de comunicação, no *GI*, tem um texto melhor, se preocupa com a linguagem, com os termos que devem ser utilizados. O *GI* é um dos poucos que conseguem fazer o que tem que fazer sem jogar as coisas de qualquer jeito, não violam tanto como outros.

Se você fosse dizer pra sua família que quer trabalhar na *Mídia NINJA*, que vantagem você diria pra eles sobre esse tipo de jornalismo?

Isso é complicado. O papai diz ‘tu é louca, parece que é besta’, porque pra ele não é normal. E ele pergunta: ‘tu vai ganhar dinheiro? Como tu vai viver?’. E eu digo ‘pai, dinheiro não é tudo’. Eu quero trabalhar, ter uma casa pra morar, ter uma vida, ter minhas coisas, mas do que adianta você trabalhar num veículo e vai ganhar não sei quantos dinheiros e no final não tá contribuindo com nada? Lá em casa tem uma briga todo dia real, das coisas que papai fala, ele é muito machista, extremamente racista, e todo dia eu tento dizer ‘pai, não é assim’. As vezes eu me estresso e mamãe fica dizendo ‘Bárbara, se tu soubesse o quanto tu já mudou a forma como ele pensa’, que é uma cabecinha fechada e eu tento ficar dando outras informações pra ele. Que é um trabalho de quem é de movimento social, é de formiguinha, você chegar e dizer ‘não é assim, a gente tem que enxerga de outra forma, ler de outro jeito’, então quando eu saio pras manifestações, mamãe fica morrendo de medo, ‘Bárbara, pelo amor de Deus, tu vai ser presa, esse povo é louco, não vá se machucar’, aí eu saio com a câmera na mão e ela: ‘ainda vão te tomar essa câmera, quebrar’, e eu: ‘mãe, não vai’. No dia da manifestação do *Ele Não* eu sai com uma blusa e ela: ‘Barbara, pelo amor de Deus, tu pode ser agredida no meio da rua por causa disso, por defender esse tipo de coisa’. Sim, mas e aí?

Tem foto sua na *Mídia NINJA* no dia do *Ele Não*?

Eu acho que subiu. Tenho quase certeza. Nos *Jornalistas Livres* ou *Mídia NINJA* subiu. Eu mando pro Cuca e peço pro Guilherme mandar e ele encaminha pro pessoal. Eu faço via Cuca.

Você já recebeu remuneração por essas fotos?

Não. O que irrita ainda mais o papai (risos).

Você percebe algum tipo de resposta do público, ainda que indiretamente?

Eu leio os comentários. Eu tenho um Instagram de fotos, meu mesmo, onde eu posto muitas coisinhas (abre e mostra). Olha, essa daqui, foi aqui em Teresina. Ah, essas aqui. Os comentários: ‘vandalismo livre, isso sim’. E o menino comenta sacaneando: quantas pessoas hein?’, ‘Pra tentar livrar uns é preciso aprisionar os outros?’, ‘Tirar o direito de ir e vir é vandalismo’ – isso aqui foi um professor meu, de Química, ele deve ter se decepcionado comigo (risos).

Você responde algum comentário?

Respondo não, eu não vou ... não vale a pena. Na Caravana do Lula eu fiz algumas fotos e tava um mundo de gente, o pessoal da *Mídia NINJA* já tava acompanhando, e aí meu foco nem era mais o Lula, porque já ia ter muita foto, então eu tava tirando foto das pessoas que tavam na grade e eu tava conversando com as pessoas e aí eu tava conversando e fazendo um textinho, e tinha uma senhora chorando, dizendo que o Lula tinha dado casa pra ela, enfim eu postei um textinho no Facebook e comentaram ‘isso é gente paga’. Eu falei foda-se, eu não respondo..., não tem como responder, aquilo ali dá uma tese de doutorado, se eu for estudar o que as pessoas falam naqueles comentários... e grande parte dos comentários é muito negativo: vai trabalhar... é muito desgaste. Tem uma galera que já ultrapassou a linha, que nada que você fale, argumente vai fazer algum efeito naquela pessoa, então é um desgaste. Eu não vou ficar batendo boca com uma pessoa que não tá aberta, não quer conversar, então as pessoas que comentam de forma negativa a gente tem que ignorar, porque se não vai ficar doído, não vai fazer mais nada.

Para você qual é a função, o papel desse trabalho, desses espaços como *Mídia NINJA* e *Jornalistas Livres*? Que função eles cumprem nesse nosso espaço de comunicação?

É uma reafirmação do que é uma democracia, do direito de opiniões, pensamentos diferentes, então um Instagram ou Facebook da *Mídia NINJA* que tem um alcance gigantesco é uma prova de que a gente ainda vive numa democracia, porque se a gente tem uma liberdade de expressão, se um veículo desse ainda tá agindo, trabalhando, é porque a gente ainda tá vivendo numa democracia, apesar de tudo, e que o fortalecimento dele e de outros veículos como ele, é também uma reafirmação da democracia. Então a gente tem que ligar as coisas. Eu acredito que quanto mais veículos nascerem, quanto mais midialivristas aparecerem, é uma reafirmação do nosso estado democrático. *Mídia NINJA* cumpre um papel de mostrar uma comunicação diferente, um jornalismo diferente, e também um papel político, porque eu acho que tem muito mais a ver com uma função política, social, do que com qualquer outra coisa, porque é sobre conscientização, sobre defender o direito das pessoas, sobre dar visibilidade pras minorias...

Você acha que isso é mais difícil de se efetivar nos meios de comunicação convencionais?

Sim. Você não vai fazer um artigo falando sobre fotógrafas mulheres que desde a ditadura estão indo na rua fotografar. Você não ver um artigo como esse num portal convencional, você não vai ver um artigo de uma comunidade indígena num portal convencional, então o fato dessas pessoas terem voz, serem exaltadas, já é um grande passo.

E tirando o pessoal da sua família, o que você acha que pode despertar nas pessoas o fato de saber que você contribui com a *Mídia NINJA*? É admiração, curiosidade, medo?

Depende. Como eu tô num meio que tem um muro entre minha família e meus amigos – todo mundo sabe... Tem muito amigo meu que se afastou de mim por conta disso. A galera se afasta por ter um pensamento político diferente, por acreditar em outras coisas, mas tem muita gente que acha massa, que pergunta e aí, tem curiosidade, quer saber como funciona, como faz pra participar. A gente tá fazendo um movimento pra Bienal que vai acontecer em fevereiro (Bahia) e o pessoal tá louco pra participar da comunicação colaborativa. Ah, eu só tenho uma câmera, não é muito boa, como eu faço? As pessoas se interessam, na mesma medida que tem gente que não dá bola, vira as costas, tem gente que se interessa. Graças a Deus, se não, não ia ter o que a gente tem hoje.

Você imagina um futuro pra *Mídia NINJA* e esse tipo de experiência que eles fazem?

Eu acho que cada vez mais tá aumentando, e acho que vai aumentar muito mais a partir do próximo ano (2019. Entrevista feita no final de 2018). Acho que governo do Temer foi uma beleza, ninguém sabe o que vai acontecer com nosso país, nosso estado, a gente tem um governador que é do PT, o nosso estado foi o que mais votou no Haddad, então eu não sei como vai ser politicamente. Acho que o futuro da *Mídia NINJA* existe e ele pode ser uma coisa mais difícil porque vai existir uma repressão maior por parte mesmo das pessoas. Se esses comentários, eu tenho certeza que esses comentários devem ter aumentado depois da eleição do Bolsonaro, porque são pessoas que acreditam que as ações delas podem ser legitimadas, porque o presidente delas foi eleito, então o discurso do ódio, agressões físicas e verbais vão acontecer mais e eu acho que a *Mídia NINJA* vai ter que ficar se esquivando de situações que possam gerar o fim do coletivo – não só eles, todos esses coletivos, inclusive o próprio movimento estudantil tá com medo que aconteça alguma coisa na Bienal, mas acho que a gente tem que ver o que vai acontecer e continuar com o trabalho. Agora mais do que nunca, a *Mídia NINJA* tem que expandir, conseguir mais colaboradores, fazer com que pessoas enxergam as coisas de outra forma. O futuro vai ter, espero que tenha, mas vai ser complicado, politicamente falando.

Que futuro você imagina para o jornalismo de modo geral e para um estudante de jornalismo hoje?

Tá difícil. A crise do jornalismo tá batendo na porta faz tempo, as redações, as pessoas estão ... parece que a galera tá louca de escrever o que escreve, espalhar o que espalha, acho que o jornalismo, alguns veículos, estão criando plataformas de checagem de notícias, então eu acredito que o papel, a partir de agora, mas do que informar, vai ser evitar a desinformação. Porque não é mais só você ir pro local e cumprir uma pauta, é sobre você tá em alerta enquanto jornalista sobre essas coisas que estão acontecendo. A gente perceber as mensagens que rolam no grupo da família, as notícias falsas, a gente ficar atento pra poder explicar as pessoas que não é dessa forma, essa caixinha que a gente tá vendo, existem outras coisas. Acho que a partir de agora o jornalismo vai cumprir um papel mais de tirar as informações erradas que vão surgir do que de fato ser uma rotina como era antes. Acho que depois dessa eleição nada mais vai ser como era antes. E os estudantes... tem muita gente desacreditada, eu conheço muita gente que não continuou o

curso, que trancou o curso, porque não vê isso dando certo, não vê o jornalismo assumindo um papel social, e isso é preocupante. Todo mundo que tá na universidade tem uma expectativa, né? Mas muita gente fica perdida no meio do caminho, vendo como as coisas caminham e é muito complicado. A Fernanda, amiga minha, trancou o curso e a gente, nos primeiros períodos, quase todos os trabalhos que a gente fazia era sobre a *Revestrés*, porque a gente via como uma válvula de escape, um veículo diferente, que tem um texto diferente, que possui pautas diferentes, então a gente fazia aquilo como objeto de estudo, pra analisar, usar como modelo, mostrar que você pode produzir conteúdo de uma forma diferente.

E você acha que experiências como *Mídia NINJA* podem estimular uma recuperação, um gosto pelo jornalismo?

Eu tava no terceiro ou quarto período quando tive a minha primeira experiência de comunicação colaborativa. E aquilo dá um fôlego! Você saber que você pode, que você tem como, através de um facebook, fazer uma coisa diferente, que você pode fazer uma foto diferente, que tem várias possibilidades e que tem várias pessoas que estão fazendo isso! É estimulante. E as pessoas as vezes pensam que está muito distante de você participar do *Mídia NINJA*, so participa gente do Rio, de Minas, e não, tem gente de todo lugar. Eu acho que o que falta é espalhar mais isso: você pode fazer parte do *Mídia NINJA*, escrevendo textos, elaborando uma reportagem sobre o que acontece na periferia que tu mora, e tem outros coletivos, tem muito coletivo dentro das comunidades, vozes da comunidade, o pessoal narra isso de uma forma diferente, e você saber que você pode fazer, tem como fazer, dá uma fôlego. Quando eu voltei da minha primeira experiência eu tava louca! Meu Deus, tem outro caminho! É você saber que você tem outro caminho.

E tem coisas que você acha que só encontra nesse formato? Só a formatação *Mídia NINJA* consegue fazer?

Sim. Acho que as fotos são uma diferença nítida. Você pode pegar qualquer outro portal que você não vai encontrar uma foto com uma linguagem diferente, um enquadramento diferente, tão diferente como as da *Mídia NINJA* são: bem feitas, bem mais elaboradas, com uma edição diferente, dá um outro sentido pro que é fotografia, fotojornalismo, fotografia de rua, o que é fazer retrato. Então acho que esses formatos, a gente só encontra mesmo no *Mídia NINJA* e *Jornalistas Livres*. Não vê em veículos convencionais.

Tem mais alguma coisa que você queira comentar sobre essa experiência.

As coisas acontecem e vão aparecendo. Eu nunca pensei que eu fosse participar de uma coisa como essa e caiu no meu colo e eu tô fazendo. Eu trabalho com Assessoria, que é outro tipo de coisa, e eu tento muito pegar o que que aprendi com a experiência de Cuca, de *Mídia NINJA* e trazer pra isso. Durante a campanha política não era só sobre a fazer a foto do candidato, mas era sobre as pessoas que estavam lá. Eu acho que fui contratada por causa disso, porque quando pediram portfólio meu eu mandei tudo o que eu tinha feito na Une Volante, mandei umas fotos, teve um ato no teatro Oficina, em São Paulo, manifesto da Manu, e as fotos que eu fiz dela lá foram as fotos que eu mandei, as fotos que eu fiz do Haddad numa palestra na USP. Eu joga até na cara do meu pai: se eu consegui um emprego, se eu tô trabalhando hoje onde tô, é porque eu aprendi a tirar foto desse jeito e eu aprendi porque eu participei, colaborei com veículos de mídia alternativa. Então foi uma coisa que me encaminhou pra outros rumos: me ensinou a fotografar diferente, a fazer as coisas de modo diferente, a pensar diferente, e fez com que eu arrumasse um emprego. Eu não faria essas fotos se eu não tivesse essa experiência, não faria se não tivesse saído por aí pra cobrir manifestação, você aprende a ser rápida, é uma bomba de gás (risos), aprende a ser rápido, a se esquivar e tudo o que fiz durante as

manifestações foi o que eu fiz na campanha política, em um outro contexto, mas tudo o que eu aprendi na cobertura colaborativa foi o que usei depois, foi uma coisa que aprendi pra minha vida (começou a trabalhar na assessoria de político, fazendo foto e vídeo). Às vezes a pessoa não têm um microfone, cara, pega um fone de ouvido. São noções básicas que eu aprendi nas manifestações e que você pode aplicar em outros contextos e funciona. Se eu tenho um emprego em fotografia hoje é graças a isso. Eu sou fotógrafa, eu trabalho com isso, é o que eu faço pra viver. É possível.

Entrevista realizada em Teresina, em 18 de dezembro de 2018.

Clayton de Sousa Nobre

31 anos, tem Mestrado em Comunicação e Sociabilidade Contemporânea pela UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), em Belo Horizonte.

É graduação em Jornalismo pela UFAM (Universidade Federal do Amazonas).

Nasceu em Manaus, Amazonas.

É ninja fixo, residindo em casa coletiva.

O que você fazia antes de entrar na *Mídia NINJA*?

Logo que me formei, em 2005, eu trabalhei no Sindicato dos Jornalistas e depois na Associação de Docentes da UFAM, durante dois anos - comecei como estagiário e depois contratado. E tinha um trabalho concomitante com um coletivo que fundamos em Manaus, se chamava Coletivo Difusão, e logo depois fez uma aproximação com o Fora do Eixo e, em 2009, 2010, a gente se filiou, entre aspas, a gente se integrou a Rede Fora do Eixo. E depois disso eu fiquei na Rede Fora do Eixo desde então. O Difusão era um coletivo de produção cultural, e era igual o Fora do Eixo - tinha um núcleo de Comunicação, onde eu mais atuava, e tinha um núcleo de artes cênicas - eu fazia teatro na época, tinha um grupo de artes cênicas, o Baião de Dois, que eu participava. Depois que eu fui pra Belo Horizonte, no final de 2010, fui morar pra fazer o mestrado, eu já tava integrado ao Fora do Eixo, e em 2013 a gente funda a *Mídia NINJA*. Estou desde o início. Ingressei na *Mídia NINJA* basicamente pelo Fora do Eixo e pelo coletivo Difusão, porque, na época, de 2005 a 2010, foi uma época de muita ascensão dos coletivos culturais e a gente tinha um trabalho muito bacana em Manaus que existe até hoje. O coletivo Difusão e o Fora do Eixo nasceram justo numa época em que se tentava fazer uma conexão em rede desses coletivos, e eu acho que, em 2009, foi um pessoal do Fora do Eixo visitar Manaus, eles tavam viajando o mundo, as cidades Fora do Eixo Rio São Paulo no Brasil, pra falar sobre o Fora do Eixo, e a gente se encantou, na época, porque a gente estava com necessidade de se conectar com outros coletivos. Manaus era uma cidade muito isolada geograficamente, simbolicamente, a Amazônia por si só já tem um isolamento muito grande do resto do país e pra gente era muito importante, desde então eu estou integrado a rede.

Qual a sua função na *Mídia NINJA*?

Eu sou um dos responsáveis pela Universidade Fora do Eixo, que é como o núcleo de formação da rede Fora do Eixo, que inclusive você conhece, tava na Imersão e tudo, que é uma rede de cultura e a *Mídia NINJA* faz parte dessa rede, é como se fosse o núcleo de midiativismo, de comunicação da rede Fora do Eixo. Minhas funções basicamente são cuidar das ações de formação que a gente engloba na Universidade Fora do Eixo, e por tabela cuido também da formação na *Mídia NINJA*. A gente adotou esse ano o nome de LabNinja, então eu sou coordenador do LabNinja, e também colaboro nas redes sociais. Faço texto e postagens, difusão de conteúdo em todas as redes.

Você mora nas casas Coletivas?

Moro, na Casa de Brasília. A maioria das pessoas percorre as casas. Eu sou uma das pessoas mais fixas, estou morando aqui desde 2013. Quando a casa surgiu veio um primeiro núcleo, menor, as meninas que fundaram mesmo o Fora do Eixo em 2005 pra 2006, umas cinco pessoas, e logo que a casa começou o pessoal recrutou mais gente pra poder engrossar o caldo de Brasília, porque a responsabilidade aumentou, e daí eu tava

morando em BH e vim pra Brasília, tinha acabado de terminar o mestrado. A casa de Brasília foi fundada em junho e eu vim morar em setembro de 2013.

Há quantas casas coletivas hoje?

Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Fortaleza, Brasília- cinco casas, a gente já teve muito mais casas. Tem coletivos que tinham casa e não conseguiram sustentar a casa. Esses coletivos ainda existem de certa forma, não existe mais a casa, porque casa é muito difícil, de fato, a casa é uma etapa muito mais avançada dentro da rede Fora do Eixo. Quando você consegue pegar o seu coletivo e montar uma casa e ir todo mundo morar junto na casa é porque você avançou várias etapas dentro da rede. Muita gente fez isso, mas não conseguiu sustentar, por grana, por vários motivos, mas as que resistem até hoje são essas cinco. Já teve em Manaus, no Amapá, Belém, mas é isso, é difícil sustentar.

E como funciona a sustentação das casas?

A gente tem uma estrutura financeira que é... uma história longa, vou tentar dar um resumo. A gente tem um projeto chamado Caixa Coletivo que é o centro nervoso da economia do Fora do Eixo. Ele é uma inspiração – digamos - para que a gente consiga manter os nossos recursos o mais coletivo possível. E quando eu falo recurso não é só o dinheiro, é desde recurso material – roupa, mochila, a própria ideia de morar que vai desde recursos tangíveis- nossas roupas, dinheiro que entra – e a própria ideia de morar numa casa coletiva porque quando você sai do seu emprego e vai morar numa casa coletiva a gente já passa um pouco dessa etapa do que é individual, sua, pra ir para uma esfera do trabalho coletivo e colaborativo. Então todos os recursos que a gente tem hoje são coletivos, então se a gente vai fazer um trabalho free lancer, a gente recebe uns dois mil reais, esses dois mil reais entram no caixa coletivo. Esse caixa coletivo é o que financia as casas coletivas hoje. Aí são vários projetos que a gente desenvolve pra fazer com que essa economia se movimente, pra fazer com que o caixa coletivo se movimente. É importante falar... muita gente pensa que a gente precisa de muita grana pra poder desenvolver os trabalhos que a gente desenvolve, mas é muito pouca grana que a gente precisa de fato, porque a gente mora em coletivo, nossas contas são coletivas, nossos recursos são todos coletivos, isso faz com que a gente tenha uma sustentabilidade muito maior, faz com que a gente precise de muito menos grana que outros veículos ou coletivos ou mídias independentes.

Vocês são o único coletivo que tem a ideia da casa coletiva?

Hoje já tem outras iniciativas, talvez, mas não na comunicação..., não lembro de outra iniciativa. O pessoal do Ruas, aqui, fundou um núcleo de comunicação chamado Duca e tão montando uma casa coletiva agora, então é uma ideia... Pode ser que tenha outros Brasil afora e a gente não conheça, porque é uma ideia nova, embora seja velha na concepção, mas é nova como processo.

Como é a divisão ou partilha dos recursos: todo mundo pode pegar a roupa de todo mundo e tal?

Sim. Nas casas coletivas, sim. Somos em torno de 50 pessoas que moram nas casas, somando as cinco casas coletivas. Essas pessoas, nós, somos dedicação exclusiva Fora do Eixo e *Mídia NINJA*, em torno de 50, são essas pessoas que têm seus recursos coletivos, porque tem muitas pessoas que são colaboradores e que não moram nas casas e não usufruem desses recursos, das roupas, do dinheiro.

A maioria das pessoas que moram nas casas coletivas vem da área de comunicação?

Cerca de 80%, a maioria é da comunicação, sim.

Qual a importância das casas coletivas para a atuação e manutenção da *Mídia NINJA*?

A Casa Coletiva, a ideia começou em Cuiabá com o primeiro coletivo que se chamava Espaço Cubo. A gente fala que ele é o DNA do Fora do Eixo porque a maioria das tecnologias que a gente utiliza hoje foi o pessoal do Espaço Cubo: o Pablo Capilé, Marielle Ramires, Lenissa Lenza, que hoje são as grandes lideranças do Fora do Eixo, são as pessoas que formavam o Espaço Cubo lá atrás, se eu não me engano em 2001, que fundaram o Espaço Cubo e foi um dos primeiros coletivos que tiveram a ideia de todo mundo morar junto na mesma casa. Foi uma ideia que, como tudo na rede Fora do Eixo, é uma ideia meio inofensiva e que tempos depois a gente ver que foi uma grande tecnologia. Na minha opinião o caixa coletivo e as casa coletivas são as principais tecnologias que a gente desenvolve hoje na rede Fora do Eixo e essa ideia inofensiva começou porque tinha umas 20 pessoas no coletivo – eu sou péssimo de números, mas aproximadamente é isso – todo coletivo começa com um grande número de pessoas, mas a maioria se dedicava basicamente 20% do seu tempo para o coletivo, porque trabalhavam, estudavam, tinha dois, três empregos, estágio, porque precisavam fazer muita coisa pra se sustentar, e o coletivo não sustentava ninguém, e se você queria tirar algum sustento você trabalhava em outro local, e daí o Espaço Cubo via uma necessidade grande de se dedicar mais ao coletivo, ah , mas eu não posso largar meu emprego, meu sustento, aí o pessoal perguntava: será que é a dedicação que vai trazer a sustentabilidade ou a sustentabilidade que vai trazer a dedicação? Ou seja: será que se todo mundo largar seus empregos e a gente passar a se dedicar 100% ao nosso coletivo, será que a gente não consegue dar sustentabilidade que a gente acredita que não tem por estar só 20% no coletivo? Se a gente conseguir ficar 100% do nosso tempo, fazendo projetos pra poder conseguir grana, fazendo free lancer, enfim, se a gente se dedicar mais a gente consegue, aí o pessoal decidiu virar uma página mesmo, se arriscar, e falou a gente só vai conseguir fazer isso, se dedicar 100%, se a gente ficar 100% do nosso tempo juntos, e pra gente conseguir fazer isso a gente precisa morar junto, aí o pessoal alugou uma casa bem pequenininha, das 20 pessoas umas 5 ou 6 decidiu se arriscar e morar junto na casa e foram, aí a casa virou essa principal tecnologia de sustentabilidade que a gente tem hoje, e quando a rede Fora do Eixo se formou muitos coletivos falavam, ah, o meu coletivo tem um problema que nunca consegue se dedicar e a gente já falava, porque vocês não montam uma casa coletiva? A mesma coisa falaram pra gente em Manaus e a gente decidiu, lá em Manaus, morar junto numa casa, e foi uma ideia que começou a proliferar nos outros coletivos da rede Fora do Eixo e hoje eu repito: é uma das principais tecnologias que a gente tem hoje porque a gente só consegue se sustentar porque as pessoas começaram a se dedicar muito mais tempo. A partir do momento que a gente mora junto, e se dedicando por muito mais tempo a gente dá uma velocidade muito maior aos nossos projetos e consequentemente os recursos vão entrando de uma maneira muito mais rápida e isso é um dos principais pontos positivos e porque a gente tem essas casas coletivas hoje.

Vocês recebem salário?

Não, o caixa coletivo é o nosso financiamento. Se a gente recebesse salário, hoje, em Brasília, somos seis pessoas, se a gente for contar mesmo as pessoas fixas, se a gente fosse falar que precisava de um salário de dois mil, mil reais pra cada, a gente precisaria levantar uns dez a doze mil reais por mês só pra casa de Brasília. Tem mês que a gente consegue, tem meses que não consegue, a maioria dos meses a gente não consegue ter

doze mil reais em caixa, pra pagar só salário, porque ainda tem várias outras coisas que precisa pagar: contas, aluguel, as casas todas são alugadas. Então a primeira coisa que a gente falou foi isso: gente, nossos recursos precisam ser coletivos, porque se forem individuais, essa lógica que a gente começou a ter a partir do momento que veio morar junto, ela vai se quebrar e a gente não vai conseguir se sustentar e a casa não vai durar. Isso acontece muito, a gente fala muito isso: as casas têm um tempo de duração de mais ou menos seis meses. Quando alguém fala pra gente: a gente montou uma casa, todo mundo alegre, a gente fala entre nós: daqui a seis meses vamos ver se eles vão tá nessa vibe aí e é isso.

Por causas das dificuldades?

Tem dificuldades. Mas a primeira coisa é isso: se você vai querer dar salário para cada um, a casa não vai conseguir se sustentar. Se cada um entrar muito nessa onda... Não é nem salário, porque quando eu falo salário é mais essa lógica individualista mesmo, que o salário, por meio de todo o sistema que a gente vive hoje, ele traz, mas a partir do momento que todo mundo pactua que nossos recursos são coletivos, e a gente consegue conviver muito porque é coletivo, mas não quer dizer que a gente não ... assim, se eu vou precisar comprar uma calça, eu vou lá no caixa coletivo, pego cem reais e compro a minha calça, isso é coisa normal, que todo mundo faz, a única diferença é essa: eu não tenho um recurso que é individual, como salário, o recurso é coletivo. Se naquele mês os recursos estiverem muito escassos, tipo ah, eu tô vendo aqui no caixa que esse mês não dá pra comprar a calça, quem sabe mês que vem eu consiga, mas é isso.

Conte como é o seu dia a dia na *Mídia NINJA*.

O meu especificamente..., a gente tem na *Mídia NINJA* basicamente um trabalho que é assim, resumidamente, vou falar resumidamente como é o cotidiano das pessoas na *Mídia NINJA* pra falar como eu me encaixo. Uma das minhas missões é organizar a agenda da atuação da *Mídia NINJA* em Brasília, então toda noite por volta de 22 horas, eu tenho que mandar no nosso chat, a gente um chat aqui do *NINJA* DF, a agenda que tem mapeado do dia seguinte, então, como meu trabalho é muito de formação e articulação, então, por tabela esse trabalho de agenda também cai pra mim, então tudo que tiver de agenda, ‘ô, vai ter uma ação daqui a pouco no MB’, então eu lanço a agenda, um ato lá da periferia contra a fascismo, vai ter uma marcha LGBT, o pessoal do MTST vai fazer um mutirão de bioconstrução em Planaltina, tudo isso entra na nossa agenda, aí no final do dia eu mando a agenda no chat, com tudo o que vai acontecer no dia seguinte, e nesse chat a gente tem mais ou menos as pessoas que colaboram com a *Mídia NINJA*, além das pessoas que são da *Mídia NINJA* Brasília. E as pessoas se articulam pra cobrir essa agenda, isso é colaborativo. Então minha missão é mandar essa agenda e fazer esse acompanhamento. Basicamente eu, o Oliver e a Isis - a gente faz bastante esse acompanhamento em Brasília. O meu radar fica muito mais ligado em verificar esses conteúdos e postar esses conteúdos nas redes sociais, que chegam, porque o pessoal vai lá no ato da UnB, manda foto no chat, então minha missão é pegar esse conteúdo e ficar postando. Tem uma equipe que já faz isso mais efusivamente, então hoje em dia eu fico muito mais no acompanhamento, no apoio, na base. Quando tem matérias que precisam de uma escrita mais densa, aí eu entro, tipo: precisa fazer uma matéria sobre legalização das drogas, daí eu entro porque é onde eu tenho mais expertise, e o acompanhamento de formação mesmo, desenvolver oficinas. Esse espaço, por exemplo que a gente tá aqui, é um espaço que a gente tem uma colaboração com o pessoal do Ruas, então a gente tem uma missão, por conta das eleições, conjuntura toda, a gente tem feito pouco, mas a gente tem a missão de toda semana tá aqui, fazendo uma reunião com os colaboradores, toda segunda feira, e durante o dia a

gente se encontra aqui sempre, todos os dias, que é uma missão que nossa. E a minha missão sempre foi, ah, tem uma demanda muito grande de gente querendo aprender fotografia, então eu organizo ... Ruas é Rede...é o pessoal de Ceilândia que tem essa parceria com a gente. Mas minha missão basicamente é essa. Isso localmente. Aí nacionalmente a minha missão na Universidade Fora do Eixo se globaliza mais, então a gente todo ano monta editais de formação, que eu fico na missão, eu sou a principal pessoa que fico na responsabilidade de organizar as convocatórias pra chamar as pessoas que querem participar da *Mídia NINJA*, organizar editais de Vivência. Esse ano a gente já vai começar a organizar o edital do LabNinja pro ano que vem, que é um dos editais mais... ano passado a gente teve mais de 3 mil inscrições, as pessoas que queriam, e a gente abriu só no Rio de Janeiro. A gente sempre abre em todas as casas, esse ano a gente abriu só no Rio, e é uma das demandas maiores de formação que existem em termos de inscrição, de gente que tá querendo participar, então esse é um dos maiores projetos que a gente tem no ano e eu sou um dos responsáveis. É uma vivência. As pessoas veem e ficam duas semanas morando nas casas junto com a gente pra poder viver o cotidiano da *Mídia NINJA*. Ela quer aprender a tirar foto, aí ela vai e vive o cotidiano, porque não aprende só a tirar foto, ela aprende todo o know how de uma vida coletiva, o que é a vida de uma pessoa que é ativista da comunicação, aí ela vive junto, tá no espaço compartilhado, lava louça junto, lava banheiro junto e vai pra rua tirar foto junto, participando de tudo.

Dessas vivências, muita gente fica na *Mídia NINJA* e casas coletivas?

Muita gente fica. Muita gente que tá na *Mídia NINJA* hoje são pessoas que estavam nessas vivências.

E quais os critérios de vocês pra dizer ‘você pode ficar na *Mídia NINJA*’?

A gente acaba tendo que criar uns critérios porque são muitas pessoas que se inscrevem, então a gente acaba tendo que criar mecanismos, nossos filtros, pra poder selecionar as pessoas porque pela gente, a gente chamaria todo mundo. Mas esse ano a gente fez critérios bem sociais, chamamos mais mulheres, pessoas negras, mais pessoas que têm menos condições de fazer uma vivência como essa, a gente deu uma privilegiada. É mais por conta da quantidade.

Vocês têm um cálculo: a gente precisa ficar com x número de pessoas pra se manter?

Esse ano a gente fez três etapas de vivência e chamou 20 pessoas pra cada etapa. 20 pessoas já é um número grande, o maior número que a gente já chamou, mas depende muito da casa. Como foi no Rio de Janeiro foi possível. Aqui em Brasília não seria tão possível porque só nós já somos seis pessoas, então a gente fez aqui uma vivência muito legal, que não era pra morar nas casas, as pessoas já eram de Brasília e a gente se reunia todos os dias nesse espaço do Ruas, a gente fez durante o carnaval, eles fizeram a cobertura do carnaval de um projeto chamado Outros Carnavales, foram umas 15 pessoas.

Os critérios passam também pelas habilidades das pessoas de desenvolverem tecnicamente o trabalho?

Não necessariamente. A gente ... as vezes a gente até olha o portfólio quando tem uma necessidade grande...design, por exemplo, aqui em Brasília não tem ninguém ligado ao design na casa então se a gente fosse abrir um processo de seleção seria até legal chamar uma pessoa que tenha mais experiência pra poder dialogar com outras pessoas que não tenham, mas não é um critério que a gente utiliza sempre.

É importante o jeito que essa pessoa consegue conviver com os outros?

A gente faz entrevistas e elas funcionam muito pra gente poder sacar isso que é muito subjetivo: como a pessoa poderia lidar numa convivência com a outras, juntos, numa casa. A gente pergunta se a pessoa mora sozinha, em coletivos, com os pais, tentando entender o perfil, porque se vier alguém que fala ah, não consigo me adaptar, a gente já sabe que essa pessoa também não conseguiria se adaptar conosco. Mas é muito necessário que essa pessoa tenha um pouco de abertura pra convivência coletiva.

O que você sente ao participar da *Mídia NINJA*, que sensações você experimenta e o que mais gosta no seu trabalho?

Na verdade são muitas coisas. A gente tem..., quando a gente tava se encontrando você falou que tempos difíceis (uma semana após eleição de Bolsonaro), realmente a gente tá em tempos muitos sombrios, muita gente tá analisando de forma pessimista os próximos quatro anos, mas quem trabalha com ativismo, acho que o trabalho da Fora do Eixo e *Mídia NINJA* tem isso de forma muito especial, sabe que a gente precisa de um certo horizonte utópico pra poder caminhar e a gente tem isso dentro da *Mídia NINJA* de uma forma muito efusiva, temos um horizonte utópico que a gente planeja e faz com que a gente consiga caminhar com muito otimismo e planejar o que a gente precisa planejar, isso pra mim é o que me faz ficar dentro da rede, o que me faz poder trabalhar e atuar coletivamente dentro de uma rede como Fora do Eixo e *Mídia NINJA*. O Luís Eduardo Soares, numa entrevista com o Pablo, tem no youtube, ele tem um programa, ele falou, não lembro direito as palavras, mas ele disse que tem muitos movimentos, ele citou a *Mídia NINJA*, que trabalha na perspectiva de contar histórias e, na medida que conta histórias a gente acaba construindo utopias também. Pode ser que aquela história... pode parecer que a gente tá querendo chegar num nível muito máximo de felicidade, de utopia mesmo, que as pessoas que são de fora olham e falam gente, mas isso é impossível, como essas pessoas estão felizes em tempos de Bolsonaro, como essas pessoas caminham para uma utopia impossível, mas na medida que a gente conta essa história dessa utopia e estimula as pessoas a poder estar juntas, fazer parte dessa história, a própria história já se torna a utopia uma possibilidade pra gente poder atuar dentro dela, ela já é a utopia possível. Então a *Mídia NINJA* tem um pouco disso que o Luís Eduardo Soares falou, que fora do Eixo e *Mídia NINJA* tem muito essa característica de poder estimular as pessoas contando boas histórias. Eu acho que isso é o que me faz ficar na *Mídia NINJA* todos os dias, poder atuar todos os dias, porque a gente constrói narrativas cotidianamente que faz com que a gente consiga estimular cada vez mais pessoas a estar juntos construindo esse mundo que a gente quer construir, que é um mundo mais justo, especificamente na *Mídia NINJA* de uma democratização mais plena da comunicação que a gente sabe que não existe, mas a partir do momento que a gente consegue mobilizar pessoas a se tornarem midiativistas, a se tornarem isso que a gente chama de cidadãos multimídia, a gente consegue construir pelo menos uma rede nossa, paralela, que já conquistou milhões no Brasil inteiro e a gente já conseguiu quebrar um paradigma muito forte desde que o Fora do Eixo nasceu, em 2005, que é esse paradigma da ... a gente fala muito que a massa de mídia vai ser mídia de massas (trocou), a gente conseguiu construir uma narrativa, uma disputa simbólica muito forte que faz com que a gente consiga quebrar muito a hegemonia que tem hoje nos meios de comunicação de massa. É um pouco resumidamente das sensações que eu tenho na *Mídia NINJA*.

Pra você, qual é o objetivo da *Mídia NINJA*? E o que é ser um ninja?

A gente sempre fala, pra poder ser mais objetivo, que a *Mídia NINJA* trabalha com um objetivo principal que é fazer uma disputa narrativa dessas histórias que não são contadas pela mídia comercial. É basicamente o trabalho da *Mídia NINJA*, construir as narrativas

que não são veiculadas nas mídias comerciais, hegemônicas, tradicionais. É esse o objetivo mais objetivo da *Mídia NINJA*. Mas é claro, se a gente for avaliar mais profundamente esse objetivo ele tem um laço que é muito mais ... que é pouco raso, a gente tá falando de uma disputa narrativa que é também uma disputa simbólica, uma disputa de um mundo que seja mais justo, onde as pessoas consigam conviver de uma forma mais harmônica, mais justa, enfim, e essa é minha missão também, meu objetivo na *Mídia NINJA*, ativismo porque se você perguntar as pessoas da *Mídia NINJA*, pelo menos essas 50 que trabalham coletivamente, os objetivos pessoas são muito intrínsecos e ligados aos objetivos coletivos. Ninguém nunca tem: ah, o meu objetivo na *Mídia NINJA*... a não ser que seja uma pessoa iniciante dentro do processo. O iniciante sempre vai falar ah, eu tô na *Mídia NINJA* porque eu, pra mim, eu quero... é muito eu, eu, eu, e as pessoas que estão há mais tempo têm uma missão que é uma missão coletiva.

Que tipo de impacto você considera que a *Mídia NINJA* conseguiu provocar no Jornalismo? E na política?

Eu acho que nem só no jornalismo. Acho que antes do jornalismo a gente conseguiu construir, por meio da rede Fora do Eixo, uma disputa muito grande na cultura. Sempre quando eu apresento a *Mídia NINJA* pras outras pessoas, em oficinas, antes de falar de jornalismo, eu falo de como a gente conseguiu fazer uma disputa simbólica dentro da cultura, e vou explicar um pouco o que a gente conseguiu na música que foi o nosso primeiro grande carro chefe da rede Fora do Eixo. A gente começou, nosso grande diferencial foi na construção de um novo mapa da música brasileira, porque quando o Fora do Eixo surgiu, pra poder contar essa história que o Brasil não conhecia, que fazia parte do cotidiano do Brasil profundo, mas que o Brasil não conhecia, e eu sou de Manaus. Então, a gente formou nosso coletivo lá no intuito de poder contar pras pessoas aquilo que os jornais não contavam e aquelas pessoas não conheciam, que eram as bandas locais que as pessoas de Manaus não conheciam, os artistas locais que as pessoas não conheciam, porque se você fosse abrir os jornais, você só conseguia ver as grandes estruturas, as grandes estrelas, ou era um show da Ivete Sangalo que ia ter em Manaus ou era outra coisa que não tinha nada a ver com Manaus. A gente fala muito no Brasil profundo porque o Brasil profundo, pra gente, como a rede se chama Fora do Eixo, ela surgiu muito na ideia de querer disputar o centro e contar essas narrativas que estavam fora do eixo rio de São Paulo, e era uma época de derrocada da indústria cultural, fonográfica e os artistas que surgiram que numa lógica dessa quebra de narrativa foram artistas Crioulo, Gabi Amarantos, Emicida, que hoje são artistas renomados internacionalmente, mas se lançaram por meio de redes sociais, por meios desses coletivos culturais que começaram a contar pra outras pessoas quem eram esses artistas que estavam fazendo seu palco ali dentro da cidade, mas que não conseguiam jabá, não conseguiam ter acesso as grandes estruturas, e claro era uma época que a internet estava em ascensão, o Brasil gosta muito de usar as redes sociais - segundo país que mais usa, segundo fontes que o pessoa da *Mídia NINJA* sempre usa, não sei direito qual é, mas sempre falam que Brasil é segundo país que mais leva tempo em redes sociais, e isso, consequentemente, conseguiu com que nossa disputa fosse mais fácil. E daí, por tabela, na comunicação, no jornalismo consequentemente, essa disputa ganha um tom muito mais rico, porque a *Mídia NINJA* conseguiu fazer essa disputa por meio dessa história que a gente conta que as mídias comerciais não contam por conta do seu perfil político e outros interesses que a gente sabe. Em 2013 tinha dois debates que se fazia muito quando a gente formou a *Mídia NINJA*. Primeiro era que jornalismo estava em crise, era uma época que muita gente tava sendo demitida das redações, redações se encurtando, e a gente falava muito que a crise não era do jornalismo, mas daquele modo de fazer

jornalismo que era muito estruturado num modelo comercial de produção narrativa. Então a gente falava muito que eram essas redações e esse modelo que estava em crise e não o jornalismo em si, o jornalismo tava muito bem, obrigada, e a gente começava a ver uma preponderância grande dos coletivos de mídia nascendo, que nasciam justamente da produção narrativa pelas redes sociais e internet. Daí surgiram *Jornalistas Livres*, que é claro, mídia independente sempre existiu, mas a gente começou a ver, a partir de 2013, que é uma disputa que a *Mídia NINJA* de certa forma ajudou a cavar dentro do Brasil, a ver muito esse crescimento da mídia independente pelas redes sociais a partir de 2013. Então a gente visualiza que a *Mídia NINJA* colaborou muito pra isso, nesse sentido de poder construir. A gente falava muito de cidadãos multimídia, do direito a comunicação como direito de todos, não só das pessoas que tavam se formando em comunicação, e a gente tem um trabalho de formação muito grande, em periferias do Brasil, a gente falava que as pessoas precisavam se empoderar das tecnologias de comunicação, então isso fez com que a gente colaborasse um pouco nessa grande movimento que tem até hoje que faz esse crescimento das mídias independentes. E outro debate que se fazia era debate que jornalismo começava a perder sua legitimidade, porque a gente falava muito de crise das representatividades, na política, meio artístico e na comunicação não era diferente. Muita gente falava que o papel do jornalista estava em crise não só por conta de crise financeira que eu falava antes, mas por conta dessa crise de legitimidade, as pessoas começavam a acreditar muito mais no cidadão comum que estava contando o que estava acontecendo nas ruas que no próprio jornalista que estava fazendo uma narrativa profissional sobre aquilo e as pessoas começaram a procurar muito menos esses mediadores – que é o papel que o jornalista tem, fazer essa mediação entre as informações do mundo e sociedade, e estavam por meio da nossa possibilidade contar nossas histórias nas redes sociais, cada vez menos o jornalista que cumpria esse papel de fazer essa mediação, tinha um papel legítimo na sociedade. Muita gente, por exemplo, os indígenas, muitas pessoas dizem que não falam mais com jornalistas, eu já tenho meu Facebook, eu já tenho minha própria mídia, já tem várias mídias independentes formadas por indígenas, a *Mídia Índia*, *Rádio Yandê*, tem várias e eles mesmo estão contando suas próprias histórias, e é muito interessante, e a *Mídia NINJA* ajudou a contribuir também. Na verdade, é um jornalismo que está perdendo sua legitimidade, mas é um jornalismo que precisa se reconfigurar, de certo modo, a partir dessa crise de representativa que a gente começa a visualizar mesmo, quando as pessoas começam a ter um papel empoderador em termos de produção narrativa, cada vez mais pessoas estão contando suas histórias sem precisar ter outras pessoas mediando, sem outras pessoas pra contar por elas o que tá acontecendo.

Nesse momento de fakenews, vocês têm um modo de apurar se aquilo que chega pra vocês não é mentira?

A gente funciona muito em chats. Como é um trabalho coletivo e colaborativo, a gente tem mais ou menos 50 chats no Telegram, não é exagero, porque são chats regionais, de linguagem, e o principal chat que a gente tem hoje a gente chama de Ninja Revolution, a gente até mudou, porque ele funciona como se fosse uma editoria da *Mídia NINJA*. Então todas as notícias que chegam que são muito importantes a gente joga lá e as pessoas que são das redes sociais cuidam de fazer o filtro necessário e checagem pra saber se é verdadeira ou não. Quando são notícias muito espinhosas necessariamente tem ir pra esse chat pra gente fazer aquela averiguada, checagem, pra saber se é verdadeira ou não, e isso numa velocidade muito grande, em 10 segundos a gente já tem que apurar pra poder postar ou não. Isso vem muito das mídias independentes né, a gente não tem nenhuma vontade de ser como chama... o primeiro a dar o furo, a gente não tem essa mania de querer dar o furo, a gente até espera, gente, vamos esperar alguém publicar antes, e daí

quando vê que muita gente de renome tá publicando, inclusive essas que tem seus filtros até mais especializados que os nossos, ah, a gente confia neles então vamos publicar. Mas basicamente é esse trabalho coletivo, colaborativo e em rede que faz isso pra gente poder publicar ou não.

Como você se sente em relação ao jornalista de mídia convencional? É diferente?

Ele é diferente, eu vou falar convencional, mas o termo..., porque tem jornalista, digamos, contemporâneo que trabalha numa redação de jornal de uma mídia comercial, isso depende muito da cabeça daquele jornalista que tá trabalhando naquela mídia. Aquele jornalista que se vê no pedestal de grande jornalista vai contar, que vai fazer um pouco esse papel, esse se diferencia muito daquele que está na *Mídia NINJA*. O que tá muito interessado no furo, em ser o primeiro a contar, adotar um pouco a política..., qual é o jargão, até esqueci..., a gente não tá muito interessado... a gente tá interessado no ... O papel do jornalista da *Mídia NINJA*, a gente fala muito que nós somos cidadãos multimídia... Eu acho que outro grande diferencial nosso é o trabalho coletivo, colaborativo, é um diferencial que as mídias independentes têm hoje em relação ao jornalista convencional. Ele está lá por conta de um trampo que é muito individual e por conta de uma ascensão que é muito daquela redação, que ele tá trabalhando, a própria ideia do furo traz um pouco dessa filosofia, que é muito individual ou muito alicerçado na redação que eu estou trabalhando. O trabalho de um jornalista independente, que trabalha com as mídias colaborativas, independentes, não tem um pouco dessa propensão em ser o jornalista que vai dar o furo. Ele é um jornalista que trabalha coletivamente, ele sabe que a gente trabalha... por que o nosso trabalho, muita gente pergunta, as nossas assinaturas são todas coletivas, inclusive dos fotógrafos, que é *Mídia NINJA*, o pessoal fala 'mas gente, não sai nem o nome do fotógrafo', a gente fala que não, porque a principal argumento que a gente utiliza é que aquele trabalho que o jornalista tá fazendo na rua é um trabalho coletivo, aquele fotógrafo que foi para um ato e tirou uma foto emblemática de um policial batendo num garoto de rua e aquela foto ganhou prêmio, a gente fala que aquela foto não é só do fotógrafo, é do coletivo, até porque pra aquele fotografo sair pra rua e ter aquele know how e ter aquele time de poder tirar aquela foto naquele momento ele só conseguiu por conta de um trabalho coletivo que possibilitou com que ele tirasse, teve todo o trabalho da pessoa que formou ele, da pessoa que emprestou a máquina fotográfica, que levou ele até o ato – que é a pessoa que faz o traslado – da pessoa que alimentou ele – que é quem faz a comida todos os dias nas casas coletivas. Então o trabalho nosso é coletivo, isso para os fotógrafos é onde mais a gente visualiza uma quebra desse glamour- digamos – que é o trabalho mais glamourizado, que é do fotógrafo que tá nas ruas, porque é ele que os políticos conhecem, os artistas conhecem, o nome dele que sempre sai nos jornais, então esse jornalista artista – o Pablo falava muito - ele não faz parte da lógica do coletivo de uma mídia independente como a *Mídia NINJA*, Essa são um pouco das diferenças que a gente consegue visualizar.

Eu lhe perguntei sobre a relação com a mídia convencional. E em relação aos próprios companheiros da *Mídia NINJA*, como você se sente?

Cara, tem muitas diferenças de experiência mesmo, porque eu tô desde 2010, quando a gente formou o coletivo, então desde 2010 eu estou ligado ao Fora do Eixo e desde 2013 à *Mídia NINJA*. Tem gente que chegou a dois, três anos, então basicamente as nossas diferenças são de lastro e a gente constrói muito isso dentro da *Mídia NINJA*. Também, porque isso é importante construir. Algumas pessoas dentro da *Mídia NINJA* tem mais lastros que outras porque angariaram muitas responsabilidades, porque tem gente que é contra falar em liderança em movimento e diz nosso movimento não tem liderança. Nós,

não. A gente sabe que tem pessoas que têm muito mais experiência, o próprio Pablo Capilé, Marielle, Lenissa, que estão desde o começo. A nossa horizontalidade se forma muito a partir disso também: do respeito pelas pessoas que tem mais experiência, porque o lastro é construído, é uma moeda muito importante, quando a gente forma nossos coletivos, a gente sabe que eles começam com umas 20 pessoas, como falei, mas depois de uma semana de trabalho já tem cinco pessoas que trabalharam muito mais que outras. Essas pessoas, numa reunião coletiva, numa tomada de decisão, têm muito mais lastro que outras, mas não porque nosso trabalho é vertical, mas porque aquelas pessoas por terem mais dedicação, acabaram tendo mais experiência que outras pra poder tomar uma decisão, e saber que a aquela decisão é mais favorável que outra. Por isso a gente tem uma diferença muito clara entre colaboradores e pessoas orgânicas da *Mídia NINJA*, e a tomada de decisão sempre é preponderante nas pessoas que são orgânicas e a gente sempre consulta as pessoas que são mais experientes e se a gente precisa tomar uma decisão que é muito importante eu sempre consulto Lenissa, Carol Tokuyo, Pablo Capilé pra poder tomar uma decisão. Essas são as nossas diferenças entre nós, tem pessoas que tem mais lastros que outras, até pela experiência de tempo mesmo e de dedicação ao coletivo. Claro tem diferenças de Know how, tem gente que tem uma expertise muito maior em vídeo, em texto, na fotografia, na produção cultural, e é por isso que a gente separa muito missões e funções, muito por conta dessas expertises que estão espalhadas na rede.

Em relação ao público, o que você sente e como acha que o público percebe a *Mídia NINJA*?

A gente começou a fazer umas reuniões recentemente na *Mídia NINJA* e começou a criar um radar muito maior para os leitores da *Mídia NINJA*, para o público da *Mídia NINJA*. Não é que antes a gente não tinha. É claro que a gente sempre tava em contato, até porque a gente não tinha uma separação muito grande entre quem não é *Mídia NINJA* e quem é *Mídia NINJA*. O trabalho de comunicação, pra gente, não é bidirecional, a gente sempre fala que é um trabalho coletivo de fato, não é um trabalho de palco e plateia, de emissor-receptor, é um trabalho coletivo. Mas a gente passou a pensar mais sobre isso recentemente. A gente tem brincado muito que a gente começou a criar uma classe dentro da *Mídia NINJA* que a gente tá chamando de comentariado. A gente nunca lia muitos comentários da *Mídia NINJA*, a gente começou a ler mais, nem tempo a gente teria, mas a gente começou a adotar uma política que tá chamando de comentariado, pra gente fazer uma aliança muito mais forte com os leitores da *Mídia NINJA*, a gente começou a ler tudo mesmo e desde esse momento a gente tem visualizado que nossas fontes têm aumentado muito mais do que as que a gente tinha antes, porque tem gente que comenta, por exemplo, nesses dias de eleição macabra, uma pessoa comentou na *Mídia NINJA*, fez uma leitura dos astros e construiu uma argumentação de que a gente não poderia ter medo, a gente tá com a lua em Júpiter e não sei onde, a gente precisa encontrar uma saída. Gente, aquilo pra gente foi tão bom, a gente perguntou: a gente pode publicar esse texto que você mandou? Uai, pode, e a gente pegou e publicou no site e foi superdivulgado. A gente falou você quer mandar mais textos pra gente, e toda hora ela tá mandando e a gente tá publicando textos de leituras astrológicas do momento político atual, que ela faz uma leitura política a partir dos astros e são artigos que bombam na *Mídia NINJA*, porque a gente sempre fala de política de uma forma muito mais dura. Isso é só um exemplo. Tem gente que tá no Nordeste: ‘Na minha sala de aula, tá tendo um ato dos estudantes, um protesto contra a diretoria da escola’- são fontes muito válidas. A equipe que trabalha com as redes sociais, na qual eu estou incluído, trabalha 24 horas por dia pra poder responder os *inboxs* que chegam pra gente. Os comentários são muitos, não dá pra

responder todos, mas os *inboxs* sim, a gente procura responder na medida do possível. Essa mensagem de astrologia chegou num comentário. Daí a gente começou a ter essa política muito mais forte. No ato do #EleNão, contra Bolsonaro, a gente falou: mandem materiais dos atos, porque muita gente pensa que a gente está em todas as cidades do Brasil. Não tá, mas lançamos campanha, tivemos fotos boas e fazemos um acompanhamento, orientamos: você pode fazer imagens mais abertas? Acaba fazendo um processo de formação também desse público, vai treinando.

O que você acha que as pessoas pensam, que tipo de sentimento estimula nas pessoas, quando elas sabem que você participa da *Mídia NINJA*?

Eu acho que hoje, cada vez mais, tenho visualizado um interesse muito grande das pessoas quererem ser parte da *Mídia NINJA*. Então a primeira coisa quando sabem que sou da *Mídia NINJA* é ah, quando é que tem uma reunião, quando tem...eu quero fazer parte – é o primeiro sentimento que as pessoas têm. A gente quebrou muito essa lógica de que pra ser da *Mídia NINJA* você tem que ter uma grande especialidade, cada vez mais a gente tem quebrado isso, as pessoas querem fazer parte. Eu acho que essa é uma sensação muito boa que eu provoço, que as pessoas da *Mídia NINJA* provocam, que é uma sensação que não é pequena, tipo esse meme “Ninguém solta a mão de ninguém”, é um sentimento de querer fazer parte, de ser partícipe. Então isso pra mim é muito importante, muito legal, as pessoas verem um momento de *Mídia NINJA* e querer fazer parte.

Você percebe esse sentimento também nas casas, entre os colegas que participam, de querer tomar parte?

Sim, todos eles. Nas pessoas que já fazem parte, todos têm um orgulho muito grande de fazer parte da rede, de ter contribuído no crescimento da rede, de poder ter construído uma história muito legal, muito bacana, muito frutífera, e muito importante em termos de... a gente vai conseguir visualizar isso muito a partir de mais um tempo, mas *Mídia NINJA*, se a gente for fazer uma análise, a gente trabalhou muito efusivamente numa construção muito importante para o momento que a gente tá hoje. Foram a *Mídia NINJA* e as mídias independentes que contaram a história do Golpe no Brasil. Só daqui a 10, 20 anos, talvez a gente consiga visualizar de uma forma mais densa o que aconteceu, porque as mídias tradicionais não contaram, contaram muito a partir da lógica da imparcialidade, mas eu acho que a gente tem muito esse sentimento entre nós mesmo.

Você consideraria trabalhar ou voltar a trabalhar em mídia empresarial?

Não, nunca! Eu nunca trabalhei em redação de jornal, trabalhei uma semana pra fazer um teste numa redação e não passei, ainda bem, porque eu não tinha gostado, pra mim foi muito ruim. Tanto que trabalhei em sindicato e logo depois entrei na Rede Fora do Eixo, então nem vejo, nem consigo enxergar minha vida fora da rede. O trabalho que eu fazia no sindicato era meio tradicional, mas nem sinto falta.

E tem alguma coisa que você identifique: isso aqui eu só encontro na *Mídia NINJA*? Não me refiro ao modelo de cobertura, mas ao que você sente que só encontra na *Mídia NINJA*?

Acho que as duas tecnologias que eu falei, que são as duas mais importantes da rede: as casas coletivas e caixas coletivos – pra mim são os grandes diferenciais da *Mídia NINJA*. O conteúdo da *Mídia NINJA* não é super diferenciado das outras mídias, até porque as mídias independentes trabalham muito com isso de quanto mais informação colaborativa a gente soltar, melhor, tanto que *Mídia NINJA* solta muito conteúdo de outras mídias independentes e outras mídias também pegam muito conteúdo da *Mídia NINJA*. Você vê

que não tem uma disputa entre nós. Então, em termos de conteúdo não tem diferença nenhuma, mas em termos de cotidiano, do trabalho jornalístico, em campo, a nossa maior diferença é o caixa coletivo e a casa coletiva. A casa coletiva a gente já consegue visualizar que daqui a um tempo mais casas vão ser montadas, por outras iniciativas, aqui o Ruas vai montar, a gente já pode falar que não é um diferencial da *Mídia NINJA*, mas o caixa coletivo é um diferencial. Eu não sei, não conheço outra mídia que trabalhe com os recursos coletivos como a gente trabalha hoje, que não é pouca coisa, é um dos projetos mais importantes da *Mídia NINJA* em termos de quebra de uma lógica de pensamento individualista que pra gente é muito importante a gente seguir.

Sobre os *freelancers* que vocês fazem, quais os tipos e que clientes?

Trabalhamos muito com *freela* em audiovisual, tipo Congresso de Medicina que precisa transmitir ao vivo. Ano passado (2017) e também esse ano a gente fez muito esse trabalho. Brasília é um mercado bom pra isso, a gente começou a visualizar, e a gente nem trabalha tanto, como o pessoal aqui do Ruas, de vender seus produtos, de ir pro mercado. A gente tem um trabalho fotográfico, fazemos vídeos, mas a gente vai começar a fazer mais isso porque vai ser necessário, principalmente nos próximos anos. Mas é o trabalho básico de comunicação, trabalho de cobertura ... os *freelas* não são hoje a maior nossa maior fonte de renda. São as doações espontâneas. A gente tem, no site e face, o botão doe e a gente fez uma parceria com o Catarse ano passado (2017) que lançou um projeto chamado Catarse assinatura, que é um projeto para as pessoas que querem doar mensalmente e é como se fosse uma assinatura, “ah, eu leio sempre a *Mídia NINJA* e me sinto um assinante da *Mídia NINJA*”, a gente lançou essa parceria. O Catarse começou a fazer esse projeto e chamou alguns coletivos pra fazer a experiência piloto e *Mídia NINJA* foi a primeira ou uma das primeiras a ser chamada e a gente falou ah, topou a ideia, e tá sendo piloto do Catarse assinatura que é de chamar as pessoas pra serem assinantes e as pessoas escolhem a quantia que elas querem doar mensalmente. Pode ser um real, dois, dez, a gente falava muito que a gente tem um milhão e 700 pessoas, quase dois milhões que segue a *Mídia NINJA* em todas as redes, se cada um der um real a gente fica milionário (risos). A gente sabe que nem todas as pessoas que seguem a *Mídia NINJA* são fanáticas, tem muitos *haters*, mas é isso: se cada um doasse um real – o que não acontece, porque muitos não são doadores, mas a gente já tem cerca de 10 mil por mês, à medida que a gente vai atingindo a meta, vai aumentando, mas a gente já tem 10 mil por mês, que é o que sustenta, o grosso do que a gente recebe hoje, aí entra os *freelas*, os projetos que a gente desenvolve que busca parcerias, por exemplo, quando a gente fez o congresso recente da *Mídia NINJA* a gente procurou uma parceria ou a gente inscreve em editais. Esse ano a gente passou em dois editais públicos – um do LabNinja, em BH, e outro da rede de mulheres que a gente passou na Fundação Luterana de Diaconia, são todas essas fundações, super independentes, independentes assim, fundações que não são do governo onde a gente conseguiu até agora ter patrocínio para projetos específicos. Ministério da Cultura tem alguns editais, mas a gente tá preferindo até não inscrever, não tá tão atento, a gente já passou alguns, mas projetos na época que *Mídia NINJA* nem existia, eram projetos de cultura mesmo. Já tivemos como clientes muitos sindicatos, fundações que vão fazer eventos e precisam de uma cobertura e pessoa independentes que as vezes buscam a gente. A gente, quando dá um orçamento, quando apoia fazer um *freela*, a gente sempre busca que seja uma organização, uma fundação, que não vá tirar a autonomia da *Mídia NINJA*. Se a gente vai cobrir um congresso de medicina, não tem problema. A diferença é fazer tipo... alguma que vá quebrar a autonomia e independência da *Mídia NINJA*, ah, parece que a *Mídia NINJA* tá se furtando pra ir para um lado que vai quebrar sua autonomia. Mas

como nosso caixa coletivo é muito forte a gente tem isso como um norte, que faz com que a nossa autonomia não quebre.

Qual a participação de vocês na Casa da Democracia, em Curitiba, que tem acompanhado a prisão de Lula?

A gente começou a Casa da Democracia junto com outros coletivos. Claro, a *Mídia NINJA* é uma das que tinha mais notoriedade e muita gente pensou que era só da *Mídia NINJA*, mas são vários coletivos que lançaram a casa. Mas hoje a gente saiu de lá. A casa tá lá, com vários coletivos, a gente fez uma avaliação política e, não que a casa tenha que cair, mas a gente começou a ter outros horizontes e a eleição foi um deles. Todo mundo que tava em Curitiba foi pra São Paulo pra poder focar na cobertura das eleições, mas a casa tá lá.

Quais seus planos para o futuro e que futuro você imagina para a *Mídia NINJA*?

Cara, a gente não tem planejamento a longo prazo. Quando perguntam isso pra gente a gente fica sem resposta mesmo, porque a gente não tem. A gente tem uma utopia que a gente adora desenhar, contar pras pessoas, a própria eleição que a gente diz que 2026 será a nossa eleição, não vai ser nem 2022, porque vai ser o momento em que essa geração vai tá mais velha e já vai tá com uma experiência muito maior pra falar o que que é uma disputa de institucionalidade, que esse ano a gente só começou a experimentar, mas a gente consegue visualizar que 2026 vai ser o momento que a gente vai tá com uma expertise muito maior nessa disputa, mas a gente não tem assim um projeto a longo prazo, a gente consegue visualizar que vai ser uma mídia cada vez mais independente, cada vez maior, a gente tem uma missão de conquistar mais gente do que a gente tem conquistado. Conquistar é assim: a gente poder falar o que que é esse trabalho de mídia independente para umas dez mil pessoas. A gente tá começando a falar de cinquenta mil pessoas. Então a gente tem planos pra fazer com que essas pessoas se conectem à *Mídia NINJA*, se conectem diretamente mesmo, que recebam conteúdos todos os dias, sejam ativistas políticos e possam contribuir com a *Mídia NINJA*, então o futuro que a gente ver é com cerca de 50 mil pessoas conectadas e sendo colaboradores da *Mídia NINJA*. Já é um grande passo, mas é a única coisa que eu consigo mensurar como plano ideológico futuro.

Na oficina alguém falou vocês fazem cyberativismo e eu não sei se foi você ou Oliver que disse: não é cyberativismo, é midiativismo.

Provavelmente não fui eu porque eu nem tenho muito claro a diferença, talvez seja mais a diferença do trabalho nas redes sociais, porque quando a gente fala de cyberativismo tem um radar muito mais ligado na internet para as pessoas que são cyberativistas, para as pessoas que estão no midiativismo a gente já pode entender desde...por exemplo, eu vou para uma oficina agora no Acre, Rio Branco, a nossa missão vai ser capacitar jovens que não têm internet em casa e a gente quer que eles saiam dali se entendendo midiativistas, a internet não vai ser uma coisa que vai ser essencial para o cotidiano deles pra poder fazer midiativismo, porque a gente sabe que o midiativismo não prescinde, mas pode ser feito com diversos outros veículos, desde uma rádio, um fanzine. A partir do momento que você se vê ativista de uma causa que você defende e você narra aquela causa, aquilo já é um trabalho midiativista. Pra mim o grande diferencial do jornalista pro midiativista é que o midiativista é ativista, então quando ele vai narrar uma causa, ele vai narrar por exemplo: eu, numa marcha LGBT não vou só pra narrar aquela marcha, mas porque sei que aquela causa é importante, não só pessoalmente mas para o mundo que eu defendo, por isso que sou ativista naquela causa. Esse é o grande diferencial do midiativista pro jornalista convencional que você já tinha perguntado. O jornalista convencional tá ali por

um papel muito específico de contar uma história, a gente quer contar uma história, mas para uma disputa de sociedade.

Nessa disputa de sociedade, modo de ver e pensar, vocês têm os filhos coletivos, como é isso?

É assim: a gente já tá há muito tempo dentro da rede, então, conseqüentemente, as crianças começaram a nascer, nasceram até poucas crianças do tempo que a gente tem. E essas crianças, como o Benjamin, que fez 6 anos dia 11 de novembro, é a primeira criança ... aqui em Brasília a gente tá morando com duas crianças, a Yume e o Nacho, e são essas as primeiras crianças que nasceram dentro desse nosso processo de vida coletiva. Porque a gente já é viciado no modelo nosso de família que é muito... todos nós nascemos num modelo de família tradicional, heteronormativo, as mulheres tem um papel, os homens outro, os papéis de gênero são muito determinados, do pai de família, da mãe de família, nós crescemos no seio de família dentro da sociedade com esses papéis. Essas crianças, dentro do fora do Eixo, são as primeiras crianças – dentro do fora do eixo – porque claro que existem várias outras comunidades por aí – que se diferenciam de nós, que estão nascendo num processo de vida coletiva mesmo e as pessoas falam muito que as crianças são coletivas por isso, e é uma experiência muito nova e é por isso que a gente fala muito pouco dela, até porque ela é uma experiência que tem um propensão grande das pessoas olharem com maus olhos, as pessoas que são mais tradicionais, conservadoras, como assim filhos coletivos? Na novela recente agora até teve, uma casa coletiva com um filho coletivo, então é uma ideia que não é tão nova assim, mas a gente tá começando a querer quebrar um pouco essa ideia de maternidade e paternidade como as pessoas tradicionalmente pensam, de que a mulher tem que exercer um papel, e tem que nascer pra ser mãe e que precisar cuidar daqueles filhos até o fim da vida. Essa é uma quebra que a gente quis fazer de cara quando começaram a nascer filhos na rede. Aquele filho ali não vai ser responsabilidade só daquela mãe, a gente vai trabalhar uma maternidade e paternidade coletiva que vai ser muito interessante. E é uma experiência muito nova e por ser nova a gente fala pouco porque a gente não tem muito know hall pra falar sobre isso. O Benjamin tem seis anos e é o primeiro. Hoje morando mesmo nas casas são três crianças: Benjamin, Yume e Nacho (Inácio), e a Odara e Martina têm os pais que moram com a gente, as mães são colaboradoras, então por isso elas não vivem nas casas, mas sempre aparecem, as vezes ficam por um tempo, mas as mães não moram conosco. Benjamin, Yume e Nacho são filhos de pessoas que moram nas casas. Os pais já não moram, mas as mães moram.

Vocês praticam amor livre?

A gente fazia muito esse debate há uns três anos atrás quando a sociedade, a própria mídia falava disso como se isso nunca tivesse existido antes. Pra gente amor livre é justamente o que a palavra já diz: que as pessoas têm liberdade para poder construir suas relações da maneira que elas pactuarem, construir as relações que elas querem. Tem muitos casais dentro da rede, que se formaram, que se separaram, que se formaram de novo, o que a gente fala de amor livre é que a partir do pacto que você faz com as relações que você tem dentro da rede, você já tá consumindo amor livre por si, porque pode ser que tenha um casal que tenha um pacto nós vamos ficar só entre nós, nosso pacto é esse, se você tiver bem com aquilo não quer dizer que você tá com um amor não livre, a gente falava muito disso, porque quando as pessoas falavam de amor livre tinha uma ideia ah, a gente pode ficar com todo mundo e as meninas faziam muito mais esse debate que os homens, porque para os homens é muito mais fácil falar de amor livre que pras mulheres, porque

os homens sempre tiveram a liberdade num papel mais privilegiado que as mulheres. A gente tem feito pouco esse debate ultimamente, a gente precisa até fazer mais.

Vocês conversam sobre as atividades que fazem em comunicação, as relações que experimentam, os afetos – tem momentos de discutir tudo isso?

Muito, muito, muito, muito. É essencial que a gente converse entre nós e as casas coletivas ajudam muito porque a partir do momento que todo mundo mora junto, tá 24 horas junto, divide o quarto, conseqüentemente esse diálogo é constante por tabela, porque ninguém consegue ficar numa individualidade muito grande, seja numa construção de relação, seja nas depressões que cada um pode ter, nas angústias ou nas felicidades, tudo é muito compartilhado.

Tem algo que você não goste do processo da vivência coletiva?

Cara, as coisas que eu não gostava eu até aprendi a gostar, nem tem. É um exercício. Se tem alguém que fala, ah eu não gosto de dividir meu computador, uma pessoa que tá na rede, a gente fala tudo bem. Não tem uma regra de você entrou na rede e seu computador tem que ser coletivo. É difícil então apontar o que não gosta, porque todo mundo se sente livre. Mas todo mundo que entra na rede consegue fazer essa pactuação, não tem nada que seja muito isso eu não gosto. O que as pessoas não gostam a gente conversa, pactua pra poder fazer com que exista uma harmonia possível dentro das casas.

Entrevista realizada em Brasília, dia 14 de novembro de 2018.

Daniel Queirós de Sant’Ana (Daniel Zen)

39 anos. Tem Graduação em Direito pela UFAC (Universidade Federal do Acre) e Mestrado em Direito com concentração em Populações internacionais pela UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina).

É de Rio Branco, Acre.

É Deputado Estadual pelo Acre (PT).

É colunista da *Mídia NINJA*, escrevendo semanalmente para o site.

Conte como você conheceu a *Mídia NINJA*?

Eu participei do início do Fora do Eixo. A *Mídia NINJA* já é, digamos assim, um filho do Fora do Eixo. Eu participei em 2006, mais ou menos, quando a mobilização toda era mais focada na música e outras linguagens artísticas. Eu tive banda aqui (Acre), toquei em várias bandas e num determinado período, entre tocar em uma banda e outra, eu acabei me envolvendo em produção cultural. Então a gente organizava algumas festas, festivais, e aí, foi naquele período também de um boom mais intenso da internet, e a gente começou a conhecer e ver outras iniciativas parecidas em outros estados e foi quando a gente começou a organizar, aqui no Acre, um festival, o festival Varadouro, e descobrimos, pela internet, que tinha uma turma em Cuiabá que tinha um trabalho muito parecido com o nosso, que era o pessoal do coletivo espaço Cubo e eles organizavam lá o Festival Calango, tinham bandas autorais também e a gente convidou eles pra vir e trazer uma das bandas, na época era a banda Vanguard, que depois até teve bastante inserção no cenário nacional, e dali a gente começou a se relacionar, trocar mais ideias, se frequentar uns aos outros, intensificar esse intercâmbio, essa circulação de bandas. E aí foi quando, em 2006, a gente reuniu numa edição do *Goiânia Nós*, se eu não me engano, em Goiás, que já era um festival mais antigo, mais tarimbado - os nossos eram festivais novos, de uma, três edições no máximo, e a gente ficou sabendo que tinha uma turma de organizadores independentes que iam se reunir em Goiânia naquele ano pra fundar uma Associação Brasileira de Festivais Independentes (ABRAFIN, criada em 2005). A gente foi, participou e lá a gente conheceu colegas de outras cidades mais fora do eixo – por assim dizer – e foi assim que nasceu essa ideia. É bacana a gente tá perto dos festivais mais antigos, tarimbados, e foi quando a gente se conheceu melhor e fundou o circuito Fora do Eixo. Na verdade, o Fora do Eixo nasceu mais dessa articulação em torno de música, bandas e a necessidade desses estados mais periféricos circularem, terem lugares pra tocar, se apresentar.

Você participou, então, do nascimento do Fora do Eixo?

Sim, na época era a gente aqui do Acre, pessoal de Uberlândia, que tinha o festival Jambolada, coletivo Goma – ou coisa assim- que é o Thalles Lopes, que até hoje participa, o pessoal de Londrina e de Cuiabá.

Você chegou a morar em Casa Coletiva?

Não.

Até quando você participou do Fora do Eixo?

No ano seguinte eu já fui trabalhar no governo (do Acre), então passei 2005, 2006, e em 2007 fui convidado para assumir um cargo no governo, na Secretaria de Cultura do Estado, e aí continuei participando de forma mais indireta.

E quando você foi eleito Deputado Estadual?

Esse é meu segundo mandato. Eu fui eleito a primeira vez em 2014.

Como você mantém a coluna da *Mídia NINJA*?

Eu escrevo toda semana, sempre aos domingos, acho até que é a coluna que é mais atualizada.

Que retorno ou repercussão você recebe dessa coluna?

Às vezes eu acompanhava, mas hoje eu não acompanho muito, precisa pedir lá pra turma, pra Raíssa, outras meninas da editoria. Quando eu peço elas sempre me mandam, mas eu vejo mais pela repercussão nas redes. Sempre que a gente lança uma coluna, é postado no Facebook, no Twitter, e a gente vê a repercussão pelos comentários, pela quantidade de curtidas, compartilhamentos, e tem tido um retorno bom. Geralmente no dia que sai a coluna o número de seguidores nas minhas redes aumenta, então é um indicativo. Mas eu não acompanho muito a estatística não, eu deixo mais com a turma da *Mídia NINJA* mesmo.

Você recebe algum pagamento pra escrever semanalmente?

Não, é voluntário mesmo.

E pra você, que importância tem ter uma coluna na *Mídia NINJA*, que papel cumpre?

Pra mim é um espaço muito bom de expor ideias, porque é uma plataforma conhecida nacionalmente e em outros países. Ter uma coluna ao lado do Boaventura de Sousa Santos é uma honra, poxa, um grande teórico, sociólogo, cujos livros eu leio, estudei bastante no meu mestrado. Então, do ponto de vista da satisfação pessoal, é muito bacana, e vejo que contribuí com o propósito da iniciativa, de ser um veículo de midiativismo ou midialivrismo – de sair um pouco das redes tradicionais de informação, dos veículos de mass média, a gente ter ali um contra ponto de uma narrativa predominantes, que você encontraria facilmente em qualquer grande veículo, periódico semanal, qualquer jornal de grande circulação, em qualquer emissora de televisão, eu acho importante, tanto a *Mídia NINJA*, como o *Jornalistas Livres*, como outros veículos como agora o *The Intercept* (estava veiculando a Vaza Jato – conversas de Telegram de procuradores, do ex-juiz Sérgio Moro e Deltan Dallagnol sobre julgamentos da Lava Jato e do ex-presidente Lula), provando mais uma vez que é fundamental pra concretização do princípio da liberdade de imprensa você ter mídias mais confiáveis, onde você consiga realmente ter a veracidade da informação, sobretudo nesses tempos de fake news, usadas com a finalidade e propósito de difundir notícias falsas, então você saber que você pode ali abordar ou interpretar a luz ou sob diversos prismas, pra mim isso é importantíssimo. Sem ser na *Veja* ou *Carta Capital* ou onde for, eu vou fazer o cotejo dos diferentes pontos de vistas. Eu gosto de fazer isso: pega um acontecimento tal e vou ver como veículo tal e tal tá abordando isso, que perspectiva, que pontos de vista. Então pra mim, hoje, o que a internet possibilita é isso, claro, desde que bem utilizada, é possibilitar essa multiplicidade de fontes e você não ficar necessariamente preso a uma determinada narrativa, a um determinado ponto de vista de quem, em tese, tem – tinha, né, antigamente, hoje não tem mais – o monopólio dos meios de comunicação. Aquilo que eu chamo de mídia familiar

tradicional conservadora e sonegadora de imposto do país que são as três, quatro famílias donas dos grandes grupos, os Civitas, com o Grupo *Abril*, os Frias, com o grupo *Folha Uol*, os Marinho com *Grupo Globo*... ter outras fontes, outros repositórios de informação, interpretação é essencial. Participar disso pra mim é um honra.

Você acompanhou o depoimento de Glenn Greenwald no Congresso?

Já pensou se a gente não tivesse esses meios? E dá um orgulho danado ver ele lá porque ele se comportou de uma forma ativa. O pessoal tentou intimidar, pressionar, e ele se colocou de uma forma muito segura. Olha só, se não tivesse esses veículos alternativos de comunicação, a chamada mídia livre, talvez a gente nunca tivesse acesso a esses vazamentos. Se caíssem em outros veículos grandes, talvez por conta de outros interesses, a gente nunca ficasse sabendo.

Você considera que a *Mídia NINJA* está cumprindo o papel que ela se propôs ou terminou ocupando? Que papel ela estaria cumprindo num novo ecossistema de mídia?

Ela se propõe a ser um canal independente, auto gestionável, com uso de *crowdfunding*, vaquinhas online, esses recursos. Ela tá cumprindo esse papel, sim.

Você considera que *Mídia NINJA* causa um impacto na política? Que impacto seria esse?

Com os articulistas e seus colaboradores, a *Mídia NINJA* acaba tendo uma influência direta ou indireta na política no sentido de também de dar voz a pessoas que talvez, sem esse tipo de veículo como a *Mídia NINJA*, não teria essa voz. O meu caso mesmo, é muito difícil, um deputado estadual do Acre, um estado no extremo ocidente, considerado por muitos só o motivo daquela piada “o Acre existe”? Quando é que um deputado estadual do Acre ia ter uma coluna num veículo de mídia nacional, é muito pouco provável. Então eu acho que isso acaba influenciando, mexendo um pouco nas pedras do tabuleiro da política, na medida em que dá a voz para outros sujeitos no processo comunicacional.

O Ministro do meio ambiente de Bolsonaro falou em entrevista que o acreano Chico Mendes não era conhecido...

O que dirá o Daniel Zen?

Junho de 2013 tem algumas interpretações diferentes, alguns consideram manifestação democrática, mais à esquerda, enquanto outras pessoas consideram o início de movimentos mais conservadores que terminaram se colocando de forma muito forte. Qual a sua avaliação para Junho de 2013? Você participou das manifestações?

Eu era Secretário de Educação do Estado, então eu participei mais como observador e, na época, escrevi algumas coisas. Aqui no Brasil foi como uma bomba de efeito retardado porque teve Occupy Wall Street, a primavera árabe, que tinham pautas difusas, mas melhor definidas, e aqui foi meio que aquela coisa do protesto do aumento da tarifa que iniciou e acho que o movimento foi, de certa forma, capturado pela direita, mas também por um público meio hostil a política de uma forma geral, e que deu palco e vez também pra gente escrota, e a partir dessas jornadas de 2013, um monte de esqueletos que tavam no armário, passaram a perambular nas ruas: MBL, Vem pra rua. E veio à tona uma pauta extremamente fascista, coisas que ninguém tinha coragem de falar. Essas pessoas não existiam? Existiam, mas tavam entocadas, reprimidas pelo estado de direito, pelo estado de legalidade, por saber que aquilo que elas às vezes defendiam, do ponto de vista da

moral e do senso comum teórico coletivo, eram coisas reprováveis. E aí você começa a ver gente manifestando, vomitando rancores, ódios. Pra mim a eleição do Bolsonaro é só o capítulo mais recente do que começou ali em Junho de 2013. Aquele movimento, de certa forma legítimo, de insatisfação das pessoas com um conjunto de coisas, foi capturado por uma direita raivosa, rancorosa e cheia de preconceitos, e deu no deu. Nessas eleições de 2018 você tem... claro tem outros fatores, tem Lava Jato, tem o processo de satanização da política, de demonização da esquerda, mas realmente 2013 teve esse efeito colateral de tirar esses esqueletos do armário, que não se sentiam a vontade pra sair.

Como você, participando dessa produção de conteúdo da *Mídia NINJA*, por meio da coluna, o que você acha que motiva as pessoas, os que estão à frente, a manterem essa mídia? Como você acha que eles conseguem se engajar e se manter ativos com essa proposta?

Tem muito de idealismo, de você propor coisas novas, fazer coisas diferentes. O Capilé mesmo, que acho que é o grande líder desse processo, desde o Fora do Eixo até chegar na *Mídia NINJA* e todos os projetos que tão relacionados com essas duas iniciativas maiores, é um cara idealista, uma pessoa que tem uma cabeça de vanguarda, que pensa quebra de paradigmas, mudanças estruturais na esfera pública – pra copiar o título do livro de Habermas- é uma pessoa que tem esse propósito, de propor coisas diferentes, de mudar, e uma coisa vai puxando a outra, vão tendo ideias, puxando novos projetos. Eu lembro que na época que o Fora do Eixo, era muito mais focado na questão musical, e lá vinha o Capilé com a ideia da gente fazer um festival de rock em pleno carnaval, que era Grito Rock, e começou com uma coisinha boba e daqui a pouco tinha 50 cidades fazendo simultaneamente, daqui a pouco tinha cidades de outros países da América do Sul, e aí cada vez ele vinha com uma ideia diferente, ‘porque a gente não vai por aqui, por ali’, então a pessoa vai se envolvendo e aquilo vai... é como um ativista de uma causa, a gente pergunta por que os ambientalistas defendem com tanto fervor a causa do meio ambiente, por que o militante de gênero defende com toda força a pauta LGBT? Eu não sei, não dá pra dizer só objetivamente, tem muito de idealismo, paixão, amor e essa causa que move o Fora do Eixo e *Mídia NINJA* é uma causa, talvez, se situe ali na teoria dos direitos fundamentais como um direito de quarta ou quinta dimensão, que é essa coisa da democratização da comunicação, da universalização do acesso aos meios de comunicação, não só como receptor mas como emissor, a universalização da capacidade de cada um ser emissor de notícias e não só receptor de notícias, de conteúdo. Então o que move a turma é o idealismo mesmo, de querer com que mais e mais gente tenha acesso a determinadas coisas que antes eram restritas a determinados segmentos sociais.

Você considera que tenha certa utopia nisso?

Total.

E nesse projeto, a *Mídia NINJA* consegue envolver muita gente...

Demais!

Como a gente pode avaliar que o que esse grupo faz consiga tocar as pessoas de modo que elas queiram fazer parte?

Eu acho que é essa utopia, que pode até as vezes parecer meio ingênua, mas que toca o coração das pessoas. Remetendo aqui pro lema do Fórum Social Mundial – aquela história de que um outro mundo é possível. É possível! Talvez você não consiga transformar tudo ao mesmo tempo agora, mas dependendo do que você vai fazendo, você vai tensionando, no sentido de mudanças positivas. Pra gente que está na política, a *Mídia NINJA* é um

exemplo, um prato cheio, pra você ver que tem gente que ainda acredita nas coisas, que ainda sente a capacidade de transformar, de mudar. Pelo menos é o que me motiva.

Que futuro você imagina para *Mídia NINJA* e outros coletivos nesse formato?

Eu acho que a tendência desses coletivos, veículos alternativos, portais, o que seja, a tendência é crescer cada vez mais. E ir tomando conta de uma fatia cada vez maior da comunicação. A democratização dos meios de comunicação, com smartphones e internet, possibilita um cem número de questões. Num primeiro momento as pessoas vão utilizando isso de uma forma mais instintiva. Você vê: um efeito colateral ruim disso é essa profusão de grupos de fake news e o efeito disso na eleição de 2018 foi muito claro, com o disparo de mensagens em massa, pagas com recursos de caixa dois eleitoral, que a *Folha de São Paulo* inclusive revelou essa semana que passou, uns capítulos mais recentes naquelas reportagens da Patrícia Campos. Esse é o efeito, vamos dizer, quando você se apropria da coisa pro mal. É aquela velha coisa: se você tem um cidadão mediano, iletrado, de classe média, que não se identifica com o trabalhador, mesmo ele sendo um trabalhador, que nunca pega num livro pra ler, quando ele pega uma ferramenta potente como um smartphone de última geração, que tem uma capacidade cem vezes maior do que qualquer computador pessoal do início da década, ele vai fazer o que com isso? Vai abrir o site do Museu do Louvre? Não, né? Ele vai ficar preso em grupinhos de WhatsApp lendo fake news. Se ele é ignorante sem tecnologia, ele vai continuar sendo ignorante com tecnologia. Isso é um problema. Só que eu acho que com o tempo as coisas vão depurando. Você vê que hoje o grande babado dos smartphones, além dos grupos de WhatsApp são os canais de youtuber dos humoristas. São os youtubers e digital influencers. Isso, com o tempo, vai perder importância, vai se diluindo, porque isso cansa, porque é muito frugal, muito volátil, é uma coisa que enjoa. Aqui no Acre tem dezenas. As meninas ficam posando em fotos de biquini pra ver se consegue ter 50, 100 mil seguidores. Chega uma hora que isso cansa. E o que vai se sustentar nessa ampliação em massa da comunicação via tecnologia? São as iniciativas mais robustas, com mais conteúdo. Esses grupos de fake news, na hora que não tiver ninguém pagando por eles, pra fazer disparo em massa, na hora que os robózinhas pararem, eles param, e seu usuários vão ficar órfãos. Na hora que o pessoal cansar de ver fotos de digital influencer divulgando produto, isso acaba. E vai ficar o que? Vão ficar iniciativas como *Mídia NINJA*, *Jornalistas Livres*, um youtuber mais sério, que aborde outros conteúdos, não fique só contando piada, até o pobre do Whindersson Nunes já tá com depressão, virou um refém de ficar fazendo graça, coitado, e se não postar todo dia uma coisa engraçada, perde não sei quantos mil seguidores e o cara tá entrando em depressão. São dinâmicas de apropriação da tecnologia pelo homem comum que eu acho que ainda vai se desdobrar em muita coisa pela frente. E acho que nesse sentido iniciativas que têm conteúdos mais robustos, como *Mídia NINJA*, elas se sustentam. Outras coisas passam e viram modinha, como a música do carnaval do ano.

O que você considera que seja o mais forte hoje na comunicação da *Mídia NINJA*? Você é um dos muitos colunistas, tem as coberturas colaborativas dos acontecimentos, entrevistas, as ferramentas como *TV NINJA*?

Acho que o mais forte são as coberturas colaborativas, é você conseguir estar em eventos, acontecimentos, que não seriam cobertos pela mídia convencional, e pela estrutura de rede, por essa capilaridade, eles estão lançando subplataformas da *Mídia NINJA*. Agora recente lançaram o Estudantes NINJA e os estudantes cobriram os protestos do dia 15 e do dia 30 de maio e do dia 14 de junho, e eles só conseguem isso por conta dessa estrutura em rede e colaborativa, onde cada um se voluntaria a ir lá fazer uma fotografia, um texto,

estar presente no evento, coisa que você só consegue se você tiver uma grande emissora e repetidora como a Globo, que tem as suas retransmissoras nos estados e municípios e nem assim consegue uma capilaridade tão grande quanto consegue uma rede como essa. Então, pra mim, o carro chefe da *Mídia NINJA* é a cobertura colaborativa. Os colunistas vem num segundo plano, eu acredito, até porque pela densidade das opiniões, já é menos gente que acessa, que vai ler, se interessa. E agora o pessoal tá organizando a *TV NINJA* também, fiquei sabendo que eles estão preparando alguns programas pra fazer transmissão ao vivo ou gravados. Então a tendência é crescer cada vez mais.

Você não considera que a *Mídia NINJA*, como midiativismo, pode refluir com o movimento de oposição que se pronuncia contrário aos ativismos?

Tão é indo mais pra cima. Até eu passei a escrever com mais frequência do ano passado pra cá. Eu escrevia uma vez no mês, a cada 15 dias, falhava. E agora já vai fazer um ano que estou escrevendo toda semana. A gente que tem uma posição ideológica mais firme, mesmo que não seja nos extremos, esquerda ou direita, mas quem já tem uma cabeça feita – digamos, uma opinião formada - pra mim esses acontecimentos são motivação, combustível, pra você ficar cada vez mais forte na resistência. Então cada bobagem que o governo faz, eu me motivo, opa! Vamos lá. Pra mim é conteúdo pros meus artigos, sabe? Não que eu torça pra que as coisas deem errado, que aconteça uma merda, só pra poder escrever a respeito - de jeito nenhum, mas confesso que tá mais fácil de escrever agora do que antes.

Você se considera uma idealista?

Um pouco. Um idealista realista. Mas me considero sim. Eu sou Deputado Estadual pelo PT, desde o primeiro mandato. Já fiz 11 anos de filiação formal esse ano, mas antes de filiado já era eleitor, simpatizante, militante e depois assinei minha fichinha. Em 2014 fui eleito pro mandato 2015 a 2018, e em 2018, reeleito pro mandato que começou em 2019. Antes eu tinha sido Secretário de Cultura do Estado, de 2007 a 2010, e Secretário de Educação do Estado. Aqui tem uns meninos que trabalham comigo, que fazem a comunicação do mandato, um eu recrutei entre os colaboradores NINJA aqui. Ele foi se envolvendo com a *Mídia NINJA* não por minha causa, eu nem o conhecia, mas através de outros contatos, e aí quando a gente viu, se conheceu, opa, tamo aqui no mesmo barco, e eu trouxe ele pra trabalhar comigo. E depois outros dois que já trabalhavam comigo e não eram da *Mídia NINJA*, motivados pelos colegas, começaram a participar como colaboradores do Estudantes *NINJA*. Então hoje aqui as pessoas que trabalham comigo, que fazem a minha comunicação do mandato, também colaboram com a *Mídia NINJA*. É bem interessante. E já tem outras pessoas que eu nem conheço, que isso é que é mais legal. Nessa história dos protestos dos estudantes apareceu gente fazendo cobertura, mandando foto, e eu ia ver, não sei nem quem é, que legal, é sinal que a coisa tá espalhando e não fica ali só com fulano, beltrano, sicrano, não é aquela estrutura hierarquizada, de cacique, é uma coisa mesmo bem horizontal.

Entrevista realizada Teresina/Acre, dia 28 de junho de 2019.

Dríade Priscila Faria Aguiar

28 anos. Ensino superior incompleto. Abandonou o curso de História na UFMT (Universidade Federal de Mato Grosso).

Se diz autodidata em comunicação e redes sociais.

É de Cuiabá, Mato Grosso.

É ninja fixa, residindo em casa coletiva.

Conte como você entrou na *Mídia NINJA*?

Sou do Fora do Eixo desde os meus 16 anos. Entrei em Cuiabá, participando de vivências e entrei como repórter de cultura, eu fazia cobertura de shows, festas, eventos. A gente tem um acúmulo grande de produção de comunicação, produção de conteúdo, especialmente dentro da área de cultura, e quando a gente resolve mudar pra São Paulo, no final de 2010, início de 2011, a gente encontra a tecnologia da comunicação de cultura com a comunicação de movimento social. Isso depois de dois anos faz com que surja a *Mídia NINJA*, em março de 2013, que é quando ela é lançada, e vai ganhando outras dimensões. Então a gente fundou a *Mídia NINJA* muito como resultado da experiência de anos do midialivrismo no Brasil. Eu pessoalmente, coordenei um grupo em Cuiabá, chamado Mídias Integradas Cuiabanas, que já tinha o propósito de trabalhar colaborativamente, com núcleos de comunicação de vários coletivos diferentes, de cultura, música, enfim. E aí, através disso, a gente chegou nesse acúmulo e uniu a nossa ideia de comunicação artística e cultural com as demandas dos movimentos sociais, e a gente passou, com a compreensão sobre a democratização da mídia, que vem desde os tempos de Cuiabá, esse debate pra gente, e chegando nas grandes capitais e observando que ali a gente podia cumprir um papel que faltava, que era uma comunicação pop – tanto de popular como onde o marketing tem uma função social, a gente começa os trabalhos da *Mídia NINJA* e eu me envolvo nisso. Desde que eu comecei na *Mídia NINJA* sou coordenadora de redes sociais, é a minha área de atuação, tecnicamente falando, e politicamente e filosoficamente falando, eu sou editora de feminismo e negritude - são esses meus dois temas.

E Coordenadora de redes sociais faz o que exatamente?

É a pessoa que elabora a linguagem das redes sociais da *Mídia NINJA*, se preocupa em como os conteúdos vão ser publicados nas plataformas e como a gente ocupa esse espaço. Uma das falas que a *Mídia NINJA* vira um pouco pra esquerda, em 2013, para a comunicação progressista, é a possibilidade de estar com qualidade nas redes sociais. Quando a gente faz a cobertura em tempo real no Facebook e, através do *twitcasting* faz a transmissão ao vivo, a gente sai – não necessariamente dos blogs e de outras estruturas da internet – e leva a disputa da comunicação independente para o mesmo lugar onde tem foto de gatinho, sorvete, fofoca de namorados etc, e quando a gente vai pra esse lugar passa a elaborar pra essa linguagem específica.

Quantas pessoas formam hoje a *Mídia NINJA*?

A *Mídia NINJA*, como núcleo principal, tem cerca de cem pessoas, entre editores, coordenadores de linguagem, territoriais e temáticos – que moram com a gente nas casas Fora do Eixo, sete casas, e através disso, dependendo da profundidade que tiver a cobertura, a gente chega a mil, dois mil colaboradores diretamente, trabalhando em

alguma pauta, em algum espaço de tempo. Mas o nosso alcance de produção pontual é um pouco fora de controle, passa desses dígitos.

Os participantes da *Mídia NINJA* têm que perfil?

Mídia NINJA hoje é 70% formado por mulheres e nos cargos de coordenação, 90%. Então hoje a *Mídia NINJA* é basicamente feita com força de trabalho e elaboração de mulheres. A gente está na faixa entre 22 a 35 anos, em sua grande maioria. A maioria dos gestores tem entre 20 e 30 anos. Todos eles foram criados e formados fora das capitais. Eu sou de Cuiabá, talvez eu seja a única da capital, falando no strito senso o que é uma capital, porque nós somos uma capital interiorana, mas os outros integrantes veem do interior de Minas Gerais, interior de São Paulo, Norte, Nordeste do País, interior do Rio Grande do Sul.

Você mora nas casas? Como é essa estadia nas casas?

Sim, desde que as casas Fora do Eixo existem como projeto, em São Paulo, em 2011. Eu tinha 20 anos. Nós circulamos entre as casas e, geralmente, as circulações atendem a algumas demandas. Por exemplo, eu agora estou morando em Brasília porque faço parte de um projeto chamado Parlamento Ninja, ou seja: eu tenho uma função específica em acompanhar o Congresso, por isso estou aqui. Antes eu trabalhei no Rio, no último ciclo, porque desenvolvi um projeto chamado Campanha de Mulher, que era um projeto específico para incentivar mulheres a participarem de campanhas políticas, seja como candidatas, seja do lado das comunicadoras. Eu fiz uma parte da campanha do Boulos no começo do ano, e por isso morei na casa de São Paulo. Morei em Salvador no começo desse ano também (a casa coletiva de Salvador foi aberta no início de 2019). A minha circulação e a circulação de todo mundo que faz parte da *Mídia NINJA* é pautada através das demandas.

Essa reunião de hoje, que vocês estão participando, é porque vão fazer cobertura da Marcha das Margaridas?

Não necessariamente. Quando a gente faz cobertura a gente tenta não interferir muito na elaboração do ato. Tem sempre um limite entre não ser um veículo alienado, que chega ali, faz a foto e vai embora - essa é uma coisa que a gente tenta desconstruir ao máximo. E ao mesmo tempo dar espaço pra que o organismo realize o que ele faz de melhor. A nossa intenção aqui, na verdade, é colaborar com a organização da Marcha para além da cobertura, por isso a gente acompanha. Na verdade todo o conceito, ideia Ninja, surge por trabalhar a comunicação como forma de ativismo. Então a comunicação é uma ferramenta. O nome ninja veio dessa piada assim..., a gente é um movimento social da comunicação, mas que ajuda na mobilização, organização, na divulgação, se preciso for, a gente tá sempre nos GTs de segurança, limpeza, alimentação, traslado, e além disso a gente tira foto. Então começou um processo muito forte, em São Paulo, quando a gente chegou, tipo fazer tudo isso e ainda tirar foto é uma coisa de gente ninja.

O que você mais gosta no trabalho com a *Mídia NINJA*?

Depende. No lado profissional, técnico da coisa, eu gosto muito do lado que a gente está sempre se reinventando. Eu nunca entro numa pauta ou num ciclo ou mesmo num formato, sabendo onde a gente vai parar. Eu sei que a gente, tem um objetivo, mas a gente segue em fluxo. Acho que isso é umas das coisas que mais me anima. Não existe um plano de carreira, no sentido de “eu estou fazendo isso pra cumprir uma etapa, depois disso eu vou virar pauteira, você editora chefe”. Até porque essas estruturas são muito remixadas na *Mídia NINJA*. Eu, por exemplo sou editora de feminismo, negritude,

direitos humanos em geral, educação e comunicação – liberdade de imprensa. Só que eu não sou editora de economia e a gente tá num momento muito forte do debate de economia no país, e eu sou produtora de conteúdo pra economia. Então a ideia é que uma editora produza conteúdo também pra outra editoria, de uma forma mais básica, e por isso a formação é uma constante pra todo mundo, é uma coisa que me anima muito. Num lado pessoal, se é necessário fazer a divisão, o que eu mais gosto é o fato de que a gente, além de estar sempre em movimento, se importa muito com os resultados reais das nossas coisas. Essa é uma análise política e filosófica muito importante pra gente. Então, por exemplo, agora, está acontecendo o levante da educação (em 15 de maio ocorreu a maior manifestação de rua pós Ele Não - com cobertura em mais de 400 cidades, contra candidato Bolsonaro, antes das eleições de 2018. Chamado 15M e tsunami da educação. A *Mídia NINJA* preparou uma cobertura a subplataforma Estudantes Ninjas para produção, recebimento e publicação de informações. Tiveram fotos de mais de 200 cidades. Dia 10, sexta feira, Oliver fez reunião com estudantes da UnB. Eu acompanhei. De lá seguiram para várias cidades do interior, próximas a Brasília. O mesmo ocorreu em todas as casas coletivas) e a gente tem um momento muito forte pra isso, que é o dia 15, e a gente tem todo o ferramental pra ir até essas marchas e produzir conteúdo sobre elas e garantir que a gente seja o veículo central de acompanhamento sobre isso, não só porque estudantes ou Une ou Ubes ou qualquer outra organização de educação não tenham na comunicação um forte, mas porque a gente ganhou notoriedade, ao longo dos anos, porque em grandes eventos do campo progressista a gente é a maior fonte de conteúdo em tempo real. Isso difere de muitas coisas. Tem veículos que são muito melhores que a gente na produção de reportagens investigativas, outros melhores em pesquisa, em infografia, mas a gente é umas das referências em tempo real. E isso poderia bastar pra gente. Mas, como filosofia, a gente tem que elaborar sobre o que esse momento significa pra nossa geração, porque esse talvez seja o grande movimento depois do Ele Não, porque depois de outubro, já estamos em maio, foram sete meses desde a última manifestação do campo progressista, porque, se a gente teve tantos outros cortes ao longo do ano, por que esse, na educação, significa alguma coisa mais mobilizadora que aposentadoria, por exemplo? Então fazendo essa análise e levando isso em consideração, a gente resolveu, ao invés de simplesmente fazer cobertura, lançar um mapeamento pra criar uma rede de comunicadores estudantes, que é o estudantes Ninja, lançado ontem (12 de maio de 2019). Então o que a gente quer com isso? Não só ativar uma produção técnica de pessoas que estão de fato no campo e que se importam com essa luta, porque estão cortando a carne delas, né, mas também pensar que existe aí uma liga de produção de conteúdo e uma falta de organização – eu não diria falta de organização, porque acho que os estudantes, mesmo desorganizados do ponto de vista de movimento social, eles têm um senso de organização do ponto de vista macro, e tem aí uma oportunidade de conexão de pessoas. E aí a gente vai fazer um recorte do nosso campo, que é a comunicação. Então fazer isso é uma forma também de fazer algum tipo de liga entre a juventude que tá na luta pela educação, é uma proposta de liga, de rede, de trabalho em rede e isso vai ter impactos muitos mais profundos na vida do estudante do que se ele só mandasse uma foto pra gente, ou se a gente fizesse isso por nós mesmos. Uma das coisas mais importantes, pra mim, é além da gente pensar no impacto de uma foto, pensar no impacto de um card, flyer, um cartaz, é ter uma preocupação real de como a gente mobiliza nossa base, se encontra, enfim.

Vocês estão percorrendo universidades, praças, fazendo reuniões com estudantes em várias cidades do Brasil desde abril. O que vocês estão organizando ou preparando?

A gente não quer só receber foto e informação, a gente quer chegar no estudante que tá passando por aquilo. É claro que receber o conteúdo talvez seja a tarefa mais simples que quem participa da rede vai entender. Isso é uma coisa muito mágica na *Mídia NINJA*: quem passa por ela de forma flutuante, ou mesmo quem consome ela de forma passiva, tende a entender a gente como quem entende qualquer outro veículo: ah, eu preciso me atualizar, vou ver aquilo ali, quando na verdade a gente tá propondo pros integrantes, e pra pessoas que dão um passo a mais na nossa direção, uma formação política filosófica, não só sobre o fazer da comunicação, mas sobre a produção do conteúdo em si. Nossos colaboradores passam por transformações políticas muito grandes. Ele é confrontado com a ideia da autoria coletiva, então, quando um fotógrafo por exemplo, é provocado a não assinar uma foto dele, e entender o que isso significa, até a gente falar sobre manual da redação humanizada, pro jornalista aprender a não usar tais palavras quando se referir a tais temas, pra que aquilo não signifique uma ofensa, é uma preocupação conceitual e uma revolução silenciosa, principalmente porque o nosso foco não é manter esses comunicadores dentro da *Mídia NINJA* pra sempre. Na verdade, nosso maior desejo é que outras organizações de mídia surjam a partir da formação, mesmo que outras pessoas prefiram se manter sob a chancela da *Mídia NINJA*. Mas a ideia do Estudantes Ninja é criar uma rede e botar as pessoas em contato, fazer reuniões, passar por uma formação técnica, obviamente fazer a cobertura do dia 15, mas tá pra além disso.

Eu estive na reunião que Oliver fez na UnB. E agora a noite eu estou vindo da UnB e tava acontecendo uma reunião de estudantes de comunicação, aprovando a participação, a produção de imagens. Que transformações lhe provocou o fato de participar da *Mídia NINJA*?

Eu me sinto muito mais sensível a causas que eu não necessariamente faço parte. A comunicação tem essa ... não é nem que eu não faça parte, eu me sinto parte delas hoje, mas causas que não atravessam minha existência de uma forma óbvia. A comunicação tem esse dom, esse privilégio de cruzar todo mundo. Então mesmo que eu não me interesse por automobilismo, eu não tenho um carro, entender o que um carro impacta na sociedade, transforma as pessoas. Mesmo que eu não tenha empatia com a legalização das drogas, por exemplo, porque nunca foi do meu interesse pessoal, entender em que impacta a sociedade é importante. E a comunicação é uma das profissões que tem esse privilégio, de você sair um pouco do seu quadrado, da sua vivência. Se você tem uma profissão como advogado, ou uma profissão muito técnica como motorista, enfim, todas as profissões são técnicas, mas uma profissão não exatamente de elaboração intelectual, dentro do que se entende de elaboração intelectual, pelo senso comum... mas a comunicação te dá esse direito, e aí isso se torna em um dever de esclarecimento, de entender sobre mais coisas do que você entenderia se fosse um cidadão que não se importasse com a comunicação no geral. E também te provoca a ter leituras não óbvias sobre isso, né? Porque, por exemplo, se você é um cidadão que tá na vida, e não é um comunicador ou um jornalista, e você sabe que a reforma da previdência vai te atingir, por conta de que a gente consome comunicação hoje em dia, a gente vai ter um fluxo desmedido de informação e reter só o que nosso cérebro acha importante, ou a gente vai ter acesso esporádico aquela informação e não deter tudo que aquilo significa, enquanto o comunicador faz o trabalho oposto: ter que entender todas as etapas pra aquilo acontecer. Eu sinto que eu dei um grande salto político durante o impeachment, por exemplo, porque pra entender quem são todos os deputados, como eles votaram, o que cada voto significou... pra fazer a cobertura do golpe a gente teve que voltar em anos sobre como o sistema político funciona, o que é válido ou não no impeachment, quantas seções precisa ter, quem são os advogados, quem são os deputados, como se forma uma

mesa na câmara, qual a função do presidente, então é uma formação política intensa, num curto espaço de tempo e que vai ter que ser usada novamente, várias e várias outras vezes. Principalmente o que a Ninja me ensinou é como ter empatia por causas que não atravessam minha existência necessariamente e como fazer isso de uma forma honesta com a pauta e ao mesmo tempo que mobilize as pessoas.

E você acha que isso se diferencia de uma cobertura de um meio de comunicação convencional? É diferente na Mídia NINJA?

Acho que sim porque a Mídia Ninja tá falando de um processo de vida, né. Mesmo deixando todas as minhas críticas conceituais e ideológicas contra a mídia *mainstream* de lado, a técnica da grande mídia te leva para um processo mercadológico. Tentando fazer uma leitura generosa, a grande mídia trabalha a comunicação como um produto, um commodity, ela tem que vender revista, e faz parte de um mercado. E dentro disso, a informação que vende mais é aquela que ganha mais atenção e você pode manobrar isso de acordo com os desejos, enfim, falando aí de capitalismo em si... Mas a forma como um jornalista trabalha hoje na grande mídia, ela te conduz a viver uma vida onde nem é interessante que você se envolva com o que está fazendo. Se você é um jornalista que trabalha no Estadão, a não ser como você seja um especialista da área de política, se você for na banca, vai ter que fazer entretenimento em um dia, cidades em outros, polícia em outro, e com isso você acaba se desapegando um pouco do que você está escrevendo, do que aquilo significa. Eu sinto que, como consequência do processo, o jornalista não entende o impacto de uma manchete na vida de alguém que tá consumindo aquela informação, mesmo que ele tenha feito pra isso, porque eventualmente você vai se perdendo daquilo conforme você tem que trabalhar das 8 as 6, quando você tem sorte, nem é obrigado a fazer as horas extras, e transitar por várias temas ao longo do dia e pegar a pressão do online e tendo que imprimir e é um trabalho complicado. E a gente escolheu fazer isso nosso modo de vida, então a gente tá falando dos estudantes agora porque entre nós existe uma preocupação sobre a educação no país, e a gente para outros processo pra fazer isso: essa semana é essa a nossa prioridade. E semana que vem volta e a gente vai voltar a falar da previdência ou vai falar sobre maternidade ativa ou vai falar sobre os animais que estão em extinção, enfim. Por não ter a lógica do furo, a obrigatoriedade de fechar um jornal, colocar no ar, vender ele, a gente vive a coisa no aspecto mais profundo que a grande mídia nem pode sonhar em fazer. E aqui eu tô fazendo uma crítica ao sistema, não a um veículo em específico.

Que papel você acha que as casas coletivas têm para o engajamento de vocês?

Quando as pessoas perguntam o que faz o *Mídia NINJA* ser diferente eu acho que a casa é a melhor resposta pra isso. Não só porque, metodologicamente falando, é como se a gente fosse uma redação 24 horas, né? Então a gente acorda e dorme nesse fluxo. A gente pode fazer uma reunião de pauta as 6 da manhã, pode escolher ter a manhã livre e não fazer nada, ir pra cachoeira, e a cachoeira resultar num outro conteúdo, e a gente falar de outras coisas e chegar em outras pessoas. Por conta disso, todas as relações trabalhistas são colocadas em xeque, porque quando você dorme com seu chefe, você passa a conviver com ele e entender das angústias deles, das curiosidades dele, do que ele precisa, do que ele sente falta. E o contrário também: quando seu gestor dorme com quem tá na base dele, passar a ver o humano nessa pessoa, não só o âmbito profissional, mesmo que a palavra profissional seja carregada de bons sentidos. Então acho que a casa é essencial, não só porque nos mantém ativos, mesmo em nossos tempos de ócio, pra entender o que a gente tá fazendo, onde a gente tá, pra ficar o tempo todo atualizando o nosso GPS político, mas também ao mesmo tempo porque ela nos dá a liberdade de quebrar com os padrões que

se espera de como uma redação funcione, ou de como as lógicas trabalhistas funcionem, ou o que significa lidar com as relações interpessoais. É engraçado porque pra isso, em grandes empresas tem um setor inteiro, né? Tem o RH. E pra gente, é a nossa vida, ela permeia todo o nosso sucesso.

Você acha que as vezes esse modelo que vocês propõem é incompreendido?

Acho que sim, mas acho que a gente é incompreendido como toda e qualquer parte da sociedade que escolheu viver em comunidade. A gente é incompreendido como os quilombolas são, como os indígenas são, como as ocupações urbanas ou acampamentos do MTST são. Isso é uma quebra de lógica. A gente sabe que a gente é uma experiência extrema, radical, isso tá completamente pacificado na nossa cabeça. A gente não é um coworking de uma mídia alternativa, não tô nem fazendo uma crítica, a gente não é uma mídia nova que ... a gente não é isso, a nossa produção de comunicação é um reflexo da nossa vivência e não o contrário, justamente por isso eu insisto muito em quebrar o conceito de que as pessoas nos vem como um veículo, porque isso acaba imputando nas pessoas uma séria de frustrações que pra gente estão distante de ser uma necessidade, tipo ah, existe aquele assunto que está no auge e vocês não estão falando, a gente não está falando sobre aquilo porque na nossa vida não nos interessa, como comunidade, falar sobre aquilo. A gente é uma comunidade que se importa com as pessoas, como como aquilo tá se organizando, o que aquele assunto significa pra quem tá ali, enfim, é uma grande coisa! Ao mesmo tempo há um equilíbrio disso com o fato de que somos muito responsáveis com o momento que a gente vive, a gente é a maior mídia de esquerda, do campo progressivo do Brasil, em números hoje, são 3 milhões de seguidores, alcance de 40 milhões de pessoas, maior mídia autofinanciada com número de colaboradores e essa gente trabalhando, existe um número que a gente entende hoje que é a reversão de nossa credibilidade e existe uma responsabilidade sobre isso. Se eu quiser eu entro ao vivo agora e 40 milhões de pessoas vão ficar sabendo qualquer coisa sobre a minha vida. Então ter esse tipo de poder na mão, num gad (Gadget é uma gíria tecnológica pra designar dispositivos eletrônicos portáteis) que está tão acessível e ao mesmo tempo tão distante de vários brasileiros, significa ser responsável, e é exatamente por isso que a gente se envolve em pautas macro políticas e macro econômicas como o impeachment, o golpe, a copa, as eleições, quando a gente podia simplesmente se focar sobre uma comunidade e falar sobre maternidade ativa ou qualquer outra coisas assim.

Vocês discutem dentro da casa sobre como estão fazendo essas coberturas?

Constantemente. A casa de Brasília inclusive é um ótimo exemplo pra isso. Amanhã à tarde a gente vai falar sobre o Parlamento, sobre a cobertura de conteúdo do Congresso. Na sexta de manhã a gente fez uma reunião de educação (cobertura de educação) e por aí vai. Existe um núcleo de uma gestão executora no *Mídia NINJA*, formada por cinco pessoas que sentam pra elaborar soluções. São pessoas de vários locais. Agora, aqui em Brasília, esse núcleo somos eu, a Raíssa e o Oliver. Nós somos um núcleo operativo, a gente propõe soluções para problemáticas coletivas. Só que esse núcleo é muito pequeno perto da inteligência coletiva do *Mídia NINJA*. Então a gente tem reuniões pequenas, de duas, três pessoas, por exemplo, e aí a casa toda vai debater parlamento, educação, ao mesmo tempo. Depois da casa toda debater, a gente faz uma conversa online e a rede inteira, as cem pessoas olham pra aquilo e falam ‘isso não, isso aqui, sim; sim, mas elaborado de outra forma’... e a gente chega num consenso e vai conversando com as outras camadas de colaboração pra ver o quanto eles entram nisso. Então é um constante diálogo, tudo o que o *Mídia NINJA* publica ela tem que passar por um sujeito coletivo, e isso é muito interessante porque, dependendo do dia, ou da forma que você vê, ou do

horário, você vê complementos da mesma opinião, e isso, inclusive, deve confundir muita gente, mas é isso: por que aqui a gente foi tão duro e enfático numa crítica ao Bolsonaro e sete, oito posts depois a gente foi tão leve, e o que essas duas coisas significam quando são colocadas no mesmo lugar?

Você trabalhou em algum outro espaço antes de integrar a Mídia NINJA?

Aos 16 anos eu fui vendedora de loja, fiz um estágio. Fiz um estágio também na UFMT (Universidade Federal do Mato Grosso), no setor de RH, no setor de contratação.

Vendedora de que?

Eu vendia itens de cama, mesa e banho.

Você voltaria a trabalhar em outros espaços ou em outra mídia ou forma de comunicação?

Não! Eu trabalhei nesses dois lugares porque sempre senti muita necessidade de me sentir ativa. 16 anos pra mim foi uma idade desesperadora, porque é quando se iniciam as legalidades, então eu fiz tudo: tirei carteira de trabalho, tirei título de eleitor, eu quis muito trabalhar, quis entrar numa vida ativa muito rápido. Eu sempre me via, antes dos 16, como uma pessoa inútil e inativa pro Brasil. Então meu desespero de trabalhar foi nesse sentido. Mas no momento em que eu encontrei o Fora do Eixo e a *Mídia NINJA*, que foram meses depois, isso tudo se acalmou e se colocou num lugar. Eu não me vejo trabalhando em outro veículo de comunicação, até porque eu não me vejo só como uma comunicadora, então eu não olho pros outros espaços com o desejo, no sentido de ah, se eu fosse aquilo... Quando eu olho eu penso mais em como eu posso fazer a *Mídia NINJA* chegar mais próximo daquilo ali. É claro que ao longo desse processo a gente já fez trabalhos formais, que, na verdade, nos colocaram com mais certeza ainda de que esse não é o local que a gente quer ocupar. Eu, por exemplo, fui assessora direta do Ministro Juca Ferreira na última gestão, e fui coordenadora de comunicação digital do Ministério da Cultura. Foi um ano e meio, até o golpe, e foi um ano e meio de bater ponto, entrar as 8, sair as 6, ter toda a documentação avaliada pelo governo, até porque fui servidora pública e tinham exigências legais e contábeis muito específicas, eu fui uma trabalhadora regular brasileira durante um ano e meio, e não tenho desejo nenhum de voltar pra esse lugar. Muito pela lógica... lembro que as grandes críticas a minha gestão no ministério era que eu me importava demais com as pessoas que trabalhavam comigo, justamente porque a minha vida é assim. Eu não tô falando no sentido Pollyanna, ai, como eu me importo com as pessoas, mas em como eu entendia que o lado pessoal dos trabalhadores afetava no trabalho, na produtividade, e eu sou uma pessoa muito pragmática e produtiva, então eu não era do tipo ele não tá bem, tira um dia de folga, ou o problema é seu, porque isso aqui é um trabalho, então executa. Eu entendia que não estar bem influenciava na produtividade, e querendo produtividade eu queria dar espaço pra aquela pessoa estar bem. Então isso, por exemplo, era um grande problema no ambiente de trabalho.

Você acha que sua vida é muito diferente da de pessoas que trabalham em meios ou formas de comunicação convencional?

Da vida, nem digo *mainstream*, mas da vida moralmente convencional, sim, com certeza absoluta minha vida é extremamente diferente. E isso em muitos âmbitos, por exemplo, eu faço um trabalho que no mercado é considerado extremamente valioso, mas ao mesmo tempo eu não recebo salário, ou porque mesmo decidindo não ter filhos eu sou mãe de outras crianças, porque moro com elas e a gente tem a maternidade coletiva, ou porque eu decidi sair da casa de meus pais muito nova e, é engraçado, porque talvez não seja um

problema em outras cidades, mas sendo de Cuiabá, saindo da casa dos pais coletivamente, sem ter feito faculdade – isso é uma coisa de grande importância – a única filha mulher também. Até dentro do conceito de sucesso de nossa sociedade. Eu não vejo quantas outras comunicadoras negras que têm acesso a esse número (de público), mesmo se você for me comparar a pessoas da minha idade, do meu alcance trabalho, me colocando no mercado de trabalho agora, eu tô muito distante e a frente e eu coloco isso como uma posição privilegiada, claro, mas é totalmente diferente da realidade do comunicador negro brasileiro. Por exemplo, a gente tá comemorando a Maju apresentando o Jornal Nacional, só um dia, ela nem virou apresentadora fixa, essa é a outra grande referência, então isso, inclusive, me faz refletir muito sobre a minha responsabilidade, sobre o espaço, apesar de que eu acho que só cheguei até aqui porque não me bitolei com a responsabilidade desse espaço, mas ao mesmo tempo sendo muito responsável para a construção desse espaço, então acho que na verdade significa, não só o resultado de um trabalho de anos, porque eu desenvolvi tecnologias na Mídia Ninja e dou aula sobre ela e circulei o mundo falando sobre ela, da América Latina à Europa, dando aula sobre isso, antes de ter 25 anos, essa já era minha função, não só por isso, por ser pioneira e lá lá lá lá, mas também porque isso significa uma invisibilidade de outros comunicadores negros que são tão bons ou melhores que eu e que caíram numa narrativa invisibilizante, né?

Como foi pra sua família quando você disse eu vou morar na casa coletiva, vou ser Mídia NINJA, e como é hoje, como eles percebem hoje o que você faz?

Foi muito interessante, porque eu tenho uma família atípica, talvez. Meu pai é diretor de teatro, ator, e minha mãe é estilista, então já é um arranjo atípico, mas é claro que, depois, quando você vira uma família economicamente estável, eu tenho três irmãos, uma família grande, interiorana, então a gente tem as mesmas preocupações que uma família mediana no Brasil tem. Meu pai entrou em choque. Minha mãe sempre foi muito favorável e ela me pilhou desde o começo. Acho que ela sempre teve uma coisa de que ou isso era algo inevitável ou algo que me fazia muito feliz e meu pai tinha uma preocupação específica, queria saber do salário, da aposentadoria, e tem um fator específico aí na minha família, que é: eu fui a primeira mulher da minha geração a entrar na universidade, então sair da universidade e escolher romper com esse ciclo pra entrar num mercado alternativo de trabalho, pra ser bem generosa com a forma com que as pessoas olham sobre isso, foi um grande choque. Ainda mais porque eu sempre tive grande gosto pela vida acadêmica, então desde crianças, aos 10 anos, na minha escola foram um psicólogo e uma orientadora, eu não sei o que ela era, pedagoga, provavelmente, foram fazer um teste de aptidão e falar sobre carreiras de futuro. E é uma coisa que eu não entendo: por que que crianças de 10 anos estão tendo esse tipo de formação, mas eu tive isso, e foi uma grande palestra e teve uma frase que desencadeou muita coisa do que eu vivo hoje. Essa orientadora disse que ninguém que não falasse três línguas ia ter acesso ao mercado de trabalho em 10 anos, e eu não falava três línguas e eu entrei num desespero total, absoluto, e voltei pra casa e implorei pro meu pai me colocar num curso de inglês, e ele ficou evitando o assunto até que virou pra mim e disse a gente não tem dinheiro pra te colocar num curso de inglês, não existe a possibilidade de você entrar num curso de inglês, e eu passei dias chorando achando que minha vida tinha acabado, e eu não ia ter um emprego, e o que isso significaria pro meu futuro, e seu eu não tivesse um emprego, como eu ia sustentar a minha família... e o engraçado é que eu não pensava na minha família futura, mas na que eu tinha, e eu precisava sustentar os meus pais, e meus irmãos, sou a filha mais velha. Eu entrei em desespero total, eu lembro muito disso e lembro que a solução pra sair desse desespero foi eu sentar e peguei um caderno e fui escrever um plano da minha vida acadêmica, aos 10 anos. Eu falei vou terminar o ensino médio assim, vou

entrar nessa faculdade aqui, e fazer mestrado nessa faculdade aqui e fazer doutorado aqui, vou terminar com tantos anos, vou ser professora, a média de meu salário é esse e tá t ata, eu escrevi e entreguei pro meu pai. Eu não lembro a reação dele especificamente, mas lembro que fiquei muito aliviada de saber o que eu ia fazer. E eu tentei me manter fiel a esse plano o máximo possível (risos), aparentemente não deu muito certo. E depois disso eu, eu estudava com bolsa numa escola particular, e vendo que a gente tava piorando de situação financeira, eu propus entrar na educação pública no ensino médio, que eu entrei no cefet na época, no que hoje são os ifs, foi uma época muito perturbadora a entrada nesse colégio, porque era uma prova massiva e, se eu não me engano a concorrência era de entre 500 a mil alunos por vaga, e daí era... foi todo um processo, eu entrei no CCAA com bolsa do colégio e comecei um curso de inglês e me formei em dois três anos e me tornei tradutora e sempre essa frase eventualmente voltava na minha cabeça de como conseguir ter isso, então isso tudo pra explicar que eu sempre criei uma expectativa acadêmica na minha família muito grande. Quando eu rompi com esse ciclo pra mudar pra São Paulo, junto com o Fora do Eixo, foi uma coisa de louco. E teve dois momentos em que isso se apazigou na cabeça de meu pai, a minha mãe nunca se preocupou muito, acho que porque ela sabia que se alguma coisa desse errado eu tinha pra onde voltar ou a ideia dela de futuro fosse muito distante e meu pai se preocupava com uma coisa muito imediata, mas uma delas foi quando a revista *Trip* fez uma matéria sobre o Fora do Eixo em 2011, 12, não me lembro, e a gente tava passando por uma grande crise no Ministério da Cultura e a Ana de Holanda era a ministra e aí uma matéria de 4, 5 páginas no centro da revista que o título era “Ministério da Cultura do lado B” (colocando Fora do Eixo como um ministério) e meu pai, como fazedor de cultura, entendeu o impacto que a gente tava sendo na política pública, e aquilo deu uma acalmada nele. E o outro momento foi quando eu entrei no Ministério da Cultura de fato, em 2015, que daí ele entendeu que a minha formação me levou pra um lado prático, acho que na cabeça dele fez mais sentido. Mas existiram várias outras etapas no processo.

E hoje?

Hoje são tranqüilaços.

Pra você, o que é ser Ninja?

Acho que ser um Ninja é ser versátil e atento as demandas do mundo. Isso que reverte em às vezes ser um comentarista, às vezes um articulador político, uma apresentadora, um cozinheiro, um motorista. Ser um Ninja é ser uma pessoa que está atenta as demandas do mundo e se predispõe a fazer parte dos que querem operar essas mudanças. A gente tem um lema dentro da *Mídia NINJA* que fala somos todos Ninja, muito porque faz parte da nossa política de democratização dos espaços da comunicação. Então tirar essa ideia de que a gente entendeu como um aplicativo no celular funciona ou porque a gente teve acesso a uma câmera x, ou porque a gente chegou a dois milhões de seguidores de que a gente é que é o Ninja, que tem que formular a comunicação. Não, todo mundo que se comunica de alguma forma é formulador de comunicação e se você quiser fazer parte do que é ser a estética, a política e a filosofia ninja, então somos todos ninjas. Então nesse sentido acho que de fato há a possibilidade de ser todos e qualquer pessoa que queira se envolver pra ser ativamente parte disso, é um ninja.

E como você se sente em relação aos seus colegas de dia a dia, de trabalho e vida, na Mídia NINJA?

Ah, eu sou muito feliz com isso, porque me colocou em contato com pessoas que eu naturalmente evitaria. Isso me fala muito sobre as relações humanas, se você me permite

filosofar um pouco sobre isso. A gente organiza nossa vida e vive ela de forma a buscar os nossos iguais. Então a gente tem uma família onde a gente cresceu dentro dela, então, você, mesmo que discorde ou tenha algum tipo de desavença você entende de onde vem aquele pensamento. Aí depois você escolhe um curso que tem a ver com você e com pessoas que têm o mesmo interesse que você. E aí depois você pode se alinhar politicamente a alguma coisa. E você escolhe alguém pra casar e tem filhos que você vai formar com a sua mesma doutrina ideológica. Ou seja, você está constantemente se colocando próximo a comunidades, o que não é negativo, mas que limita a sua compreensão sobre o outro, dificulta a empatia. E eu acho que a *NINJA* colocou heroínas e líderes e pequenas lideranças de cidades muito esquecidas na narrativa brasileira no mesmo lugar. Então o *NINJA* faz isso. Tem eu, de Cuiabá, por exemplo, tem a Raíssa, que é de Sete Lagoas, Minas Gerais, tem o Oliver, que é de Buenos Aires, a gente não se cruzaria. O Oliver não teria saído da Argentina não fosse a vivência da *Mídia NINJA*. Eu e a Raíssa somos as melhores amigas, a gente brinca muito sobre isso de que se a gente, por um acaso fizesse a mesma faculdade, estivesse na mesma sala, a gente ia se ignorar e se odiar profundamente porque somos extremamente diferentes uma da outra, em estilo musical, no que a gente gosta, em que a gente investe tempo, no que a gente come, em moda, a gente não combina em nada, e a gente trabalha muito bem. E é muito louco porque não tá baseado no trabalho, isso é uma coisa que a *NINJA* ajuda muito, ela tira da gente o peso de buscar algo em comum. Nós estamos aqui, somos da *Mídia NINJA*, a gente já tem um objetivo em comum, que é trabalhar com comunicação e que os produtos disso, que o resultado disso, sejam transformadores na vida das pessoas. Então o que a gente tem em comum, já está resolvido – o que abre espaço pra gente debater e falar e realizar nossas diferenças, e dessa forma compartilhar nossas potências. Porque a gente aposta na ideia que diferença gera potência, então existe espaços pra pessoas muito diferentes como eu e Raíssa, da mesma forma que existe espaço pra eu e Bianca, que somos talvez muito mais iguais, que somos duas mulheres negras, que vieram de contexto de pobreza, de cidades interioranas, somos muito próximas, mas somos muito diferentes na prática também. Isso me dá uma calma de poder descobrir a outra pessoa e entender como a gente vai operar junto, porque o que a gente tem em comum já foi resolvido.

Quantas pessoas estão na *Mídia NINJA* desde o começo e permanecem.

A *Mídia NINJA* é formada hoje, o campo dos cem, que são os gestores, eu diria que somos entre 60 e 70% de quem começou, quem está desde o início. Eu arriscaria por aí, gente que entrou e não saiu.

O que você acha que engaja as pessoas? Por que elas entram e permanecem?

Acho que cada um deve ter uma experiência transformadora específica. Eu acho que tem um pouco daquilo de que a gente nunca olha para um veículo ou outro, ou para um coletivo ou outro, pra uma rede ou outra e diz putz, ali tem um negócio que eu queria. A gente sempre olha, admira e fala, como eu posso transformar isso aqui que eu tô fazendo naquilo lá também. Então isso eu acho que é uma coisa que faz a gente ficar, que é o fato de que o Ninja não tá dado, daqui há um ano eu posso desfalar tudo isso que eu falei aqui e a gente pode ser outra coisa, ser uma rede ativismo alimentar, que é um assunto que nos interessa muito, por exemplo. A gente já foi festival de música, a gente já foi agenciador de banda, eu já fui produtora de festa que vai das 11 às 7 da manhã, essa já foi a minha vida, foi assim que eu entrei, eu estou falando sobre cultura, festa et ara ra, a gente já foi organizador de turnê, a gente já foi tanta coisa ao longo da construção da *Mídia NINJA* que isso nos dá a calma de saber que ano que vem a gente pode ser outra coisa. E justamente por isso, acho que as pessoas ficam porque ela vai se tornar eventualmente

aquilo que você deseja, se já não é, ou a gente vai surpreender as pessoas pra construir outra coisa. Acho que uma das coisas que faz a gente ficar é o fato de que a gente nunca é a mesma coisa e que sempre que a Mídia Ninja se renova ela se torna ainda mais próxima dos nossos desejos.

Vocês continuam produzindo festivais de música?

Sim.

E que futuro você imagina pra Mídia NINJA?

Uau! Não sei. Parte de mim acha que a Mídia NINJA vai chegar num lugar onde ela seja desnecessária, então acho que existe uma possibilidade da gente se dissolver em algum momento. Sei lá, daqui a dois, três anos, qual a necessidade da Mídia NINJA existir? Não sei.

Isso não lhe dá receio?

Não, de nada! Talvez isso signifique que nós, os fundadores saiam, e outras pessoas assumam, talvez isso signifique que a Mídia NINJA não seja necessária e não precise existir, talvez ela fique ali e se transforme num time de futebol. E isso tudo vai ser ótimo, entende? Eu tenho dúvidas sobre pessoas que preveem muito o futuro, principalmente porque eu fui uma delas, foi assim que eu comecei, planejando tudo. A grande coisa que me chocou quando eu entrei pro Fora do Eixo foi lidar com minha ansiedade, porque minha ansiedade significava desejo de planejamento, e isso não quer dizer que a Mídia NINJA não é planejada, muito pelo contrário, ela é extremamente meticulosa no seu planejamento. Mas ela não tem uma ansiedade de ser alguma coisa daqui a algum tempo, etc. É claro que a gente tem metas, planos, a gente quer bater tantos não sei o que, quer parar de fazer esse conteúdo e passar a fazer esse, a gente quer fazer filme, a gente quer ter uma produtora de cinema, quer lançar CD, existe muita coisa que a gente quer fazer. Eu não sei se vai ser com essa alcunha ou dessa forma, com essa tecnologia, ou hoje, ou daqui a um mês, ou daqui a três anos, então eu sinto que o futuro da Mídia NINJA é o mais amplo possível e ele vai ser o que quem tiver dentro, na hora, fizer crescer.

Quais as formas de financiamento que vocês estão utilizando hoje?

A gente tem três formas de financiamento. A maior delas e mais importante, que mais nos funda hoje, são as doações de financiamento coletivo. Quando você entra no NINJA, nos veículos, tem o botãozinho de doar e a maioria das pessoas são doadoras mensais, então a gente tem um dinheiro fixo mensal. Acho que arrecadamos entre 20 a 30 mil por mês. O segundo ponto é nossa produção artística: caixa de bar, entradas, comissionamento de show, turnê – essa é uma entrada mais flutuante. E eventualmente tem as parcerias: a gente dá aula, produz conteúdo pra outras pessoas, mas eu confesso que essa é a mais pontual, escassa, porque significa reforçar uma lógica de vender conteúdo e isso não é uma coisa que a gente gosta. É lógico que eu entendo a valorização da nossa força de trabalho, eu sei quanto custa a minha hora de trabalho, sei o que ela significa, mas chegar numa coletiva e cobrar pra eles um valor de mercado, para uma coisa que não nos apetece muito! A gente dá muita aula de graça, oficina de graça, debate, a gente paga nosso transporte, passagem de avião, hospedagem pra ir para esses lugares, muitas vezes. E a gente já usou financiamento público, mas anda afastado um pouco, até porque nem existe mais, né? Mas a gente, na verdade, acredita muito nisso, a gente acha que o Estado brasileiro tem que prover pra cultura, pra comunicação, pra ativismo, financiamento público, como política pública, a gente acredita nisso, mas a gente se afastou disso, muito depois que fizemos parte do Ministério da Cultura, por fazer parte

da engrenagem pública, a gente se afastou de buscar financiamento público. Mesmo depois de sair do Ministério, dentro já é crime, e mesmo fora a gente se afastou. A gente busca muitos apoios internacionais, a gente tem um reconhecimento internacional como produtor de conteúdo de direitos humanos e algumas organizações nos apoiam, mas nem isso tem tido como uma grande frequência. Os dois primeiros pontos - doações e organização de festivais-, estão mais próximos de uma realidade.

Vocês têm viajado muito por várias cidades, pretendem percorrer 500 cidades em 2019, no Brasil, discutindo ativismo e uso da comunicação. Como vocês têm financiado essas viagens?

A gente tem buscado, com o projeto das 500 cidades, que é um projeto específico, nós estamos buscando financiamento, porque ele exige uma estrutura maior, van, hospedagem, alimentação, pra 3 a 5 pessoas, mas o que a gente tem, na verdade, é uma grande rede de compreensão da economia solidária. Por exemplo, a gente fez três cidades agora, onde eu participei (dias 10, 11 e 12 de maio de 2019): Anápolis, Goiânia e Luiziânia. Pra fazer essas três, a gente não se hospedou em nenhum local pago, foram todas casas de pessoas que nos receberam, muitas tinham alimentação. Então basicamente nosso gasto foi gasolina e pedágio, então isso diminui o custo de nossa atuação. Isso significa, obviamente, viver de uma forma diferente do que alguns viveriam na estrada, mas são pontos de escolhas.

Fale sobre a correlação entre Fora do Eixo e *Mídia NINJA*.

A gente entende muito fortemente que a *Mídia NINJA* não existiria sem o Fora do Eixo, mas o Fora do Eixo existe sem a *Mídia NINJA*. Não só porque são os fundadores, toda a tecnologia social da *Mídia NINJA* veio da experiência do Fora do Eixo existir dez anos antes da *Mídia NINJA* começar a existir – o Fora do Eixo tem 10 anos e a *Mídia NINJA* tem cinco – então é uma precursão, não só de conhecimento técnico, tudo o que eu aplico na *Mídia NINJA* eu aprendi dez anos antes, fui desenvolvendo com o Fora do Eixo pra chegar na *Mídia NINJA*, não só isso, mas porque a *Mídia NINJA* funciona como uma vitrine do que o Fora do Eixo executa, então a gente vai cobrir a educação porque a gente tem um debate longo dentro do Fora do Eixo sobre o que é a universidade livre, sobre a necessidade de debater educação livre, acessível, falar sobre escolarização para as crianças, falar sobre métodos de ensino alternativo, falar sobre a mobilização do conhecimento grão, por exemplo. Então ir pra rua no dia 15 de maio é uma personificação do nosso debate de dez anos sobre o que é educação, falar sobre previdência é um debate de 10 anos sobre como a gente pensa a economia, falar sobre o Bolsonaro e etc é um debate sobre o que acha sobre democracia, comportamento, vida social. Então a correlação entre Fora do Eixo e *Mídia NINJA* é intrínseca, e pra *Mídia NINJA* continuar vivendo do jeito que ela é hoje, isso não quer dizer que ela não possa se transformar, o Fora do Eixo precisa continuar vivo, a gente precisa continuar organizando esse lado, porque se não a *Mídia NINJA* vira um veículo, ela vai passar a contar histórias e não viver elas.

Quando Bolsonaro foi eleito achei que vocês iriam refrear um pouco mais a atuação, mas acho que isso não aconteceu. É verdade?

Pois é, parte da gente se sente até culpado, sabia? (risos). Porque grandes derrotas – pra chamar disso, né? - que é como parte do campo progressista entende – mas grandes desafios como esses nos colocam num lugar extremamente desconfortável de ser resistência. Mas tem um outro lugar muito mágico de ser quem você é. Porque quando o desafio é tão grande e avassalador a ponto de bater em todo mundo, você entende que é

na diferença que você vê potência unida, que, quando você tenta diminuir a régua, pra juntar numa unidade, porque na verdade é isso que a unidade faz – todo mundo tem que ser menos você, pra se encaixar numa média- então você nem pode ser muito brilhante ou muito genial, ter uma ideia muito sua, porque não casa com uma ideia de unidade, que é diferente da coletividade. A coletividade é a união dessas coisas todas, onde todo mundo é a sua máxima potência, todo mundo respeita seu espaço, mas tá cada um fazendo uma coisa muito significativa. Então a gente entendeu isso, essa vitória amarga do Bolsonaro como um convite para que a gente volte a ser que a gente era, não quem a gente tenha se distanciando disso, mas como um convite pra reforçar nossos projetos originais, não só ficar correndo atrás, até porque, quando a gente revisou que, no fim das eleições, que o grande chamado de 2019 seria lutar contra Bolsonaro, a gente falou que isso não poderia ser o resumo de nossa vida. Até porque, venhamos e convenhamos, a gente fala muito que a gente não tem opção a não ser lutar contra injustiças, mas viver de lutar contra injustiças as vezes é também um privilégio, né? Quando você tem que sustentar uma família, ou viver com as dores de ser uma mulher, ou uma pessoa negra, ou trans, ou com deficiência física – quando você tem que fazer isso, nesse contexto, você já tá perdendo há muito tempo. E quando vem uma derrota que encosta em todo mundo você olha pra aquilo e fala: eu estive assim a vida inteira, então agora só encostou em você. Então é meio isso. É um grande convite pra todo mundo: gente, já deu errado, então pra dar certo daqui pra frente, a gente tem que ataca-lo justamente onde ele mais nos teme, que é na nossa potência, se todo mundo baixar a bola, diminuir, virar um coisa só, é mais fácil ser derrubado.

Entrevista realizada em Brasília, dia 13 de maio de 2019.

Frederico Barbosa Maia (Fred Maia)

63 anos. De Oeiras, Piauí.

Faz doutorado em Sociologia na Universidade Nova de Lisboa, em Portugal.

Jornalista graduado pela Universidade Santa Cecília, em Santos, São Paulo, concluído em 1999. Já era jornalista, sem a formação acadêmica.

Desde muito jovem trabalhou, ainda no Piauí, como jornalista.

Nos anos 1970 cursou Sociologia, na Escola de Sociologia de São Paulo, mas em razão da ditadura militar não concluiu.

Conte como você conheceu a Mídia NINJA?

Eu conheci na essência, no seu nascedouro. Eu acompanhava a *Mídia NINJA* antes dela se chamar assim, a partir da experiência de vida própria com o Fora do Eixo. Eu fui convidado a montar a casa do Fora do Eixo em Minas, em 2012. E, no carnaval de 2012, eu fui pra Belo Horizonte, já pra cobrir o carnaval daquele ano, um carnaval que virou um carnaval de rua muito importante. Tava havendo um nascimento de blocos nas ruas, um carnaval muito politizado. Existia um movimento de rua mesmo, um grupo que começou a utilizar uma praça, da Estação, que tem uma fonte de água e a rapaziada ia pra lá no sábado tomar banho e o prefeito da época proibiu aquele banho público e a partir dali nasceu um movimento de ocupação da cidade, das praças. E também tinha os blocos de carnaval, e quando os blocos todos se reuniram em torno dessa manifestação, contra o ato do prefeito de impedir aquela prática - isso tudo é pré-2013. E aí então a gente foi cobrir esse carnaval e a ideia nesse momento... Eu fazia parte da rede Fora do Eixo e fui chamado pra montar aquela casa lá em BH e fomos pra lá e nossa primeira ação foi cobrir esse carnaval, a gente chegou na cidade pra cobrir o carnaval, as pessoas que formavam aquela casa eram, boa parte, de Minas. Eu nasci no Piauí, mas eu vivi muitos anos em Minas, tenho muitos amigos, muitas relações na cidade, e nessa época tava saindo de Brasília, indo embora e procurava outro lugar pra me estabelecer, e já tinha uma relação em Brasília com o Fora do Eixo, que era um movimento anterior a tudo isso, por conta de minha relação com a cultura, e Fora do Eixo já tinha sua estrutura enquanto rede de cultura e tinha sua estrutura formadora, o núcleo de mídia muito bem estruturado, bem articulado, com fotógrafos, jornalistas independentes, videomakers, designers. O Fora do Eixo articulava festivais no Brasil inteiro, tinha uma rede em movimento com mais 200 núcleos espalhadas no Brasil inteiro, em 25 estados brasileiros. E cada um desses grupos articulados em rede tinha o seu núcleo de comunicação, Muitos desses núcleos estavam estabelecidos em um espaço físico, uma casa, eram coletivos. Fora do Eixo é um coletivo de coletivos e a *Mídia NINJA* é um coletivo de comunicadores, até hoje, seguindo a mesma pegada. Então eu fui lá nesse período. A casa se constrói, se articula na cidade com grandes grupos culturais - a cidade estava muito efervescente, e tinha uma densidade política muito forte nesses grupos, tinha hip hop, duelos de MCs no centro da cidade, ocupação do viaduto. A casa virou também um ponto de encontro de muitos grupos culturais da cidade, mas dos grupos políticos também, com recorte nos novos movimentos sociais: mulheres, jovens, gente da área de educação, estudantes, LGBTs, afrodescendentes, galera de movimento de skates, bicicletas, e a casa era uma grande efervescência. E eu vivia o cotidiano da casa, e ali eu trabalhava de uma forma ampliada com os projetos, mas também parte do núcleo de comunicação, e criamos um movimento chamado “A cidade que queremos”, na eleição de 2012, pra prefeito, e a gente escolheu

vários vereadores e prefeitos, em várias cidades brasileiras onde havia núcleos do Fora do Eixo. Escolhemos participar da campanha de prefeitos e vereadores que compreendiam a importância da cultura e tinha a cultura na sua centralidade política. Foi um movimento articulado. O Fora do Eixo tem um núcleo chamado de Partido, que são os simulacros formadores do Fora do Eixo. Nós entendemos que não existe cultura sem processos político, sem política pública, especialmente. O Partido não é um partido clássico, mas é o modo como a rede se articula politicamente, com grupos da sociedade civil, políticos, até com partidos. Nesse momento também, no Brasil, há uma crise muito forte nas mídias por conta da chegada e consolidação da internet, a banda larga, a internet em movimento, com computadores portáteis e celulares, e começa a fazer com que nas redações tradicionais aconteçam mudanças. Em São Paulo ocorre uma enorme saída dos jornalistas das redações. Os jornalistas são colocados na rua e então existia esse momento que era de convergência das novas tecnologias, com o movimento sócio político muito forte no país por conta da relação de uma articulação de política pública na área da cultura, especialmente por conta daquilo que vinha com a gestão de Gil e de Juca no Ministério da Cultura. Se articula ali, então, um movimento muito forte de política pública na área cultural. E a cultura ganha um contorno, uma expressão política muito forte, e então, naquele momento, nasce ali, o que nós chamamos de Pós-TV, que era uma televisão. O *streaming* chega, uma tecnologia muito leve, que você podia se mover com ela, e nós montamos pequenos estúdios nas casas e começamos a transmitir e criamos uma grade de programas e começamos a transmitir ao vivo programas na Casa Minas. Nós tínhamos, em Minas, como tínhamos na casa em São Paulo, e no Rio Grande do Sul, no interior de São Paulo – São Carlos; em João Pessoa, na Paraíba. E esses programas cobriam a parte cultural, e se engajaram também na campanha desses agentes políticos naquele momento - isso é Pré-NINJA-, porque ali se sente a necessidade de fazer comunicação para além da comunicação cultural, de se articular junto aos movimentos também, porque as casas e a *Mídia NINJA* eram procuradas também por outros grupos, não só culturais, mas também políticos, sociais, movimentos que entendiam que aquilo que estava sendo feito era muito forte. A gente fazia programas, por exemplo, no Pós TV, falando de meio ambiente, e levávamos professores, militantes, vereadores, pessoas ligadas a questão ambiental. E isso foi dando uma característica pra pós-TV e pro Fora do Eixo, dando uma consistência mais jornalística no modo de ação para o Fora do Eixo. Surge ali nesse momento - eu sugiro que você leia o texto do Torturra, que trabalhava na *Trip* e se aproxima muito ali na casa São Paulo e escreve um texto chamado Passaralho, quando os jornalistas eram mandados embora em bando, era uma revoada de jornalistas sendo expulsos das redações. E quando foi mandado um grupo muito grande de jornalistas naquele ano, o Torturra escreve um texto dizendo que até um certo tempo, quando esses jornalistas eram mandados embora, havia muita tristeza, um sentimento de tristeza e de preocupação natural de perder o emprego - era gente que tava há muito tempo nas redações-, mas naquele momento era uma sensação de alívio. Quem ficava é que ficava meio desesperado por continuar no jornal. É o ficaralho. Quem fica se lascava. Porque as redações estavam muito ruins e um clima ruim, de perseguição, de assédio moral, essa coisa toda. O Torturra se aproxima ali do núcleo do pós-TV e traz outros jornalistas e o Fora do Eixo já tinha uma relação forte com jornalistas da área cultural do Brasil inteiro, jornalistas tradicionais mesmo, das redações dos grandes jornais e que cobriam os festivais, sabiam da importância daquilo que o fora do Eixo - como movimento - fazia, com a música independente. E ali então surge o nome do *NINJA*.

Que função você desempenhava?

Eu era um habitante da casa, como qualquer outra pessoa, fazia um pouco de tudo, fazia comida, lavava chão, e em comunicação fazia tudo - fotografava, fazia de vez em quando o pós-TV, cobria festivais. Mas eu era mais uma pessoa que convivía no cotidiano da casa, da estrutura da casa, eu tinha experiência, já era pai, tinha casado três vezes, tinha tido casa, tinha morado em repúblicas, em coletivos urbanos e rurais, experiência de viver com outras pessoas no mesmo espaço, e tinha uma relação enorme com pessoas da área cultural e das comunicações no Brasil inteiro. Mas eu tava ali na casa como um morador e participava dos projetos todos, construía projetos, articulava a rede Minas de Festival, a rede Brasil de festivais, escrevia textos. Ajudei muitos dos meninos que são hoje da *Mídia NINJA* e tavam começando a escrever. E eu ajudava, corrigia, tinha um pouco mais de experiência. Eu tava chegando aos 60 e eles eram meninos da faixa dos 22, 23.

Que experiência em comunicação você tinha como jornalista?

Trabalhei muito com jornalismo sindical. Na verdade, nunca tive muito interesse em trabalhar na grande imprensa. Nunca me interessou. Eu sou um cara que veio lá dos anos 70, eu vi as redações dos jornais tomadas pela censura prévia e eu entendo que a crise do jornalismo no Brasil vem desde o AI-5, desde o momento em que a ditadura entra nas redações dos jornais e instala a censura prévia e depois os censores saíram dos jornais, mas a auto-censura continuava, e os jornais mantiveram aquele processo instituído nos jornais do Brasil inteiro. E as TVs cresciam e a censura prévia, que vai acabar pelos final dos anos 70 e início dos anos 80, ela perdura até hoje, virou outro tipo de censura. E nos últimos tempos, muita censura política, nos últimos três a cinco anos, que foram postos pra fora dos grandes jornais do Brasil jornalistas que manifestaram suas ideias políticas, contrariando as ideias políticas dos donos dos jornais. O jornalismo é a minha formação, a coisa que eu faço desde muito jovem, foi meu primeiro emprego, mas eu nunca tive muito.... um desejo, uma vocação.... Eu sou uma pessoa da palavra escrita, acabei indo fazer jornalismo lá pra diante porque era um momento novo no jornalismo, eu queria dar uma atualizada, mas nunca foi a minha primeira opção como profissional. E quando eu trabalhei como jornalista sempre fui da imprensa independente e do jornalismo sindical.

Quando você foi pra Minas, estava em Brasília, no Ministério da Cultura? Fazendo o que?

Eu tinha passado por lá. Eu fazia gerenciamento de articulação política, ligado ao gabinete do Ministro Gilberto Gil, entre 2006 a 2010.

Você morou quando tempo na casa coletiva de Minas?

Morei no ano de 2012. Depois morei em casas por vários momentos, mas esse ano fiquei inteiro praticamente lá. Mas eu já tinha o projeto de fazer um Doutorado e ficar um tempo distante e viajar, que eu sempre fiz muito. E queria fazer uma pesquisa acadêmica. Antes de entrar na casa, já tava na minha cabeça essa ideia. E esse período que estive na casa Minas me tirou daqui um ano, porque na verdade eu viria antes pra cá, no final de 2011 eu já tava com desejo de vir. Mas foi muito importante ter ficado aquele ano lá, consolidou aquele projeto ali da Casa Minas, e no final do ano eu vim embora pra cá, vim pra articular casa pra morar, fazer matrícula, passei o mês de outubro aqui, voltei pra lá, ainda fiquei novembro e dezembro no Brasil, mas vim embora.

E quando estourou Junho de 2013, você já estava em Portugal?

Tava, mas por acaso eu estava aí no Brasil em Junho, por uma questão pessoal minha, questões de ordem familiar, eu fui pro Brasil no final de maio. Estava aqui já matriculado, terminando o ano letivo que começou em outubro e termina em junho do ano seguinte –

o ano letivo é bianual. Em junho agora nós terminamos o ano letivo que começou no final de setembro de 2018. Eu cumpri aqui a minha agenda daquele período e tive que ir pro Brasil eu mandei meus trabalhos finais de lá.

E você estava aonde? E como você participou?

Em São Paulo. Eu participei de tudo, em São Paulo, Belo Horizonte, Rio, Brasília, tudo. Viajei nesses locais todos. Mas naquele 13 de junho eu estava em São Paulo, no dia que aconteceu uma grande ação da polícia do governo Alckmin contra cinco mil jovens. O movimento Passe Livre, que se deslocava do Teatro Municipal, da praça Ramos de Azevedo, no centro, em direção à avenida Paulista. Nós tínhamos uma reunião com o Torturra ali próximo, por acaso, naquele dia, marcada pra cinco horas. Então eu saí de Santos - tava em Santos-, e subi a serra pra encontrar eles: Torturra, Tales, Capilé, com o povo da casa e outros jornalistas. Na verdade era um encontro com jornalistas de São Paulo, nós nem sabíamos quem ia, fizemos uma chamada no Facebook e mais de 300 pessoas - se não me engano - manifestaram desejo de estar lá. Quando eu desci ali na estação Jabaquara, que telefonei pro Tales, que era da casa Minas e continua lá e estava nesse dia em São Paulo por conta dessa reunião... Era uma reunião muito importante, a gente ia abrir a *NINJA*, nesse dia a *Mídia NINJA* já existia. Ela é lançada na Tunísia, no Fórum Social Mundial, em março de 2013. A moçada lá cobriu o Fórum Social Mundial e voltaram pra São Paulo e ficou no processo ali ainda e aquele dia era um momento importante. O Torturra tava muito empenhado no processo de abrir pra outros campos e como eu tava no Brasil, em São Paulo, fui chamado pra essa reunião. Em vez da gente fazer a reunião, a gente saiu dali já pro cobrir a manifestação. Era inevitável! Tava acontecendo uma situação na rua muito complexa, violenta. Nesse dia, particularmente, a grande imprensa tinha convocado inclusive a polícia de São Paulo a impedir que o movimento Passe Livre chegasse à Paulista. Se você buscar aí os editoriais dos jornais, você vai ver, e exatamente nesse dia muitos jornalistas são feridos à bala de borracha, são agredidos, então eu tava ali e a gente saiu cobrindo. Cobrimos Brasília, Belo Horizonte, acompanhei muito de perto todo aquele processo. Fiquei até o período do retorno às aulas. Em junho mandei as minhas tarefas pra universidade de Portugal, 30 de junho tava concluído o ano letivo, recebi minhas notas. Eu tinha ido pro Brasil por uma questão particular, meus professores entenderam a situação, e foi um acaso. Mas um acaso que fazia muito sentido, porque de alguma forma eu tinha ajudado a construir também esse processo. Eu tava próximo da construção desse processo aí no Brasil e depois acompanhava de Portugal tudo o que estava acontecendo. Eu quase fui a Tunis, porque não é muito distante daqui, mas acabou que não deu certo. Se tivesse ido, estaria lá no dia mesmo que a *Mídia NINJA* nasceu como mídia. Cheguei a pensar muito fortemente em ir. Foi porque não deu certo mesmo. Fui impedido por questões acadêmicas mesmo, não podia me ausentar e não valia pena ir pra ficar três dias. Mas eu fiquei até setembro no Brasil e aquilo foi se desdobrando, desdobrando, acabou o ano com acontecimentos, você sabe.

Existem algumas interpretações diferentes para Junho de 2013. Algumas pessoas não veem aquele momento como movimento progressista, mas como o início de movimentos mais conservadores que se seguiram no Brasil. Você concorda? Essa é uma interpretação justa para Junho de 2013? Como você interpreta?

O Ulisses Guimarães, aquele famoso deputado fundador do MDB e tal, dizia que política é como nuvem: uma hora você olha, tá de um jeito, você tira o olho e volta a olhar, já tá de outro jeito. O movimento de Junho de 2013 é um momento importante da política brasileira porque, na verdade, o que eu compreendo é que o governo Lula abriu..., o Brasil

tinha passado por um processo de 20 anos de ditadura. Depois da ditadura vem um processo democrático, mas nada que reinaugura processos democráticos pós-ditadura altera muito o quadro da vida social das pessoas. A violência, miséria, o acesso aos bens e políticas públicas continuaram a não existir no processo de redemocratização. O fosso entre ricos e pobres só aumentou, as universidades continuavam fechadas pras populações mais pobres, negros. Pras mulheres não, porque as mulheres avançaram muito na vida acadêmica. Mas enfim, as populações pobres continuaram sem ter acesso aos bens socioculturais e econômicos do país. O Governo Lula abre esse processo, figura outro momento também onde o Brasil vivia um momento econômico muito bom e as pessoas queriam mais, as pessoas sempre querem mais, as pessoas não se contentam com pouco. Eram 500 anos de represamento, milhões de pessoas que não tinham emprego, imóvel, casa pra morar, tinham dificuldades pra se transportar, a mobilidade humana péssima, as cidades entupidas de carro e pouco transporte público. Enfim, as pessoas queriam mais e aquele momento foi um momento em que essas questões vieram à tona, independente de ser a Dilma a presidenta que vai dar continuidade, que era herdeira... que nem era herdeira, porque ela participou, ela construiu o projeto com o ex-presidente Lula, porque ela foi ministra da casa civil, acompanhou todos os grandes projetos desenvolvidos pelo presidente Lula. Evidentemente que ela ficou muito fragilizada, a esquerda não soube lidar com aquele processo e a direita, que tava esperando uma oportunidade, encontrou o caminho para se organizar e tomou conta da situação. Nasce ali um movimento social da direita, coisa que não existia no Brasil. Eles estavam muito desorganizados. Eu acho que é isso, foi o momento em que as pessoas queriam se manifestar, queriam participar e a esquerda não soube muito compreender aquele fenômeno e a direita se utilizou muito bem dele. Não soube dar continuidade, porque a gente vê aí o que está acontecendo com eles. Agora eu não reputo isso a 2013, foi um movimento que nasceu nas ruas e quem teve mais capacidade de operar os processos políticos naquele momento, se ocupou. Agora, a *Mídia NINJA* também, naquele momento, tava pronta, tava ali no processo. E não só a *Mídia NINJA*. Tinha um movimento também de mídia independente acontecendo no Brasil inteiro. Aquele foi um momento pra *Mídia NINJA*, mas foi um momento pra muita gente.

Você tem acompanhado o movimento de mídias independentes no Brasil? Como tem visto esse movimento depois dessa explosão de 2013?

Eu acho que continua forte. A mídia independente do Brasil hoje é poderosíssima, é uma mídia que fala cada vez mais com mais gente. Eu acho que a mídia tradicional vive uma crise muito grande, embora seja muito poderosa, porque tem uma estrutura poderosa montada, muito grande, e que recebe muitos recursos, do próprio Estado e da indústria, comércio, e tem acesso, entra nas casas das pessoas – especialmente a televisão. Mas eu acho que a mídia independente é quem realmente informa no Brasil hoje. Acho que a mídia tradicional mais deforma do que informa, embora eu acho que na mídia tradicional... - na grande mídia não, porque acho que a grande mídia hoje é toda a mídia. A mídia independente é grande também, atinge milhões de pessoas, é grande mídia também...- mas na mídia tradicional tem grandes jornalistas, pessoas muito sérias, consequentes. A questão é que os jornais são um negócio, uma empresa, e os anunciantes querem não só vender produtos, mas ter seus interesses políticos garantidos.

Sobre as Casas coletivas, que papel você acha que elas desempenham para a *Mídia NINJA*?

Elas são a base de tudo. As casas coletivas dão suporte a manutenção da independência da *Mídia NINJA*. As casas coletivas sustentam, são a base, é ali que as pessoas vivem e trabalham, mantem as suas vidas articuladas, se dedicam com exclusividade aquilo que

fazem. A sustentabilidade da *Mídia NINJA* é garantida pelas casas coletivas. Eu não acredito que um modelo de redação tradicional segurasse o modo operacional da *Mídia NINJA*. Eles são o que são porque vivem coletivamente, é um projeto coletivo, muito aberto, que envolve cada vez mais gente e a *Mídia NINJA* também não ... quanto mais outros grupos se aproximam das casas coletivas, mais a *Mídia NINJA* os libera para produzirem a sua própria comunicação, a *Mídia NINJA* não tem nenhuma reserva de público. Chega um determinado grupo político social para aprender, conviver e a galera da *Mídia NINJA* diz tá aqui as ferramentas, façam e virem parceiros, vamos fazer juntos porque é assim que a gente faz, que a gente começou, é assim que a gente é e assim que a gente continua. Desde a *Mídia Índia*, *Mídia Preta*, enfim, é isso. A *Mídia NINJA* não tem uma reserva de mercado, não quer manter um grupo de pessoas ali... pelo contrário. Agora, claro, tem um núcleo gerador ali que é muito forte e está muito junto, há muitos anos já, mas o tempo inteiro tá entrando e saindo, há um processo de circulação muito forte dentro do núcleo. Muita gente aprende e vai embora, chega com uma ideia de ficar uns dias e fica um ano, dois, alguém que chega pra conhecer, fazer uma visita e se encanta e vai ficando. As casas coletivas são o suporte necessário e importante pra sustentação deles.

Quanto ao tipo de sentimento que participar da *Mídia NINJA* pode despertar nas pessoas, o que você acha que a *Mídia NINJA* é capaz de despertar para que as pessoas queiram participar e se engajar?

As pessoas é que se movem pra lá. De vez em quando, vai ter um grande evento, a *Mídia NINJA* abre edital, pra um mês, 15 dias, pra um evento. As pessoas se inscrevem, chegam lá e ali têm uma vida coletiva, as que chegam são estimuladas a entrar naquele processo, de construção coletiva do dia a dia da casa. O estímulo é pra pessoa encontrar seu próprio caminho, ele tem as ferramentas ali pra isso, tem uma vida cotidiana, vida adulta, vida trabalho, vida experiência, tão ali disponível, mas depende dele. O tempo inteiro tem um processo de discussão. Tem uma coisa do Fora do Eixo, que atravessa a *Mídia NINJA*, que eu acho muito legal, que é a história do papo reto. As pessoas se encaram, dizem o que sentem uns dos outros. Mas tem muito afeto e muito respeito uns pelos outros. Os que chegam são tratados com cuidado, porque vem de suas experiências – muitas vezes a pessoa chega lá saindo da casa da mãe: nunca lavou um prato, nunca fez uma comida, nunca lavou um banheiro, e ali todo mundo faz isso, é parte da vida de todo mundo, ninguém lava o teu prato, você cuida do banheiro, lava roupa, o processo é coletivo. Muita gente não consegue porque vive com uma pseudo facilidade em casa e não quer abrir mão daquele conforto que tem em casa. Não é que nas casas seja um sufoco. Pelo contrário. As casas vivem com pouco dinheiro, mas são muito bem estruturadas, tudo é muito planejado, tudo é construído com muito zelo, tudo é apontado. As contas são todas abertas, o caixa é coletivo. Agora muita gente quer, vai lá, convive, aprende, gosta, curte, mas a partir de um certo momento quer ter uma vida de uma forma mais tradicional, digamos mais “normal” para os padrões da sociedade capitalista, quer comprar seu carro, ter seu apartamento, seu quarto, sua cama. Não quer ficar dividindo o mesmo quarto com outras pessoas. É normal, é natural.

Esse processo coletivo...

Eu adoro. Nesse momento não moro coletivamente em Portugal, mas já morei aqui. Não tenho nenhum problema. Vivi isso nos anos 70. Morei em São Paulo em casas coletivas durante muito tempo, morei em Belo Horizonte em processos coletivos no final dos anos 70.

Quais são as recompensas que as pessoas encontram nesse formato: tanto da casa coletiva, quanto da *Mídia NINJA*, que recompensa tem pra quem participa?

Você compreender que você não está sozinho, que a sociedade é um projeto humano, de construção humana. A gente nasce no coletivo, nasce numa família, somos um ser coletivo. O problema é que a gente vai perdendo assim muitos desses valores do coletivo, especialmente no mundo moderno, individualista, que a gente vive, fordista, essa valorização do indivíduo, de ter o seu destino por conta própria... Mas eu não vejo ninguém na *Mídia NINJA* ou em outros coletivos não ter garantida a sua individualidade. Acho que tem muito a ver com os valores que a gente vai adquirindo no mundo em que a gente vive e nos obriga a ter uma vida individualizada mesmo. As vezes nem individualista, mas individualizada, escolhem viverem nos seus cantos e têm pouca relação com o mundo em volta. Mas somos um país que nosso sangue é predominantemente indígena, tem poucas pessoas no Brasil de uma determinada etnia pura – só branco, só negro – o Brasil é mesclado e o sangue indígena é muito forte e esse é um povo muito coletivo. Particularmente tive oportunidade de conviver, visitar comunidades indígenas, e eles funcionam dessa forma: dividindo tudo – as próprias casas, com as famílias, juntas. Isso não é uma coisa antinatural nem nova. O movimento hippie, que é um movimento do qual eu participei, tava ali nos anos 70, e no mundo inteiro esse movimento buscava de novo esse processo de coletivização dos indivíduos e da sociedade. Agora, isso serve pra eles - *Mídia NINJA* – pode não servir pra outros grupos, mas pra eles serve muito bem. Você conviver com outro, estar aberto ao outro, abrir mão de certos privilégios pra viver coletivamente, é uma experiência bem gratificante, eu gosto muito, não me canso desse processo. É difícil, não é fácil. A gente tem família tradicional, a gente sabe como as vezes é difícil passar o natal, ano novo, dia de domingo como os primos, os trios. Ué, e como não vai ser difícil você conviver com pessoas que você nunca viu, que vêm de lugares distantes. É difícil, não é fácil, mas é muito gratificante, se você está aberto a esse tipo de possibilidade na tua vida. Ninguém é obrigado a ficar lá, mas muitos chegam e vão ficando, outros vão, mas saem pra dentro – como eu costumo dizer – aquela pessoa saiu pra dentro, tipo ela saiu da casa, mas continua dentro de um movimento maior, ela se sente mais a vontade.

Você ainda se considera um *Mídia NINJA*, mesmo morando fora e estando mais afastado?

Até por uma questão da minha pesquisa, eu me afastei do cotidiano da *Mídia NINJA*, mas não me afastei das pessoas. Não tô no cotidiano *Mídia NINJA*, não sou colunista – poderia ser, mas eu converso com eles cotidianamente, porque tenho uma relação de proximidade com as pessoas, tô o tempo inteiro conversando com eles, especialmente sobre a vida. A minha relação com eles é muito mais do que como comunicador. Como eu falei, não tenho mais vontade de ser jornalista. Há muitos anos perdi essa vontade, já não tinha essa vontade antes, depois fui pra universidade (graduação) por uma curiosidade pelas novas tecnologias que estavam chegando, eu tava muito ligado com o que tava acontecendo na área da comunicação no mundo. Eu sabia que as universidades iam ter que operar esse processo, sempre tive próximo dos jornalistas, do jornalismo, mas estive fazendo outras coisas, trabalhando, nos anos 80, 90, trabalhando com populações em situação de risco, com psicóticos graves, meninas e meninos em situação de violência – eu estava muito mais na construção de políticas públicas pra populações que estavam... eu não tava mais afim de fazer jornalismo, já estava distante, jornalismo pra mim já era um projeto em desencanto, desde a ditadura, desde o AI5, desde a censura prévia ou autocensura que aquilo já não fazia parte da minha vida. Lá no Fora do Eixo, por conta daquele jornalismo cultural...eu trabalhei com jornalismo sindical, mas sempre com pautas de cultura, porque

é a minha área, com a qual eu sempre estive envolvido. Eu já tinha meu clube da esquina lá em Teresina, antes do clube da esquina do Lô Borges, Milton Nascimento, a gente já teve nosso clube da esquina ali na São Pedro, na casa do Geraldo Brito, em torno dele, no mesmo período, a gente estava li o tempo inteiro, em torno do Geraldo Brito, toda a coisa da música independente do Piauí, que você conhece, tem o Geraldo. Possivelmente a primeira letra que Geraldo musicou foi minha e do Cruz Neto, nem sei qual a música, nem fala. Eu sempre fui um cara ligado a cultura e evidentemente a comunicação, mas jornalismo me desencantou muito cedo. Mas lá no Fora do Eixo não, por que aquilo era uma efervescência e a gente também trazia uma linguagem totalmente nova: fotografia digital, muito ágil, transmissão ao vivo, as redes sociais – aquilo gerou em mim uma motivação, não só pra mim, mas pra muita gente.

Que futuro você imagina para a *Mídia NINJA*?

Esse que tá aí (risos). A *Mídia NINJA* continua muito forte, eles não param de se reinventar o tempo todo. Enquanto houver processos que exijam mudança na sociedade, a *Mídia NINJA* – se não cansar e eu não acredito que cansem – vai estar presente. Eles têm um futuro muito presente. O futuro da *Mídia NINJA* é agora, eles não planejam muito o futuro, mas eles estão muito presentes no cotidiano do Brasil, das políticas que os movimentos da sociedade civil organizada constroem. Eu não vejo mais a *Mídia NINJA* sem os movimentos, *Mídia NINJA* tá muito próxima aos movimentos. E tem um movimento em curso na sociedade brasileira, tem um retrocesso muito grande do ponto de vista político no Brasil, que aponta pro passado, mas tem movimentos na sociedade que estão à frente no mundo todo. E a *Mídia NINJA* tá junto. Não só a *Mídia NINJA*, mas a comunicação independente, o jornalismo independente no Brasil. Eu vejo a *Mídia NINJA* como um expoente disso. Um grupo gregário, o grupo mais capaz de agregar outros movimentos é a *Mídia NINJA*.

O que é a sua pesquisa de doutorado?

Estudo a comunicação no século XXI a partir do fenômeno da *Mídia NINJA* como uma comunicação que se articula em movimento e que esse movimento se dá num campo que sai da esfera das comunicações, porque é um modo de vida. Na verdade eu estudo muito como o modo de vida dos comunicadores da *Mídia NINJA* operam os processos de comunicação que eles fazem. Eu acho que a *Mídia NINJA* articula a possibilidade de um outro mundo possível, uma micro revolução, constante, nas micro esferas sociais e políticas.

Acho que nossas teses vão dialogar. O que mais você gostaria de acrescentar sobre a sua relação com as pessoas da *Mídia NINJA*?

Eu sou uma daquelas pessoas que têm liberdade de transitar, entrar e sair das casas o tempo todo. O Cláudio Prado, o Torturra, tem um grupo de amigos da casa que somos amigos da casa, amigos *NINJA*.

Me falaram que você é um dos gurus.

É generosidade deles, eu aprendo muito mais com eles do que eles comigo. Eles são meninos e meninas muito criativos, generosos, afetivos, me sinto muito acolhidos com eles, eles são muito legais comigo, a minha relação com eles é pelo afeto. Não os trato também como filhos, não é assim, é uma relação de iguais. Então eu tenho essa facilidade, qualquer momento que eu chego eu tô em casa e participo das reuniões. Posso chegar no meio da situação mais controversa e sou chamado pra participar do debate e dar opinião, porque eles dizem que eu ajudo muito com os novos, com os que estão chegando, sou

muito paciente e carrego uma experiência da própria vivência deles e consigo ter paciência pra acompanhar os que estão chegando. As vezes o cara (novos) leva um susto ali porque não tá muito habituado ali, e eu falo calma, é assim mesmo. O cara as vezes tá com uma dor de dente ou uma febre, eu vou lá fazer um chá, ou recomendar alguma coisa, é essa coisa do cotidiano mesmo, da vida. Eu tô vivo e pra mim a vida é muito importante, tem gente que pensa que tá vivo, mas não presta atenção a vida, ao outro. Quando eu digo que tô vivo é porque tô prestando atenção ao outro, não só a mim mesmo. Isso é uma conversa aqui entre nós, não precisa você colocar isso. Mas eu tenho um trânsito no coletivo muito bom, me sinto muito à vontade na casa e eles também se sentem à vontade comigo. É um processo de troca, eu aprendo muito, essa história de guru não é comigo não, eles na verdade têm afeto por mim porque a gente tem convivido esses anos todos e, numa situação ou outra qualquer durante esses anos, eu estive ali, do lado, no momento talvez que eles precisaram, eu tava ali presente, fui solidário, muito mais talvez por conta do processo solidário que eu tenho com eles. Na verdade eu sou um aprendiz deles no processo de viver a vida, só tenho um pouco mais de experiência, mas não tenho a pujança, a força, a disponibilidade que eles têm de enfrentar tudo. Também não tenho medo, sou uma pessoa que tem coragem de ir junto. Mas eles, na verdade, são os caras que vão abrindo caminho. Talvez o que eu pudesse dizer é que, por conta da ditadura... eu tinha esse impulso ali nos anos 70, que eles têm hoje, tanto é que eu fui fazer poesia independente, fui ser hippie, fui fazer jornalismo independente, fui morar coletivamente, fui fazer tudo o que eles fazem, mas num momento de ditadura, com muito mais restrições, e lá na frente, depois dos 50 anos, eu vou encontrar com eles, eu, com muita energia ainda para construir processos e viver coletivamente, fui coroar esses processo da minha vida, aquilo que eu tinha começado lá atrás chegou com muita força, então juntou ali a minha experiência, como o Cláudio Prado também, que foi pro mundo. Eu saí de Teresina, nasci em Oeiras, com quatro anos fui morar no Ceará, no Crato, depois vim pra Teresina, aos oito anos. Depois passei um período fora, quando eu tinha 15 anos, foi ali uma escapada pelo movimento hippie, depois voltei para Teresina, fiquei mais dois anos e meio, entrei no Pequeno Jornal, depois fui embora, com 18 anos, pra São Paulo.

E essa sua experiência no movimento hippie, como foi?

Pelo mundo, Brasil, América Latina, atravessei as fronteiras no período de ditadura, fui pra Amazônia, fui pro Brasil profundo, fui em lugares que ninguém ia naquele momento no Brasil. Fui pra Rondônia, fronteira do Brasil com Bolívia, atravessei pro Peru, cheguei no Equador, mesmo em países mais fechados naquela época – Argentina, Chile – que viviam momento muito complicado, eu também consegui chegar, uma experiência muito interessante. Eu nunca saí da estrada, e a ditadura exigiu que eu estivesse em movimento, não ficasse parado, sempre mudando de situação, não ser um alvo fixo. Isso fez com que eu me deslocasse muito e eu sempre tive muita curiosidade, o Brasil é um país muito diverso, eu atravessei o Brasil muitas vezes, de Norte a Sul, de Leste a Oeste, e de todas as formas possíveis que você imaginar.

Entrevista realizada Piauí/Portugal, em 18 de fevereiro de 2019.

Isis Maria Oliveira Juvêncio

32 anos. Cursou Jornalismo, faltando entregar o TCC.

Estudou na UNIP – Universidade Paulista, em Bauru, interior de São Paulo: “Sou da primeira leva de alunos do ProUni”.

É de São João da Boa Vista, interior de São Paulo.

Mãe de duas crianças que vivem nas casas coletivas.

É ninja fixa, residindo em casa coletiva.

Qual a sua função na *Mídia NINJA*?

Atualmente sou editora de redes sociais. Também faço parte da editoria de fotos, junto com outras pessoas. Eu fotografo também, mas sou mais da base – como a gente fala – fico na parte de redes, acompanhando tanto com texto como no Instagram. Sou do time que, vai ter cobertura, eu fico acompanhando os *chats* pra pegar o material que chega e dar saída nele. As informações que a galera que tá na rua, na cobertura manda, a gente faz um texto pra poder difundir ou pega os textos que já vem prontos e difunde. Aí são diversas maneiras: tanto foto direto pro Instagram, ou textos curtos e notas no Facebook, ou pelo site que a gente tem, que a gente geralmente monta as matérias maiores, com galeria de fotos, links, pra poder soltar também.

Vocês tão sentindo problemas com relação a disseminação de fake news, tá mais difícil pra vocês atuarem?

Sim, porque a gente recebe muita coisa, então, quando a gente pega uma pauta nossa, que a gente decide trabalhar em cima dela e vai fazer pesquisa e tudo, é mais fácil da gente conseguir apurar. Mas muita coisa que a gente recebe às vezes as pessoas mandam dizendo que é aquilo e, se a gente não apurar bem, acaba caindo nessa. Aconteceram casos logo depois do primeiro turno (2018), a gente entrou num ciclo muito denso de acompanhar mesmo, por conta dos envios massivos no WhatsApp e tudo o que aconteceu, que a *Folha* foi desvendando do Bolsonaro, a gente entrou num ritmo também de procurar mais informação. E tavam acontecendo vários ataques, muitas pessoas apanharam na rua, a gente teve casos de morte, muita coisa, e as pessoas começaram a denunciar muito pra gente, e a gente recebia muita coisa por e-mail ou pelas nossas próprias redes sociais. A gente recebia muita denúncia, muito *print* de ameaça, coisas assim. E teve um caso, em Manaus, que uma colaboradora nossa recebeu do professor dela um vídeo de um cara no hospital dizendo que tinha apanhado do dono de uma casa noturna, contou toda a história, e a gente publicou esse vídeo, e um tempo depois a casa noturna mandou um link pra gente falando, ‘ó, não foi bem assim que aconteceu’, e mandou pra gente um vídeo da câmara de segurança do lugar, e a gente viu que muitas das coisas que o cara disse que tinha acontecido, na verdade, foi ao contrário. Então isso chegou a acontecer algumas vezes, a gente receber as informações, e muita gente ficou mais em cima, monitorando mesmo. Antes a gente não recebia cobrança sobre isso. As pessoas passaram a ficar mais criteriosas com relação a isso. Antes, quando a gente publicava uma coisa, depois apurava de novo ou recebia informação de que tinha informação errada ou não era aquilo, a gente ia lá e refazia, apagava, se retratava. Ultimamente as pessoas entraram mais numa de ficar monitorando e cobrando fonte. Há um ano, dois anos atrás, as pessoas não cobravam tanto as fontes das coisas. E isso passou a acontecer com mais frequência agora.

Conte como você entrou na *Mídia NINJA*.

Eu estudei em Bauru, fui fazer faculdade lá, não terminei, mas fiz os quatro anos de curso. Por conta de problemas não pude entregar o trabalho de conclusão de curso, então eu tranquei pra voltar no ano seguinte. E aí, em Bauru, também tem uma universidade pública, que é a UNESP, que tem curso de jornalismo, outros de comunicação e artes, enfim. E eu tinha alguns amigos que estudavam lá e a gente tava se formando todos no mesmo ano. Algumas pessoas já estavam com estágio, outras não. E nessa saída da universidade, entre o que a gente ia fazer, quem ia voltar pra casa e tal, a gente decidiu montar um coletivo de comunicação. Esse coletivo veio da ideia..., porque em São Carlos, que é uma cidade perto de Bauru, tinha a UFSCAR – que é a Universidade Federal de São Carlos, e lá tinha um coletivo, que era o Massa Coletiva, e parte dessa galera do Massa trabalhava na rádio UFSCAR, e como em Bauru também tem a Rádio da UNESP, rolou uma palestra da galera da UFSCAR na Rádio UNESP falando sobre coletivos de comunicação e trabalho de mídia alternativa. E a gente foi conversar com eles depois e eles falaram pra gente do Fora do Eixo, que era uma rede de coletivos de cultura e comunicação, que estavam em várias cidades do Brasil e tinha um jeito da gente se conectar com eles, e a gente montou esse coletivo, que a ideia era ser um coletivo de audiovisual, jornalismo e rádio. Parte da galera que fazia parte desse coletivo tinha bandas e a gente tinha ideia de fazer também uns eventos e trabalhar com produtos próprios e fazer freela, também com uma produtora. E aí quando a gente descobriu essa galera da rádio UFSCAR e o Fora do Eixo, a gente mudou um pouco o que a gente queria fazer e entrou em contato com eles e montou o coletivo. E quando a gente entrou no Fora Do Eixo viu que tinha toda uma tecnologia já pronta pra várias coisas que a gente ainda ia começar a fazer. Então a galera já morava numa casa juntos, já tinha um sistema de caixa, de grana, manutenção, sustentabilidade deles. Já tinha alguns projetos que a gente podia também fazer parecido, de festivais, eventos. Já tinha o Grito Rock, que era uma rede de festivais e eventos que eles faziam todo ano e que a gente podia fazer também, e ficamos pensando em como começar. A gente era onze, no começo, e aí fizemos nosso primeiro festival em 2010, e a partir daí a gente entrou pro Fora do Eixo de vez, e o coletivo foi avançando daí junto com outros coletivos da rede. Em 2011 o Fora do Eixo montou a primeira casa em São Paulo. Eles já tinham uma casa em Cuiabá, que era a casa Fora do Eixo e outras casas dos coletivos tinham os nomes dos próprios coletivos. E aí, em São Paulo, em 2011, a galera montou uma casa Fora do Eixo lá e eu fui morar nessa casa. Saí de Bauru e fui pra lá. E aí eu já estava dentro da Rede Fora do Eixo e, em 2013, quando *Mídia NINJA* surge, eu já fazia parte da rede. Nessa época, especificamente 2013 - eu tive um filho no final de 2012, o Benjamin, em novembro. Sou a mãe do Benjamin. E em Junho de 2013, quando tavam começando as maiores manifestações, os grandes atos, eu estava em Brasília. A gente tinha montado a casa de Brasília naquele ano, começo de 2013, a gente inaugurou ela em junho, e eu tinha ido morar nessa casa em Brasília. Então quando prenderam o Carioca, no Rio, as manifestações que aconteceram, o ato da Copa, eu já tava em Brasília, e nessa época, eu tava um pouco mais afastada da comunicação, por conta do Benjamin. Eu não tava fazendo cobertura de rua, tava mais no foco criança mesmo, e eu era base direto da Lenissa, que é a gestora do Banco. Então eu ficava mais nos dois projetos que a gente tem meio de sustentabilidade, que era a residência cultural e o Banco.

Você trabalhou em meios de comunicação antes da *Mídia NINJA*?

Não, nunca trabalhei em mídia tradicional.

Desde esse período que você falou, você sempre mora nas casas coletivas?

Sim, comecei a morar em 2011, quando fui pra São Paulo. Depois 2013 fui pra casa de Brasília. A gente morava na Asa Norte, no começo. A gente montou uma casa na 703 Norte. A gente ficou lá de 2013 até meio de 2016, e a gente veio pro Núcleo Bandeirantes. Primeiro numa casa lá pra baixo, perto do metropolitano, e agora a gente tá aqui mais perto (a casa onde teve a Imersão Centro Oeste). Esse ano eu circulei bastante. Fiquei pedaço do ano em Belo Horizonte, depois fui pra São Paulo, porque trabalhei na eleição (campanha de Boulos e Sônia Guajajara 2018), e a gente tava com um time forte lá, e agora eu voltei pra Brasília. Mas eu moro aqui, na casa de Brasília, desde 2016. Eu vim pra cá em 2013, fiquei aqui até 2015, fui pro Rio, fiquei até meio de 2016 e voltei pra cá.

Como você avalia o papel das casas coletivas, que importância elas têm para a *Mídia NINJA*?

Elas são fundamentais pra gente conseguir o nível de organicidade que a gente tem, porque, por exemplo, quando a gente morava em Bauru e montou esse coletivo, a gente tinha muita gente que era de comunicação, mais da metade era jornalismo, três ou quatro que eram de TV e dois que eram de relações públicas, e a gente morava em casas divididas ainda, e percebi que a gente tinha muita dificuldade de engatar trabalhos, de conseguir se reunir, colocar as coisas em frente, encaminhar pautas e os tempos eram um pouco diferente. Quando a gente se juntou numa casa e começou a trabalhar junto e ter o foco em ser só aquilo, a gente conseguiu manter as coisas que cada um tinha, seus projetos individuais, por assim dizer, sua individualidade, viagem de família, coisas que cada um queria fazer, mas a gente conseguiu dar uma velocidade, uma rapidez muito maior pra coisas comuns. E eu acho que o papel das casas pra *NINJA* é bem isso, porque a gente tá num projeto comum, tem várias coisas que cada um encaminha, por exemplo, o Oliver é fotógrafo da *NINJA*, mas tem a rede latino-americana de fotos, e tem o Ella e as outras coberturas que ele faz. Eu tenho o *NINJA* e tenho as crianças, o ELLA, as coisas de casa e coisas que eu encaminho também. Mas o fato da gente tá no mesmo ambiente e a casa poder ser essa redação, facilita muito. E acho que outra coisa fundamental, que vem desde os tempos do Fora do Eixo, é o lance de ser caixa coletivo. O fator de a gente tá numa mesma casa e ser um aluguel só, uma conta de luz só, uma internet só, a facilidade de você não precisa ficar se deslocando (casa-trabalho) são coisas fundamentais. A gente tem todo mundo trabalhando num projeto, tentando trazer recursos pra esse projeto e tirando recursos dali para o que precisa, mas ser um caixa só ajuda bastante e otimiza muito, otimiza recurso, tempo.

Conte como é o seu dia a dia.

Aqui a gente tem um ritmo um pouco diferente das outras casas porque parte das nossas crianças mora aqui. Aqui estão agora duas: Benjamin tá no Rio e aqui estão Inácio e Yume. Inácio é meu mais novo e Yume é filha da Louise. Meu dia a dia daqui é mais acompanhando as redes e as crianças também. Tem uma parte do dia a dia que é pautado pelo ritmo delas, tipo café da manhã, troca de roupa, acompanhar elas... mas o que eu faço daqui é acompanhar as redes. A gente tem muitos grupos no Telegram, que é por onde a gente costuma fazer os fluxos com os colaboradores e a gente tem esses grupos montados por regionais e por temas, tem o grupo do Norte, Nordeste, São Paulo, do DF, da regional Centro-Oeste, de vários lugares por onde a galera encaminha as pautas. Toda noite anterior a gente manda a agenda do dia seguinte pra ver quem pode colaborar com alguma cobertura ou quem tem sugestão de pauta que a gente pode fazer e dali a gente vai retirando esses materiais. E tem os grupos temáticos, como chats de fotografia, de audiovisual, que é por onde a gente, gestores dos núcleos, vamos conversando e

encaminhando as nossas pautas. E tem o chat da *Mídia NINJA* que é uma editoria coletiva e um em que a gente faz o operativo de encaminhar, que é um que a gente chama de redes, que aí é realmente o time que fica na base de operação mesmo, que é quem vai pegar o texto, pegar a foto, e vai botar aquilo numa rede social, e aí, por esse chat, a gente faz os fluxos mesmo de ah, eu pego esse post, eu pego esse, eu pego esse. Todo mundo que faz parte do chat da editoria coletiva vai mandando ali as sugestões e por ali vai batendo, ah, eu acho que aqui merece fazer um card, aqui vale postar o link, aqui vale reproduzir, esse texto aqui é legal pra gente traduzir e postar, e vamos encaminhando as coisas por ali. Tem umas 50 pessoas nesse chat, porque é todo mundo das casas, o povo das casas do Rio, aqui, Minas e outros parceiros, Cláudio Prado, Ivana Bentes, outros parceiros nossos que acompanham a *NINJA* desde o começo e fazem parte dessa editoria. Por ali a gente vai encaminhando as pautas para esse chat de rede, que é operativo mesmo, que pega e encaminha e solta, e também acompanhando esses chats regionais. A gente tem, além disso, o e-mail, as caixas de entrada das redes sociais, Facebook, Instagram, Twitter, que as pessoas também mandam conteúdo pra gente. A gente se divide ali em quem acompanha cada um, então a pessoa, no dia, além de acompanhar os chats, acompanha e-mail e acompanha Instagram, outra Twitter, outra Face, pra pegar sempre esses conteúdos que estão chegando e filtrando, e compartilhando nessa editoria coletiva que a gente tem, pra gente poder decidir que formato vai ter aqui, se vai ter, e encaminha pra postagem. Então meu dia a dia é meio que acompanhar esse fluxo e operando ele, encaminhando para que ele vá sendo operado. E a gente foi criando outros mecanismos também, por exemplo, tem um chat de redação, que a gente pegou os colaboradores que a gente sabe que gostam de texto e sempre podem ajudar a gente a encaminhar algumas pautas. Então a gente recebe uma informação que precisa ser transformada num texto pra gente poder montar um link e usar, então a gente aciona esse chat de redação, quem estiver disponível ali pra entrar e trabalhar junto ou quem trouxer proposta de texto também, daí a gente pode ir encaminhando.

O que você sente ao participar da *Mídia NINJA*? Que tipo de sensação lhe provoca?

Quando eu entrei na faculdade, sempre fui do texto, desde que decidi que ia fazer jornalismo, ia cursar isso, a minha vontade era trabalhar com texto e com cultura. Sabia que minha editoria seria cultura. Na faculdade fiz algumas coisas de política, economia, mas não era minha praia. Então quando eu terminei a faculdade, a gente montou esse coletivo pra trabalhar com produção cultural e comunicação, foi uma coisa que achei muito massa, era uma coisa que eu sabia que era esse caminho que eu queria seguir. Quando eu entrei pro *NINJA* e a gente começou a andar por outros caminhos eu comecei a perceber que era um pouco mais profundo, porque não era só ... eu tinha pra mim que, quando eu comecei, que eu ia ficar fazendo muita resenha de livro, filme, acompanhando produção cultural, escrevendo sobre. E eu percebi que dava pra você fazer diferente, dava pra você tá dentro daquilo, conseguir narrar de dentro, sendo produtor e conseguir falar sobre aquilo, sobre os paradigmas da cultura, comportamento, eu passei a ver a cultura para além do entretenimento, perceber a cultura como comportamento mesmo e como isso influencia a vida das pessoas, desde a cultura do estupro, a como você fala de racismo, como você pode transformar as pessoas a partir daquilo. Então quando a gente montou o *NINJA* e começou a ir falando das pautas de um jeito que as outras mídias não falavam, isso na verdade sempre me mostra a importância de ter um outro olhar sobre as coisas, de você conseguir se posicionar, de pode se posicionar, eu acho que a gente tem uma liberdade diferente de outros meios de poder se posicionar, a gente nunca teve dificuldade de colocar de que lado a gente tá, e nem as nossas posições ou o que a gente defende ou quem a gente defende. Acho que pra mim o mais importante de poder

participar do *NINJA* e o que mais me causa é saber que eu tenho a liberdade de me posicionar, a liberdade de colocar as coisas que a gente acredita e poder levar pras outras pessoas as causas que a gente acredita. A gente recebe muito material de foto que, em teoria, não tem uma qualidade boa, as vezes falta informação, as vezes a gente não consegue publicar alguma coisa porque falta informação e aí não dá pra postar porque pode ser mentira, pode ser inventado e não dá pra provar, não tem como apurar, ou é um vídeo que tá muito ruim, uma foto que não tá muito legal, mas a gente consegue ainda receber, conversar com essas pessoas, explicar porque não vai publicar. E outros lugares nem recebem, essas pessoas não chegam, não vão conseguir falar com o editor da Folha, não vão ser nem ouvidas e isso também é uma coisa que eu acho muito massa, a gente poder ouvir essas pessoas, e conseguir colocar o MTST, os indígenas, essas pautas pras pessoas e também de poder ouvir eles, poder participar disso, tá dentro de um acampamento indígena, dentro de um acampamento sem terra, conseguir desmistificar algumas coisas, esse é o tipo de vivência que a gente se proporciona e outros lugares não proporcionam para seus repórteres e pras pessoas que trabalham nesses veículos.

Você consideraria trabalhar numa mídia convencional?

Eu acho que depois dessa experiência do *NINJA* seria bem difícil, porque assim..., eu sou virginiana, eu tenho dificuldade com muitas pautas ou ter que gerir muitas coisas, e acho que trabalhando numa mídia convencional talvez você esteja mais numa caixinha que facilita por um lado, porque você tá na editoria de economia, você vai falar daquele universo, muito dificilmente você vai transitar por outros lugares, coisa que a gente faz bastante, então a gente vai falar de cultura, mas vai falar de política, economia, negritude, mulheres, e vão chegar pautas diversas de diversos lugares e todo mundo ali acaba meio sendo editor geral, embora tenha um foco em uma ou outra coisa, e eu acho que isso num veículo convencional é mais delimitado, mas em contrapartida, essa liberdade de poder falar algumas coisas, escrever algumas coisas, eu acho que você não tem num veículo convencional, e eu acho que isso seria meio sofrido: você não poder se posicionar, falar, você ter uma limitação maior de coisas que você aborda, seria bem difícil. Eu nunca considerei, depois do *NINJA*, trabalhar numa mídia convencional e eu acho que seria bem difícil.

Qual é, pra você, o objetivo da Mídia NINJA e o que é pra você ser uma NINJA?

Acho que o objetivo da *NINJA* é um pouco mutante. Eu sinto, desde que a gente começou, que a gente já passou por vários momentos, mas acho que tem um norte que a gente sempre segue que é estar do lado de quem estar invisibilizado, marginalizado, e isso talvez seja um dos maiores objetivos nossos, talvez conseguir dar voz pra quem tá marginalizado, invisibilizado, porque isso foi uma coisa que a gente sempre fez. E o que é ser uma *NINJA*? (pausa) Acho que são muitas coisas, desde que entrei no Fora do Eixo, que virou *NINJA*, eu já passei por muitas coisas ali dentro, de ser uma das pessoas de sustentabilidade, mas também um dos pilares de casa; de em determinados momentos tá menos botando a cara e aparecendo no *NINJA*, mas em casa fazendo comida e estando na base de outras pessoas; não estar mais na rua e em alguns momentos trocando de posição. Eu acho que ser *NINJA* é ser um pouco de tudo isso, você ser protagonista em alguns momentos, mas também conseguir tá bem na base de todo mundo em alguns momentos. Enquanto eu tava em São Paulo, nessa vivência da cobertura, trabalhando na eleição, eu era uma das caras do time da campanha presidencial, mas tinha gente aqui em Brasília cuidando do Inácio pra eu poder tá em São Paulo tranquila, podendo fazer esse trabalho. Aí em determinado momento isso se inverte, eu volto aqui pra Brasília, pra poder ficar aqui na base com as crianças, pra Lou que ficou esse tempo todo aqui, poder ir pra

Argentina mais cedo e poder trabalhar nesse encontro de mulheres que é uma das coisas que ela tá fazendo. Então a gente conseguir ter essa versatilidade, de tá na base um do outro, e em determinado momento ser a pessoa que vai pra todas as mesas e aparece em todas as fotos e depois ser a pessoa que tá em casa, focada em estar na base, pra que outras pessoas também vivenciem esse momento.

Você considera que a *Mídia NINJA* provocou ou provoca um impacto no jornalismo? Que impacto seria esse?

Eu considero sim, porque a gente já ouviu isso de algumas pessoas, tanto de gente de veículos menores, quanto de ter grandes jornalistas que acompanham a gente pelas redes, as vezes não comentam as nossas coisas, mas a gente sabe que eles tão ali, acompanham a gente. A gente já ter visto imagens nossas usadas por vários veículos, vídeos nossos usados pela *Globo*, Jorge Pontual falar de nossos twittes, sei que a gente causa impacto de alguma maneira, pauta de alguma maneira. Acho que em especial quando a gente começou, fazendo bastante cobertura ao vivo, tá na rua, fazer vídeos e acompanhar atos e ações de rua, acho que isso também mudou um pouco a cara da cobertura de alguns veículos. Bem no começo, em 2013, acho que a gente que mais pautou isso e mais fez os outros veículos se mexerem e entenderem que eles precisavam mostrar mais do que tava acontecendo do que ser só uma passada de leve pelas coisas de rua. Eu acho que o impacto que a gente traz bastante é isso: das pessoas entenderem que elas precisam ir lá e vivenciar aquilo mais do que ir num local e conversar com duas pessoas e fazer meia dúzia de fotos e achar que aquilo é suficiente pra falar sobre alguma coisa, elas precisam vivenciar mais, estar mais presentes, perto, conversar com mais gente, passar mais tempo debruçadas em algumas pautas, pra conseguir falar sobre elas.

E impacto na política?

Eu acho que sim também, porque a gente sempre entendeu, desde quando a gente era mais um movimento cultural que uma mídia, que se a gente também não tentasse entrar de alguma maneira... tudo o que a gente faz é político, todos os posicionamentos são políticos. E aí, quando a gente era produtor cultural em Bauru, a gente também começou a disputar uma cadeira no conselho cultural da cidade, porque a gente sabia que se não tentasse também participar daquele sistema, por mais burocrático que ele fosse, a gente não ia conseguir fazer ele ser menos burocrático e engessado e a gente ia continuar sempre brigando por uma coisa que a gente não ia conseguir mudar, ia ficar sempre reclamando que orçamento para o setor cultural era pouco, mas a gente não ia conseguir levar nenhuma proposta adiante. Então, a partir do momento em que a gente, enquanto mídia, começa a colocar algumas coisas, a gente consegue trazer esse impacto para a política, mostrando que você precisa tá lá e disputar também aquilo, para que as coisas mudem. Então a gente também foi pra cima do Ministério da Cultura muitas vezes, também foi pra cima dos candidatos a presidente, e deputados, e prefeitos, porque a gente sabe que, se a gente não cobrar, a gente não vai conseguir ter nada. Mas a gente também precisa trazer proposta pra cima disso. Então a gente sempre compartilhou as nossas tecnologias, as coisas que a gente criou, a gente sempre foi muito aberto com relação a isso, pra que isso também pudesse ajudar a impactar na política. E eu acho que entrar pra trabalhar numa campanha presidencial muda muito a cara de como se faz uma campanha. Quando as meninas foram trabalhar no Ministério da Cultura, por exemplo, a gente entrou mais na assessoria de comunicação, e a gente conseguiu trazer muitas coisas que eram muito engessadas dentro do MinC pros Pontos de Cultura, ou tentar trabalhar com orçamento, tentar entender como poderia redistribuir melhor, ou como podia fazer um encontro. Nas tecnologias que a gente fazia, a gente conseguia trazer muito mais gente, gastando menos

dinheiro, e a gente conseguiu otimizar recursos, a gente conseguiu levar algumas tecnologias pra lá, e eu acho que isso impacta de alguma maneira, porque você vai mudando as estruturas por dentro, levando propostas, e não ficar de fora apontando que as coisas não funcionam.

Isis, me fale sobre a vida coletiva e se você considera essa vida coletiva muito diferente de uma vida mais convencional.

Acho que é um dos maiores exercícios que a gente tem, na verdade, talvez seja a vida coletiva, porque se você pensar no que a gente faz no *NINJA*, tem uma parte que é muito técnica. Se você é de redação, você tem que saber escrever bem pra fazer um texto que vai tá certo e sem erros, você precisa apurar a informação; se você é fotógrafo, você precisa saber mexer na câmera, então tem toda uma parte técnica que, em teoria, qualquer pessoa pode fazer, ou qualquer pessoa que queira ser um fotógrafo da *Mídia NINJA* pode. A diferença que tem pros outros veículos e outras pessoas é essa vida coletiva, porque a gente tá sempre junto. Então você tem... a minha relação com Oliver numa cobertura é uma e a nossa relação em casa é outra, mas é a mesma, porque se você tem um cara com quem você trabalha num jornal, se você não tem uma proximidade de uma amizade com ele, são só repórter e cinegrafista que vão pra rua, você vai pautar que tipo de foto você quer, você vai fazer seu texto ou gravar seu take e vocês vão voltar pra redação e vão encaminhar os materiais e cada um vai pra um canto. A gente não tem essa divisão, a gente tá em casa, a gente acorda, aí eu tô fazendo café e ele tá lavando louça, aí ele termina aquilo vai fazer almoço, eu vou fazer algumas coisas, a gente vai encaminhar. É igual agora, ele disse ‘vou pra entrevista e na hora que eu tiver terminando, eu te aviso, e você sobe’. Você viu: eu perguntei pra ele, você já comprou água? A gente tem algumas coisas de casa que precisa fazer e que não pode deixar faltar, e aí esse exercício talvez seja o maior mesmo, de você conseguir levar isso com leveza, porque se em determinado momento acontecer alguma coisa, ou uma cobertura que a gente se estranha ou numa coisa se casa que a gente se estranha, isso pode influenciar no todo, e até se a gente discutir em casa por alguma coisa, isso pode influenciar na nossa cobertura, mas isso também influencia no ambiente que envolve outras pessoas. Então a gente conseguir tá aberto pra ouvir as críticas, pra conseguir debater sobre tudo, e a parte coletiva mesma, você saber que você tá num ambiente que tem mais gente junto, então alguns hábitos precisam ser revistos, você vai ter que ceder, em algumas coisas vai ter que segurar. Sei lá, a gente tá em casa e tem pessoas que fumam e outras que não fumam, então, desde a parte do ambiente coletivo, pode fumar na sala ou não, a fumaça irrita outras pessoas, o barulho de você ouvindo música alta, ou o que você quer ver na TV, ou as crianças, vai ter filho não vai ter filho, vai ter filho em casa, vai criar as crianças, precisa de uma casa maior, menor, quanto que isso vai causar de impacto na nossa grana, no nosso dia a dia, como a gente vai conseguir se organizar pra todo mundo fazer tudo que precisa e as crianças ficarem bem cuidadas, e pensão pra quem ... o pai é do coletivo, mas a mãe não é mais, a mãe saiu do coletivo e levou a filha, a gente vai pagar pensão, como é a relação, a menina vai ficar com a gente, tem um monte de coisas ali, e eu acho que esse é um exercício maior, e eu acho que a diferença da vida coletiva pra individual é isso: a gente tem filho aqui e você tem as jornalistas que têm filhos e trabalham em veículos e é outra relação, não necessariamente todo mundo que trabalha com ela tem uma proximidade com a criança, ela tem a vida dela dentro da redação e a vida pessoal é outra, a filha tá na escola e ela passa e pega na escola e tem as pessoas que cuidam, aquilo não necessariamente influencia. Sim, se ela tá doente, passa uma noite acordada, isso vai gerar alguma coisa no que você faria no dia seguinte, igual o que você seria com a gente, mas você tem uma divisão quando você sai da redação e encerra aquilo e vai pra sua casa, você entra num

outro ambiente e a gente é o mesmo ambiente porque nossa casa é também a nossa redação e em determinado momento a gente tá numa sala acompanhando determinada cobertura e não necessariamente todo mundo que tá ali tá fazendo a mesma coisa e tem gente aqui na casa que não é diretamente da base operacional do *NINJA*, são pessoas também da editoria, mas não são pessoas que operam essas coisas, então quando tem sei lá esses atos que acontecem no Brasil inteiro e a gente fica das 9 da manhã às 10 da noite acompanhando cobertura, geralmente eu e Oliver ficamos muito focados no computador, porque a gente é dessa base operacional, mas o restante da casa não, então em determinado momento a gente se vê falando sobre a cobertura e outras pessoas em outro universo, apesar de serem acompanhando, sabendo que aquilo tá acontecendo, pegaram foto de algum lugar, viram, mas também estão focadas em outra coisa. E como que a gente mistura isso e consegue trazer leveza pra isso, porque também não dá pra você entrar num ritmo, ah, eu tô aqui na cobertura então não faço almoço, não posso levantar daqui, não posso parar, porque se não... não vai acabar o mundo, e como você vai balancear. Você tem que acompanhar a cobertura mas também tem a casa pra gerir, as crianças pra comer, dar banho e tal, tem que fazer comida, arrumar a casa, comprar água, fazer as compras, a gente vai conseguir equilibrar isso negociando: ó, tem um dia que eu vou ficar o dia inteiro acompanhando cobertura, mas amanhã eu posso fazer o almoço, amanhã entro na base melhor das coisas da residência, vou fechar esse projeto aqui, ficar super focada, escrever esse projeto, e se der certo é uma grana que entra por nosso caixa. São várias coisas de você pensar no coletivo e é isso, escrever um projeto é uma grana que entra pro caixa que beneficia todo mundo, não só a mim, mas também uma grana que eu tiro desse caixa, como ela impacta no real, porque eu vou fazer uma viagem que vou gastar uma grana absurda, mas isso vai impactar de alguma maneira as outras pessoas também. Já teve vários debates sobre isso: você não pode comprar um tênis caro, viajar pra algum lugar? Pode, mas depois que você começa a viver em vida coletiva, inclusive, você começa a repensar algumas coisas. Não é nem repensar os seus gastos, é repensar o modo como você gasta dinheiro. Isso foi um exercício também legal que a gente faz a discussão muitas vezes, você começa a repensar como você gasta ou investe a sua grana, como isso impacta nas outras pessoas, o que é de fato supérfluo ou o que não é, isso é um debate legal que a vida em coletivo traz. Como você economiza ou otimiza coisas, o que é necessário mesmo, como você cria novos métodos pra fazer coisas. E é sempre em conjunto. O modo de criar as crianças, por exemplo, cada um foi trazendo os acúmulos que tinha, mais coisas que pesquisou, mais coisas que tá vendo e a gente vai criando o método de cuidar das crianças juntos. Em determinado momento, quando eu vou viajar e vou ficar seis meses fora, porque vou trabalhar em campanha, não é um conflito o Inácio ficar, tanto pra mim, que sei que ele está bem cuidado, como pras pessoas que ficam e entendem que não é um abandono, e que ele entende que não pode simplesmente fazer o que quer porque a mãe não está aqui. A gente tem um pacto de um método que a gente vai criando que, independente de eu estar ou não, a gente vai seguir esse método, e isso vai ser mais pensando no bem estar da criança do que necessariamente no que é bom pros adultos. A gente usa o mesmo método pras crianças aqui e pro Benjamin, que tá no Rio, e isso foi vindo de conversas, de acúmulos nossos, de pactos com todo mundo.

O Benjamin morava em Brasília com você, mas agora mora na casa coletiva do Rio. Como foi essa decisão de ir para o Rio: o que pesou nisso? O que vocês consideraram?

A gente pensou que podia ser um movimento interessante pra ele. Ele sempre esteve comigo desde que nasceu, nos lugares onde eu estou e quando eu tava aqui, ele veio, depois fui pro Rio, em 2015, e ele foi também. Aí no final do ano passado (2017) a gente

começou a pensar em cima desses métodos mesmo que a gente foi vendo. O Benjamin é uma criança que as vezes demonstrava muito medo de umas coisas, era muito apegado, tinha uma relação muito forte comigo, por mais que vivêssemos num ambiente coletivo. Ele sabe que pode conversar com todas as pessoas e pedir tudo pra todo mundo, mas em determinado momento, se ele falasse alguma coisa pra Carol e a Carol negasse, ele vinha direto em mim, porque talvez eu fosse aliviar pra ele alguma coisa. E a gente começou a perceber que talvez ele precisasse criar outros vínculos, também entender como acionar outras pessoas e se desenrolar um pouco mais, ter mais autonomia. E ele tem um carinho e um vínculo muito forte com Pablo, e Pablo tava no Rio e sugeriu: o Benja podia ficar um pouco no Rio, tipo uns dois meses, pra gente ver o que acha. E aí ele foi pra ficar um período e a gente falou 'ah, vamos testar, vê se ele fica esse ciclo inteiro'. Então a gente matriculou ele numa escola lá, e ele ficou esse período lá, e foi pensando nisso mesmo, na importância dele criar vínculos, dele se desenvolver e estar com outras pessoas para além do ambiente que ele sempre esteve, de vivência com outras pessoas. E aí foi, ele ficou esse ano (2018), continua no Rio (novembro). Eu acabei ficando mais próxima, de determinada maneira, porque fiquei muito tempo em São Paulo, na campanha (Boulos e Sônia) e ele tava sempre presente também. Mas foi bacana, foi legal ver a experiência dele tá em outra casa, com outras pessoas, outro ambiente.

O pai dele mora na casa coletiva?

Não. O pai dele já saiu do processo tem uns três anos.

Na Imersão eu percebi uma admiração dele por Capilé, sempre sentava perto...

Ele tem um apreço muito grande pelo Pablo, uma amizade muito forte.

Qual seu sentimento, sensações, em relação aos seus companheiros de *Mídia NINJA*? Que tipo de sentimento você acha que envolve vocês?

A gente tem uma cumplicidade muito grande, uma amizade muito forte, são pessoas de confiança muito grande, porque a gente divide tudo. Você divide a vida, porque tudo é junto, o trabalho é junto, a criação das crianças é junto, é um processo de confiança muito grande no outro. Tem as pessoas com quem eu tenho mais proximidade, mas acho que a confiança é geral. O sentimento é de que eu posso confiar em todas as pessoas que estão comigo. Sei que independente do que acontecer, sei que todas as pessoas que estão ali, é um pelo outro, sabe? Eu não tenho irmãos, sou filha única, e de uma família muito pequena, então não consigo comparar como se fossem irmãos. E a relação de mãe e avó também são diferentes. Mas eu sinto assim como um grande núcleo de amigos muito forte. E aí tem as pessoas com quem você tem mais proximidade, com quem você fala mais, se abre mais, que são mais amigos que os outros, mas acho que esse processo, essa relação de confiança é muito grande.

E sua vida mudou muito, desde quando começou a participar?

Mudou por conta disso. Eu acho que eu tinha amigos, tinha rede, tinha pessoas que eu conhecia, mas com essa intensidade, abertura e nível de confiança, não tinha. Muda porque faz você também repensar algumas coisas, uns paradigmas seus, então, a sua relação com o ambiente, com as pessoas, interna, como você vai derrubando algumas coisas de seu ego, de suas vivências, repensando. Quando eu entrei no Fora do Eixo tinha 23 anos, então você já vem com uma carga de formação de um monte de coisas que estavam enraizadas e que você vai derrubando, ao longo do caminho. Então desde pessoas que chegaram e tinha algumas atitudes racistas e foram mudando, uns caras que tinham alguns machismos e foram derrubando, ou os nossos próprios machismos na relação com

as mulheres, de disputas, algumas coisas que a gente foi derrubando, quebrando. A minha relação de entender, e conseguir me abrir e falar com as pessoas, a arrogância, gente que é esnobe, egoísta e você vai conseguindo derrubar aquilo ao longo do caminho e do processo. É uma vivência muito intensa que te faz rever muita coisa porque senão você não consegue estar nesse processo. Chega uma hora que o processo te joga na parede de um jeito que não tem como. Se você não mudar algumas coisas pelo bem do coletivo, você não consegue ficar no coletivo.

Mas você acha que esse modelo coletivo é essencial para o sucesso da *Mídia NINJA*?

Sim, porque não é não dá pra fazer as vontades de todo mundo - todo mundo consegue fazer tudo o que quer, e tá feliz, e negociar e trazer suas propostas-, mas elas não podem ser maiores que o coletivo. E não é nem maior que um objetivo comum, é maior que o coletivo. Independente do objetivo que a gente tenha, é um grande grupo, se as vontade de uma pessoa, os desejos, começam a se tornar maiores que o todo, e aquilo começa a virar um grande caso, alguma coisa tá errada, porque aí você começa, ao invés das pessoas estarem juntas, na base, felizes, alegres, pra que uma coisa legal aconteça, começa a entrar todo mundo num processo maçante para que, sei lá, uma pessoa fique bem, quando a gente pode de um jeito muito melhor, mais coletivo, muito mais aberto, menos egoísta, fazer com que essa pessoa também fique bem. Então o lance de você conseguir... porque todo mundo tem suas questões, não é que você não possa ter, eu tenho dois filhos, eu tenho um monte de coisas maternas e afins que ficam na minha cabeça que outras mulheres do processo não têm, daí outra menina pode ter problema com autoestima de um outro jeito que eu não tenho, aí outra tem problema com a depressão do pai que outras pessoas não têm, então todo mundo vai ter suas questões, o lance é como a gente vai levar aquilo para o grupo de um jeito que faça com que você consiga lidar com suas questões e que aquilo não se torne um peso pro grupo. E esse processo ser coletivo, ser aberto, você conseguir ter confiança de conversas com as pessoas, negociar com as pessoas, é o que torna isso possível. Porque dá pra todo mundo desenvolver o próprio projeto também, porque a campanha de mulher (incentivo a mulheres candidatas nas eleições 2018 - entrevistas com mulheres candidatas ao Senado e Câmara Federal), foi a Dríade que trouxe, ela está no Fora do Eixo desde Cuiabá, é uma das fundadoras do *Mídia NINJA*, e ela, em 2016, quando a gente fez o Vereadores que queremos, no Rio de Janeiro, ela criou uma proximidade muito grande com algumas mulheres de lá, em especial com a Marielle (Franco), que foi vereadora, e com as assessoras dela, com a Talíria (Petroni), que era vereadora em Niterói (pelo PSOL. Foi eleita Deputada Federal pelo PSOL), com a Mônica, que era do gabinete da Mari, e aí, quando a Mari morreu... foi assassinada em março, elas já vinham conversando antes, e outras mulheres negras, sobre eleições, sobre o projeto Mulheres, e quando a Mari foi assassinada, a ideia da Campanha de Mulher ganhou muita força. E foi fácil da Dríade emplacar aquele projeto dentro da *Mídia NINJA*, porque ela conseguiu trazer um projeto super bem pensado, com os objetivos claros e pra gente pegar e deslocar as pessoas, montar um edital, ter gente pra acompanhar e ter pessoas na base dela pra fazer aquilo funcionar. Foi muito rápido e isso pode acontecer com qualquer pessoa, qualquer projeto. Se você conseguir trazer aquilo de uma maneira que estimule também as pessoas a entrar naquilo, vai ser muito rápido. O lance é quando você traz uma coisa que pode não emplacar e você quer impor. Então eu quero porque quero fazer esse projeto – isso não vai ter força ali dentro do coletivo e isso não vai dar certo e vai acabar sendo uma coisa que vai gerar um mal-estar no coletivo, que é ruim. Então, às vezes, não é a hora daquele projeto, ou é o jeito que você tá trazendo ele que vai ser o que vai fazer funcionar. Então todas as coisas são possíveis, mas o como você traz, ou conversa, ou como negocia, que faz as coisas funcionarem do melhor jeito, sabe?

E quando acontece essas coisas que vocês acham que não vai dar muito certo, vocês conversam sobre isso?

Sim. Aí a metodologia geralmente é essa: a gente tem gestores das frentes, tem os editores do *Mídia NINJA*, mas tem o gestor de foto, designer, tem gestores de cada frente: texto, foto, vídeo. E tem as pessoas que acompanham esses gestores, tem os colaboradores. Então, aqui no DF, por exemplo, a gente tem uma rede de colaboradores e quem acompanha bastante eles agora é mais o Clayton. Eu e Oliver também acompanhamos bastante. É que a gente tá voltando do processo de eleições e esse tempo que a gente ficou fora, Clayton ficou diretamente com os colaboradores aqui, mas em geral sou eu e Oliver. Então, se o colaborador tá tentando alguma proposta que não tá dando muito certo, eu e Oliver somos as pessoas que vamos trocar umas ideias com ele pra explicar que assim não tá legal, vamos pensar juntos como a gente pode fazer isso funcionar. E dentro das frentes tem a mesma coisa. E dentro das casas também, a gente tem os gestores das casas que vão conversando com as pessoas tipo ‘oh, isso aqui não tá funcionando’. Por exemplo: aqui em Brasília, com as crianças, tem eu e a Lou que somos as mães, mas tem a Lenissa que é a gestora da casa, e uma das pessoas que mais acompanha as crianças, então geralmente a gente debate bastante entre nós, principalmente as coisas que tão rolando e não tão rolando, e vai expondo pra casa, e as pessoas também vão trazendo colaborações, O Oliver fala, ‘ó, isso aqui que a Yume fez, não acho legal, acho que assim assim podia ser mais legal, quê que vocês acham?’. Aí todo mundo traz leituras, acho que não é legal, acho que não tem problema, mas a gente podia fazer assim, e a gente em conjunto elabora aquilo e encaminha como a gente pode fazer e outros problemas. Como a gente tá junto o tempo todo, tem as pessoas com quem você tem mais vínculo, alguns tipos de problema que podem ser coisas que pesem no processo, mas você traz e leva pra outras pessoas, não necessariamente pro seu gestor. Sei lá, alguém tá com a mãe doente e isso é uma coisa que tá fazendo você ficar triste, remoendo, meio mal, e isso tá impactando de alguma maneira em outra coisa, você não precisa necessariamente fazer uma reunião com a casa pra abrir sobre aquilo. Você troca uma ideia com uma pessoa específica, que pode ser uma desabafada e resolve. Ou uma troca de ideia, ‘eu preciso ir passar uns dias lá’ e resolve. E aí você tem os canais com quem você conversa e negocia algumas coisas pra ir escoando e isso não virar um peso.

O que você acha que uma pessoa encontra na *Mídia NINJA*, para trabalhar, que não encontra em outro local ou ambiente de comunicação?

Acho que essa liberdade que a gente tem, de você poder trazer muita coisa, propor muita coisa, porque se você traz um projeto e consegue estimular as pessoas, a chance dele ter uma força e ganhar um grande investimento, não necessariamente de grana, mas humano, muita gente querendo entrar nele e fazer ele virar, é muito grande. A liberdade que a gente tem de pautar coisas e criar projeto, emplacar coisas dentro do *NINJA* é muito grande. Essa possibilidade também da criação de vínculos. Eu acho que a gente vai além de relações de trabalho, a gente acaba criando relações de vida. Tem pessoas dentro do processo que já tiveram relações afetivas, que não tão mais no mesmo ambiente, e você já criou uma relação com ela que é pautada em outra coisa. E as relações que a gente cria são muito baseadas na confiança, tem uma proximidade maior uma com a outra, a gente tem um nível de entrega um com outro, de saber que você pode fazer qualquer coisa que tem sempre alguém na base por você, que não vão te deixar na mão, assim como você não vai deixar o outro na mão, você vai levar seus filhos pra dentro, e acho que outros locais não tem. Mesmo quando você não mora na casa coletiva, que isso obviamente

umenta e acelera muito esse processo, mas a relação que a gente tem como nossos colaboradores ou parceiros é muito de proximidade, essas pessoas que frequentam muito as nossas casas, que tão sempre nos nossos ambientes, elas também tem essa relação de vínculo forte com a gente, mesmo que não dividam grana e a casa com a gente, a gente tem uma relação de parceria com as pessoas próximas que é um pouco diferente do que você tem com as suas fontes. Por exemplo, o MTST é uma fonte, porque a gente cobre bastante coisa deles, conversa bastante com eles. Eles são parceiros, a gente estabeleceu um nível de parceria, e um vínculo com eles que não é o mesmo que a Globo tem, e eles também são fonte pra Globo. Acho que isso é legal também, essa proximidade que a gente tem com as coisas faz com que gente vivencie aquilo com uma intensidade que outros locais não têm.

É isso que você mais gosta na *Mídia NINJA*, essa possibilidade de vivência com intensidade?

Acho que é isso, porque você consegue tá muito perto das coisas que você gosta e do que você quer falar. Parece meio besta, mas como eu sempre quis trabalhar com jornalismo cultural, eu tinha ainda uma relação distante de artistas e afins que eram as pessoas que eu desejava cobrir e acompanhar e hoje em dia eu tenho uma relação muito mais próxima de alguns dos quais eu sou fã, porque são parceiros nossos. E você poder vivenciar essas coisas com essa intensidade e desmistificar algumas coisas também é uma das coisas que mais me atraem. É saber que eu posso falar com o Caetano, com o grande cara que ele é, e tá no mesmo ambiente que ele, sem precisar ter uma diferenciação entre a gente, tá próxima das pessoas, das coisas que a gente fala, tá dentro, vivenciar isso com mais proximidade pra poder falar sobre essas coisas.

Que futuro você imagina pra *Mídia NINJA*?

Humm... não sei ainda, não consigo pensar, acho que tem muito pra desenvolver, acho que a gente tem caminhos pra tomar, de continuar sendo uma grande mídia alternativa, que vai pautar muitas coisas. Mas acho que a gente tem grandes possibilidades de fazer reportagens muito grandes, que a gente ainda não faz, por exemplo. A gente não tem ainda uma demanda grande disso, não teve um grande estímulo de ir atrás dessas coisas, a gente não parou pra fazer tipo uma série de reportagens numa aldeia em Santarém, de passar uma semana lá fazendo. A gente já fez várias coisas parecidas, já teve vários estímulos, teve uma época que a gente investia muito nos colunistas, nos vídeos de coluna, a gente deu uma esfriada nisso. Eu acho que em certo momento a gente vai começar a se desmembrar em linguagens e conseguir avançar mais nessas linguagens, conseguir ter uma grande editoria de fotos, que pode vir a pautar galerias, uma grande produção de vídeos e conseguir chegar no nosso documentário, aumentar nosso time de redação e começar a produzir grandes reportagens, acho que é por aí, ir avançando nas frentes que a gente já tem.

Isso sobre a *Mídia NINJA*. E sobre você, como você se vê, o que você pensa em estar fazendo daqui há um tempo?

Isso é uma parada que eu não tenho a menor ideia na verdade, porque como eu já passei por diversas áreas ali dentro e a gente é muito dinâmico eu não tenho muita certeza. Eu sempre gostei muito da redação, em particular tenho bastante estímulo com essas grandes reportagens, ainda não consegui apresentar um projeto que emplacasse, mas talvez seja isso, gosto bastante de reportagens, piro bastante nisso, não consegui encontrar ainda qual seria ela e qual seria o projeto de fazer isso, mas eu sempre me vi na redação e por mais

que eu tenha enveredado um pouco pela fotografia eu acho que a redação ainda é o que eu mais gosto de fazer.

Vocês fazem o projeto e procuram financiamento pra realizar o projeto?

É. A gente tem duas formas: projetos já prontos, que a gente busca financiamento, por exemplo, Grito Rock, que é uma rede de festivais que tá meio pronta e dá pra apresentar projetos; e outros que a gente cria específico e pede financiamento, por exemplo Rede de Mulheres Ninja: gente fez um projeto de fazer oficinas para mulheres, fazer cartilhas e ajudar a empoderar mulheres na comunicação. A gente inscreveu esse projeto num edital específico, captou recursos e essa grana tá sendo usada pra fazer isso. Aí tem o Catarse, que é o sistema de doação, que as pessoas entram e dão contribuição de quanto querem, e a gente redistribui entre as casas, pra ir quitando as contas, dando estrutura pra *Mídia NINJA*, mas em geral nossos financiamentos são dessas duas maneiras.

O caixa é específico de uma casa ou uma casa pode socorrer outra?

É um caixa geral das casas. Eles são divididos por contas, porque a *Mídia NINJA* não é uma organização formal, não existe um CNPJ da *Mídia NINJA*, não é uma empresa formal, e ela não tem uma conta no banco. A gente tem contas das pessoas que fazem parte e a gente tem assim: como já eram coletivos que foram se juntando e formaram uma rede, alguns desses coletivos já eram formalizados, então o Massa Coletiva, de São Carlos, já tinha uma associação; o Cubo, de Cuiabá já tinha; e aí, quando a gente se junta tudo numa casa, a gente tem essas associação pra trabalhar. E a gente é MEI (microempreendedor individual) também. Outras pessoas tem suas microempresas, porque ou já faziam frellas e trouxeram também seus CNPJs pro jogo, e a gente tem as contas pessoais e dessas associação que a gente usa pros financiamentos e pra inscrever projetos. Essas coisas mais burocráticas, a gente usa esses que a gente já tem. E como essas pessoas moram nas casas, se a gente inscrever um projeto no meu nome e esse recurso entrar na minha conta, ele vai ser destinado pra pagar as alíneas que a gente inscreveu. Se não tem alínea de aluguel da sede, a gente usa pra pagar aluguel de outra casa com aquele dinheiro. Aí como eu tô em Brasília, a gente vai priorizar Brasília, mas se a casa de Minas tiver mais necessidade de usar recurso naquele momento e a gente conseguir fazer isso, a gente pode então pagar aluguel de lá, porque lá tá precisando mais que aqui. E esse Catarse da *Mídia NINJA* é o que custeia todas as casas em conjunto, porque ele é *Mídia NINJA*, ele tem mais flexibilidade pra usar, porque é doação, e geralmente a gente tem um grupo onde todas as casas sistematizam suas contas e vão trazendo, e a gente vai pagando as contas de acordo com o que a gente tem de recurso em caixa.

Em relação a público, o que você acha que o público sente ou pensa em relação a saber que você faz parte da *Mídia NINJA*?

Algumas pessoas até têm um pouco de vontade de saber quem são as pessoas, mas eu não sei se desperta muito uma curiosidade nas pessoas. Eu acho que as pessoas gostam mais da figura de *Mídia NINJA* mesmo do que de saber quem tá por trás. Quando a gente responde os e-mails ou fala com as pessoas, elas raramente perguntam quem é, quem tá falando. Pra elas, eu sinto que estão contempladas achando que estão falando com a *Mídia NINJA* sem necessariamente saber quem é a pessoa que tá por trás. Quando a gente vai participar de debates, coisas assim, as pessoas até falam que legal! Às vezes, nos perfis pessoais, quando postam uma foto no *NINJA*, essa aqui é a equipe de redação, como a gente já fez algumas vezes, as vezes as pessoas comentam, mas elas não têm uma curiosidade muito grande em saber quem são as pessoas por trás do *NINJA*.

Você deseja acrescentar algo que eu não tenha perguntado.

Acho que a *NINJA*, com o tempo, para além de um veículo de comunicação foi se tornando um pouco movimento. Nas coisas que a gente avançou de quando era um movimento cultural e uma rede de coletivos de cultura para ser um movimento que pauta comportamento, eu acho. Eu acho que a gente conseguiu, enquanto mídia, levar muita coisa pra ser debatida que não era colocada em outros lugares e isso também consegue pautar um pouco de comportamento das pessoas. Quando a gente... o lance das fake news, por exemplo, que a gente começou a ser muito cobrado, as pessoas perguntando mais de fontes, ou quando a gente começa a fazer ao vivo e pauta outras pessoas pra fazerem ao vivo também, eu acho que a gente conseguiu de alguma maneira ir se tornando também um movimento, dentro da comunicação, que pauta a liberdade de você se posicionar, que pauta o comportamento, que pauta essa linha editorial do ao vivo, do tempo real, eu acho que a gente conseguiu trazer isso mais pro debate do que outras mídias.

Essa coisa da vida coletiva, pra vocês, é algo além de conseguir financiar os recursos?

Sim, isso é muito forte pra todo mundo. você sai da lógica em que você foi criada, a maioria das pessoas da Mídia NINJA, por mais que não tenha terminado a universidade talvez, mas muitos vieram de cursos de Comunicação, da Universidade, muitos se juntaram na universidade, então todo mundo entrou na Universidade na lógica de que ia trabalhar com o que gostava, todos criados pra serem felizes, adultos bem resolvidos, entraram numa lógica de que iam fazer um curso pra trabalhar no que gostavam, não necessariamente todo mundo queria ser rico, mas queria ter uma vida ali minimamente ok, e quando cai, se joga na vida coletiva tem um monte de mudanças aí e tem que desconstruir a si mesmo, mas tem que desconstruir a família também, de como muda essa relação de que você ia ser o cara que ia trabalhar e morar sozinho e tal, pra ser o que vai morar em coletivo, como você não vai construir família, casar e ter filhos? E vai casar e ter filhos dentro de uma casa com mais 15 pessoas? E você vai criar seus filhos ali e vai deixar seu filho morar em outra cidade enquanto você mora em uma, você vai pra Argentina trabalhar num encontro e seu filho vai ficar no brasil, você vai ver ele dentro de 20 dias só, então são várias desconstruções para além da gente, né, como você lida com aquilo, mas também para poder levar aquilo pra família, pros amigos, pra sua rede também de afetos. A gente entra aqui, tem as pessoas que são colaboradoras que vão até um limite ali de não entrar tanto nessa parte da vida coletiva, mas esse se jogar na vida coletiva é uma mudança de paradigma realmente muito grande.

Entrevista realizada em Brasília, dia 15 de novembro de 2018.

Lenissa Lenza Campos

39 anos. Graduada em Comunicação Social/Publicidade e Propaganda pela UFMT (Universidade Federal do Mato Grosso).

É de Rio Verde, Goiás.

É ninja fixa, residindo em casa coletiva.

Como você conheceu ou começou a participar da *Mídia NINJA*?

Eu tava lá desde o início. Eu tinha 20 anos quando conheci o Pablo. Pablo também estudava na faculdade, mas em outra (Pablo Capilé estudou na UNIC - Universidade de Cuiabá, instituição privada. Começou Direito, Marketing e Publicidade, mas não concluiu), e a gente se conheceu pelo movimento estudantil, começamos a atuar em conjunto e daí brotou a ideia de criar um coletivo, criar uma coisa pra gente, era nós dois e mais três amigos. E ali começa toda a história e assim a gente funda o Fora do Eixo, no final de 2005, a gente conta mais data de 2006, e a *Mídia NINJA*, em 2013. Daí já tinham surgido vários projetos, da nossa conexão em rede. Então eu conheci todo mundo dessa forma. Como eu tava desde o começo, conheci o Pablo primeiro e as outras pessoas foram se agregando depois, eu acabei conhecendo todo mundo nesse percurso mesmo.

Por que você resolveu co-criar o Espaço Cubo e Fora do Eixo?

Eu tinha 20 anos e toda a vontade do mundo de fazer um milhão de coisas, de experimentar uma cidade nova, conhecendo um monte de gente nova. Então eu era só vontade e estímulo e enfim, a gente ficou muito próximo, a gente tinha uma amizade e afinidade muito grande, e montar uma coisa em conjunto pra ter nossa própria autonomia me parecia a melhor coisa do mundo. Então eu fui muito estimulada por tudo de novo que eu tava vivendo e queria seguir com isso, ter autonomia mesmo, pra desenvolver as coisas que a gente acredita. Então por um ideal mesmo, acho que todos nós entramos por um ideal.

Você mora em casa coletiva? Desde quando?

Eu sempre morei em casa coletiva, desde que a gente montou o Espaço Cubo, em Cuiabá, era uma casa coletiva também. O Cubo foi o embrião de muitas tecnologias que a gente desenvolveu a partir do Fora do Eixo e da *Mídia NINJA*. É tudo simbiótico, uma coisa tem muita relação com a outra. Então desde esses meus 21, 22 anos, eu moro em Casa Coletiva, primeiro em Cuiabá, depois em São Paulo, depois no Rio, depois em Brasília, enfim, nessas circulações constantes que a gente faz entre casas também.

Pra você, qual o papel das casas coletivas?

As casas coletivas talvez seja a principal tecnologia que a gente tenha criado. Ela foi a primeira (tecnologia), porque quando a gente começa o Cubo, começa montando uma casa, a gente pactua que vai morar e se dedicar exclusivamente aquilo, então ela já começa dali e veio se mostrando nossa principal nossa tecnologia, da nossa comunidade, da nossa família, do nosso trabalho, de tudo. Então as casas coletivas são o polo propulsor de tudo o que a gente cria, de tudo o que a gente desenvolve, enfim, de todos os resultados e mais do que os resultados, o processo. Eu acho que essa é a grande questão da casa coletiva,

ela valoriza muito o processo e ela é de continuidade, ela é contínua, não é aquela coisa que para, acabou um produto, acabou a casa, desmancha e vai cada um pra sua casa. Não. Ela fez com que a gente constituísse uma comunidade mesmo, que não é só família, não é só trabalho e não é só lazer, e não é só formação, é tudo isso em conjunto. Então é uma experiência muito rica, muito rica. Eu acho que é uma transformação, de fato, cultural, de comportamento, porque a gente vê muitas pessoas que querem mudar o mundo e têm ideal também, enfim, a gente tem muita opinião sobre as coisas, a gente sabe muito como é o certo, o que é o certo a se fazer, e como se fazer, em determinadas situações que muitas vezes não é a gente que tá vivendo, as vezes a gente constrói muito esse academicismo, essa coisa teórica, e na prática a gente acaba reproduzindo uma série de coisas, de clichês até, do sistema, e que a gente nem percebe, e principalmente ligado ao modo de sustentabilidade, ao trabalhar das 8 às 6, o lazer de tal hora a tal hora, e a forma de ganhar dinheiro, o trabalhar pra ganhar dinheiro, ter um emprego pra ganhar dinheiro – não é nem o trabalhar, é ter um emprego pra ganhar dinheiro, e a gente acaba reproduzindo uma lógica, porque a gente tem que sobreviver – enfim, óbvio – não conseguindo escapar disso, não conseguindo transformar profundamente essas relações estruturantes que tem tudo a ver com todo o resto. Então as casas coletivas propiciaram desamarra essa amarra. Então a gente consegue sobreviver, se formar, trabalhar, ter lazer, tudo isso junto e em conjunto, e lidando com todos os sentimentos e perfis de cada pessoa, com suas angústias, seus medos, com seus estímulos, com a troca muito grande que é tá convivendo com várias pessoas, então a casa coletiva faz com que a gente consiga transformar uma parte muito considerável do que é esse sistema, e ajuda a gente demais a se livrar de muito gesso pra conseguir ter mais velocidade naquilo que a gente acredita, né, é aquilo de não perder tempo cumprindo tabela em coisas que a gente não acredita e conseguindo ter o máximo do nosso tempo disponível pras coisas que de fato a gente acredita, que vão fazer a diferença e vão ser relevantes. Então, eu acho que isso é muito legal e a combinação das casas coletivas com o caixa coletivo é que dá essa explosão bacana, essa explosão de criatividade, de mudança de comportamento, de quebra de pequenos paradigmas, de rupturas, que são cruciais pra gente se desacorrentar, porque o caixa coletivo é justamente você fazer essa gestão compartilhada de tudo, então você compartilha recursos que entram, compartilha bens materiais, o que você tem, e se você não tem recursos materiais, você tem recursos intangíveis, humano, tecnológico, de conhecimento. Enfim, todo mundo tem recurso pra ser dividido, então é criar esse mecanismo de gestão compartilhada em todos os níveis. E o barato do caixa coletivo é que ele quebra com essa lógica também de que tudo é dinheiro, dinheiro vem em primeiro lugar e cada um tende a ser muito protecionista com o seu dinheiro, com os seus bens materiais, a gente vê um monte de brigas e discussões que já rolaram por causa de coisas mesquinhas, acaba sendo muito cultural isso, porque obviamente, a gente foi educado pra ser capitalista, competitivo e ter mais dinheiro que o outro, né? E o caixa coletivo não, ele se propõe ao exercício do oposto. Dinheiro serve pra manter a gente fazendo todas essas coisas que a gente acredita, a ser livre, a se construir, a se renovar, então quanto mais a gente dividir e compartilhar e decidir junto o que fazer com ele, óbvio que é melhor pra todos nós. Então a combinação da casa coletiva com o caixa coletivo, eu acho que é muito essencial pro nosso processo.

O que você sente ou experimenta ao participar da *Mídia NINJA*?

A *Mídia NINJA* é mais um dos filhos que esse processo todo teve, então meu sentimento é muito bom, como todas as outras coisas que a gente criou ao longo dessa trajetória. O Espaço Cubo começou em 2002, a *Mídia NINJA* veio só em 2013, então muita coisa aconteceu pra chegar nela, então a sensação é de uma vitória absoluta... Não absoluta

porque não tem nada absoluto e a gente ainda tem muita coisa pra ser feita. Mas ela conseguiu um alcance, uma projeção, dar uma dimensão de todo esse processo que a gente vem construindo, que é muito bacana, que foi muito trabalhado pra ser dessa forma, então é uma sensação mais do que de dever cumprido, de uma transformação que eu acredito ser muito potente pra muita gente, numa escala grande, pra além de nós, então o sentimento é muito bom.

Pra você, qual o objetivo da *Mídia NINJA*?

Acho que a *Mídia NINJA* é um portal, primeiro desse processo todo que construiu ela, que chegou até ela, da comunidade do Fora do Eixo, que já vem lá desde o primeiro coletivo, da rede do Espaço Cubo, enfim há quase 20 anos que a gente vem trabalhando uma nova forma de vida, e a *Mídia NINJA* é uma delas, que se potencializou muito, porque é de comunicação, é de narrativa, é tecnológica, então é mais rápida pra ser viralizada, pra ser apropriada, então ela é esse portal de narrativas que a gente vem construindo pra trazer esse novo mundo, pra ajudar a trazer esse novo mundo. Ela é muito importante nesse papel, falando em nível de Brasil. Mas ela é mais do que isso, porque ela é esse processo de transformação todo de hábito, cotidiano e de comportamento dessa comunidade que vem desenvolvendo não só ela, mas uma série de outros projetos importantes e significados pra essa mudança de mundo.

Você trabalhou em algum meio de comunicação empresarial?

Nunca trabalhei num veículo de comunicação convencional, nada, no máximo, na época da faculdade, visitava pra trabalho e pesquisa mesmo.

Seu trabalho e vida hoje são muitos diferentes do trabalho e vida de quem trabalha em mídia empresarial?

Trabalhar na *Mídia NINJA* ou na comunidade Fora Do Eixo, eu, que vim criando isso, é completamente diferente, é construir um mundo paralelo, uma comunidade própria, uma forma própria de viver. A gente construiu isso, com certeza, os nossos horários não são mesmos da vida convencional, a nossa convivência coletiva, como pessoas que não necessariamente nasceram na sua família ou são seus primos ou alguém que você conhece há muito tempo, então a gente veio construindo a partir do zero novas relações e a gente tá sempre construindo novas relações, quem vai se adentrando e chegando a entrar nas casas coletivas são pessoas muito diversas, que vem de lugares diferentes, com pensamentos e cultura e educação diferentes, então tudo isso faz ser muito diferente do que é a vida convencional. Gerir os seus recursos coletivamente e isso ser cotidiano, ser uma forma de viver que já vem durando há quase vinte anos, realmente não é a mesma coisa do que o convencional, né? É tudo muito diferente.

Que recompensas ou vantagem você experimenta participando da *Mídia NINJA*?

Em termos de recompensas são várias. No pessoal, o que eu poderia dizer de ter essa vida diferente é que eu tenho meu tempo mais meu, eu sou dona do meu tempo, é claro que isso tudo é pactuado com todo mundo que tá convivendo o tempo inteiro, mas isso é orgânico, não é algo feito tipo uma assembleia, ah vamos decidir tudo em assembleia, não, é muito orgânico, você vai pactuando numa corrente e aquilo ali vai ganhando força e você vai fazendo, e como tá todo mundo pelo mesmo ideal é muito difícil ter um milhão de questionamentos só por ego, só por ah, eu sou melhor que você, não, as pessoas já tão mais prontas e formadas pra fazer, elas já chegaram até ali por causa desse espírito, porque se confrontaram com a realidade convencional e não querem ter aquilo ali. Então é uma oportunidade de você ter as coisas diferentes e essas recompensas, elas veem desde você

ter o seu tempo muito mais livre pra pensar e discutir sobre qualquer coisa, pra propor coisas e transformando as micro realidades e agregando cada vez mais gente nessa transformação, estimulando cada vez mais gente, é uma super recompensa. Então tudo o que a gente faz vai nessa direção do colaborativo, então agrega mais gente, e beneficia mais gente, tá sempre ali buscando uma coisa pró, é movido pela pró-atividade, não pra ficar puxando a corda um do outro. Então são recompensas em todos os níveis, você se ver com amizades mais sinceras, se ver com pessoas mais prontas pra te ajudar quando você precisa, que nem sempre você tem na sua família convencional, então você se vê com muita gente mais compromissada e prontas a te darem coisas melhores. Então as recompensas são em muitos níveis. A expertise que a gente ganha demais, a gente aprende a fazer um monte de coisas. Nossa! Eu entrei na faculdade, em tese eu estava fazendo faculdade de Comunicação e um monte de coisas que eu aprendi com essa comunidade não tá escrito, coisas que eu nem imaginava que eu ia fazer, de estudar coisas de economia até, enfim, Direito, você vai se desenvolvendo por vários lados que jamais se desenvolveria na caixinha da faculdade de um curso ou na caixinha de um trabalho específico com hora certa pra fazer e se limitar aquilo ali. Enfim, é recompensa de vida. Muito bom!

Você considera a possibilidade de trabalhar com mídia empresarial?

Olha, nunca pensei em trabalhar em coisas convencionais. Desde que eu era adolescente que eu tentava avaliar empregos e o que eu gostaria mais de fazer, via amigas que trabalhavam em locadoras e eu sempre fui cinéfila e achava que poderia ser muito legal e eu ia ver o cotidiano daquilo, o desgaste dela por causa daquilo e todas as críticas que tinha com aquilo e eu já pensava ‘meu Deus, essa coisa se ser empregado é foda’. Então eu já tinha aspirações, eu queria ser dona do meu tempo, fazer coisas em que eu não precisasse necessariamente ser empregada, ter um patrão, seguir uma ordem etc. Mas lógico, isso é sonho, porque uma classe média do interior do Brasil, de Goiás, não é muito fácil você ter coisas melhores sem ser empregado, seus pais são empregados, enfim... é um sonho pra aquele contexto. Mas um sonho que era muito nova e ainda podia sonhar, então enquanto eu podia sonhar eu me dediquei a, e dentro da faculdade, com essa oportunidade de montar um grupo cultural, que a gente tava ali na mesma pegada cultural e cinema e música e etc. Me pareceu a melhor oportunidade que eu teria, ainda na faculdade, eu ia super bem nos estudos, não tinha problema nenhum com prova, com nada, eu fiz iniciação científica, fiz bolsa de extensão, participei da faculdade em vários níveis, então pra mim era a melhor coisas que eu poderia fazer. E ainda bem que deu certo, então eu acabei nunca precisando ser uma empregada dessa maneira convencional e óbvio que tive o privilégio de poder sair de casa para estudar. Então já vem com esse privilégio de classe média e acho que aproveitei bem essa oportunidade, esse privilégio, pra não precisar seguir esse caminho convencional e todas as vezes que eu pensei em seguir esse caminho convencional, sempre cheguei à conclusão que onde eu tava era muito melhor.

Que futuro você imagina pra *Mídia NINJA*?

O futuro é aqui, é construir o presente. Eu penso muito o futuro pelo presente. Na verdade, eu sei que tudo o que a gente conseguir fazer hoje, desenvolver hoje, melhorar hoje, vai ser um futuro melhor. Então a gente procura pensar muito dessa maneira. De certa forma, a gente tá o tempo todo trabalhando em projetos nossos, tendo ideias novas de como fazer aquilo crescer, render, e melhorar, e não só com a *Mídia NINJA*, mas com todos os afluentes que tem dessa floresta, desse rio Fora do Eixo. Então o presente é muito animador nesse sentido, porque a gente tá disponível e cada vez mais tá tendo mais ideia

pra ir melhorando todos esses projetos e lançando coisas novas e acho que o futuro parte muito disso daqui: quanto mais a gente tiver um presente bom, o futuro será melhor.

Entrevista realizada Piauí/Brasília, dia 23 de julho de 2019.

Marielle Ramires Pinto

39 anos. Formada em Jornalismo pela UFMT (Universidade Federal de Mato Grosso).

É de Cuiabá, Mato Grosso.

É nija fixa, vivendo em casa coletiva.

Comece contando como foi o seu ingresso no Fora do Eixo e na *Mídia NINJA*?

Eu fazia faculdade de Comunicação na UFMT e a gente tinha um grupo de pessoas que eram ligadas ao centro acadêmico de comunicação e era um grupo político, de pessoas que estavam juntas, e ali a gente começou um encontro com estudantes de outras faculdades de comunicação também, lá em Cuiabá, com universidades particulares de comunicação, e lá a gente conheceu o Pablo Capilé. O Pablo, junto com um grupo de pessoas, tinha feito um festival, em 2001, chamado Festival Calango. Era o primeiro festival Calango que a gente realizava naquele período. Eu participei como público. Era um grupo grande, vários grupos, meu namorado fazia parte do centro acadêmico. Eu tinha uma amiga que ajudou a fundar o primeiro coletivo, que é a Lenissa Lenza, enfim, a gente tinha um grupo, muitos amigos, e todo mundo compartilhava aquele espaço juntos. Quando o Pablo se aproxima, eles tinham feito o Festival Calango 2001, que era um festival de músicas autorais de Cuiabá, de Mato Grosso, de rock - principalmente, e eles chamaram um cara de uma grande gravadora pra conhecer o trabalho, e ele falou 'legal, mas vocês precisam desenvolver uma cena pra conseguir criar um processo permanente de formação e aperfeiçoamento desses trabalhos, se não vai ficar uma coisa isolada'. Nesse processo, o Pablo é um articulador de rede desde sempre, um cara que é muito articulador mesmo de pessoas, e ele começa esse trabalho de provocar, articular, promover esse processo de aproximação com as universidades e se aproxima do centro acadêmico e começa ali um processo de trabalho, de juntar esses centros acadêmicos, um processo longo que envolveu realização de encontro regional de comunicação, idas pra encontros nacionais. E começa ali um processo muito forte, nesses encontros, e nisso tem uma aproximação forte do Pablo com a Lenissa e também com outras pessoas que vieram quando a gente veio a fundar o primeiro coletivo de cultura nosso, naquela configuração, que entendia que o movimento estudantil não iria atender as expectativas que estavam sendo criadas, que eram muito mais no campo da cultura do que do movimento estudantil. E eles fundam primeiro a produtora de áudio e vídeo, em 2002, e depois essa produtora, com os encontros, com outros movimentos, ela se torna um coletivo, e eles começam um processo de articulação de redes também, para pensar o fomento da cultura independente no estado de Mato Grosso. Eu tava terminando minha faculdade na época, tinha um companheiro e mais dois amigos, a gente, um ano depois, funda um coletivo de comunicação chamado Empório da Notícia. Ali a ideia era trabalhar também a cena de cultura, divulgar. A gente começa com um site, a princípio. Meu TCC, inclusive, foi sobre Jornalismo online, foi um ensaio que eu fiz. A gente abre com umas amigas um site e começa a trabalhar nessa perspectiva de cobrir e, em Cuiabá, tinha um cenário muito crescente na época. Tinha o Espaço Cubo, que era um coletivo muito forte, que tava agitando a cena cultural da cidade, começaram a realizar um calendário muito forte de atividades, com vários outros movimentos, então eram eventos todo fim de semana. Sábado a gente tinha as bandas profissionais; na sexta eram bandas que começavam um trabalho; no domingo eram bandas de garagem. Então, tinha um cenário muito forte ali. E começaram a frequentar os fóruns de cultura da cidade, a pensar políticas públicas, era uma ação que envolvia várias frentes de trabalho, desde o dialogo através dos fóruns de cultura com o poder público, pensando no aperfeiçoamento dessas políticas públicas para

a cidade, e ao mesmo tempo pensando frentes mercadológicas também para fomentar uma cena autoral de música, principalmente, mas também tinha audiovisual, mas a música vem de uma maneira muito forte. E aí se fazia festivais e tinha um processo muito forte ali de fazer o segundo Calango. O segundo Calango foi feito em 2003, o primeiro foi em 2001. E eles chamam a gente pra assumir a assessoria de comunicação do festival. Formalmente a gente começa a trabalhar em 2003, quando a gente assume a assessoria de imprensa do festival Calango, e também o Cubo começa a pensar em desenvolvimento da cena local, e começa a abrir várias frentes de trabalho, estúdios de gravação, e a gente assume ali o trabalho de assessoria de comunicação e começa a desenvolver, no Espaço Cubo, um trabalho de assessoria, abrindo blogs, fazendo newsletters, um diálogo forte com a imprensa, e começa a fazer a divulgação desse trabalho. O festival Calango, em 2003, já teve uma articulação regional do Centro-Oeste, a gente convidou bandas do Centro-Oeste, produtores, jornalistas, e em Goiânia, especialmente, tinha uma cena da música independente que era muito referencial, tinham festivais consolidados, inclusive no Brasil já tinham festivais consolidados. Tinha o Abril pro Rock, que tinham lançado Nação Zumbi, em Pernambuco, então tinham festivais que tinham lançado grandes nomes e eram festivais de referência e trabalhavam com música independente. Então a gente faz o festival nesse circuito. Vale dizer que naquele momento - a gente tá falando do começo dos anos dois mil-, a internet tava despontando com força para um público maior no Brasil e a gente tinha o fenômeno do Napster, quando chega a possibilidade de você poder baixar música. As pessoas começam a baixar música e isso muda muito a configuração do mercado da música brasileira, na verdade mundial. Então ali você tem a possibilidade de gravar seus trabalhos a custos muito menores e a possibilidade de distribuir também. Então isso mudou muito a configuração do mercado, o show passou a ser um instrumento de visibilização e principalmente de sustentabilidade, e ganha muita importância. Já não era mais o disco de diamante, de ouro, com aquelas tiragens de milhões que vendiam, os números já tinham se reduzido muito e ali tinha um impacto muito forte do ponto de vista de mercado mesmo. Então era um momento muito propício praquilo que a gente tava fazendo, de divulgar, de fazer. Eu conto isso porque essa parte de toda a construção de nossa tecnologia se deu muito nesse cenário, como a gente passou a desenvolver os trabalhos e isso começa muito no campo da cultura. Sem esse processo não teria a *Mídia NINJA*. Então ali, em 2003 a gente faz esse trabalho de comunicação. Em 2004 eu me afasto, em 2005 a gente de novo volta a fazer o trabalho de assessoria de comunicação no Calango. Em 2005 já foi um Calango muito grande, o primeiro festival em Cuiabá que tinha referência nacional, tava inserido num circuito nacional de festivais e ali começa a discussão de duas grandes frentes importantes praquilo que a gente veio a fazer a partir dali. A primeira era uma Associação Brasileira de Festivais Independentes, que pensava a articulação de um cenário de festivais – porque os festivais, a gente entendia que eram as grandes vitrines, os grandes centros de mídia independente que tinham a capacidade de visibilizar toda essa produção que estava sendo realizada no Brasil profundo e ganhar inclusive visibilidade nas grandes cidades, conseguir projetar esses artistas que estavam produzindo trabalhos incríveis naquele momento e que não tinham espaço nos grandes centros e, principalmente, nos grandes veículos de comunicação. Então a gente começa ali a fazer uma articulação de um circuito de festivais e ao mesmo tempo a gente lança o circuito Fora do Eixo. A gente começa a conversar em 2005 sobre isso. A partir daí teve vários encontros importantes. Em 2001 foi o primeiro Calango, de 2001 a 2005 foi uma articulação que passa pela articulação da cena local, articulação de um circuito regional e culmina numa articulação de circuito nacional, e começa a lançar as bases desses dois movimentos que falei. Ali, no começo de 2006, eu estava junto ainda como Empório da Notícia. A gente lança, com outros coletivos, eram produtores de Uberlândia, Talles

Lopes, inclusive tá aqui também, a gente fazia festivais lá, tinham coletivos, festivais que eles realizavam, de Rio Branco, no Acre, na época o Daniel Zen era o principal articulador, tinha um coletivo lá chamado coletivo Catar, que nem faziam festivais antes. Tem esse encontro dessa cena de Cuiabá, de Uberlândia, de Rio Branco e de Londrina. E ali, no começo de 2006, a gente faz um grande festival em Cuiabá, chamado Grito Rock, que era realizado desde 2003 em Cuiabá, a gente ainda hoje realiza, a gente faz em várias cidades em rede, no período do carnaval, e ali a gente funda o Circuito Fora do Eixo, que era uma rede que tinha como princípios a articulação dos circuitos culturais de música independente, mas que pensava a partir de três pilares: o primeiro era a articulação de pessoas – eu tô falando de artistas, produtores e jornalistas-, o segundo a distribuição de produtos culturais e a comunicação desse processo através daquilo que a gente chamava produção de conteúdo. Então a comunicação sempre foi parte essencial desse processo. Éramos comunicadores – grande parte de nós, e a gente sempre entendeu a comunicação como uma frente estruturante. Então tinha essa frente de comunicação que pensava no processo de divulgação. Ali a gente começa com a frente de comunicação do Fora do Eixo. Em 2006 eu começo a circular, a convite do Pablo e da Lenissa, e eu entro pro Caixa Coletivo e Espaço Cubo e começa uma nova etapa do processo. Eu entro na frente de comunicação pra coordenar a frente de comunicação do espaço Cubo. A gente viu, desde o blog, que era um espaço importante na cidade, porque a gente tava contando as histórias daquilo que a gente tava fazendo, e a cidade se alimentando daquilo, então era um espaço de interação muito grande, um fórum de debate permanente daquilo que a gente tava fazendo. Ao mesmo tempo a gente começou a fazer webrádios, webtvs, o audiovisual muito forte também, a gente começa a fazer semanas de audiovisual. O Espaço Cubo por si só já é uma história, muitos festivais, muitas atividades pra fomentar desde um trabalho de base, começa a lançar artistas de renome nacional. Em Cuiabá tinha o Vanguard e o Macaco Bongue, que eram duas grandes referencias. Em 2008, o Macaco Bongue tinha sido CD do ano pela revista *Rolling Stones*, que é a revista mais importante de música que a gente tem. Um ano antes tinha sido Caetano e Djavan. Foi bem simbólico, com um disco chamado “O artista é igual pedreiro”, e a compreensão era de que o artista não era um ser iluminado, ele trabalhava como qualquer outro trabalhador que na lógica do novo mercado que tava nascendo... a gente brincava muito com a canção, de Geraldo Vandré, Caminhando e Cantando, a gente falava que era caminhando, cantando e carregando caixa, porque tinha muito a filosofia do vamos fazer juntos, vamos superar as dificuldades pra fazer as coisas acontecerem. Então isso sempre pautou muito o trabalho, porque as realidades do Brasil profundo são muito difíceis, em Cuiabá, capital de Mato Grosso, na época a gente tinha o maior produtor de soja do mundo que é nosso governador, então a visão de cultura era muito deficitárias, um cenário muito difícil pra desenvolver, ao mesmo tempo a gente nunca parou de fazer, seguiu trabalhando e entendendo que era necessário seguir superando as dificuldades, inventando soluções, que a gente entendeu que era inventar tecnologias sociais. Em 2004, mais ou menos, a gente lança uma moeda social chamada Cubo Card, ela foi muito importante, porque a gente entende que tinha ali uma série de frentes de trabalhos e tinha várias frentes de mercado, e que por mais que não tivesse circulando real, não tinha uma troca monetária no sentido da moeda corrente, a gente não tava vendendo aqueles serviços, mas tinha uma troca que era marcante nas relações. A banda tocava, queria ter um cachê, ao mesmo tempo ela precisava ensaiar, precisava se divulgar, gravar, e a gente tinha aqueles serviços disponíveis. A gente entendeu que trocando aquilo a gente também tava movimentando uma economia muito poderosa - isso na cena independente a galera sempre entendeu muito como broderagem, meu brodher tá li ajudando a fazer meu evento na broderagem, na parceria e no voluntariado.

Vocês continuam com o Cubo Card?

Ele evoluiu. A gente fala que ele transcendeu, quando a gente saiu de Cuiabá, em 2010. De 2006, quando a gente lança o Fora do Eixo, até 2010, foi um ciclo grande com várias mutações que a gente viveu. Foram bandas circulando, uma articulação internacional também foi se fortalecendo naquele processo, ao mesmo tempo uma série de festivais realizados, muita coisa. Em 2010, numa dessas circulações, porque a gente passou a circular muito articulando redes, a gente começa com quatro coletivos e chega em 2010 com 200 coletivos no Brasil, conectados em rede, que pensavam como a gente ia desenvolver políticas de rede pra conciliar esse processo de circulação, distribuição e produção de conteúdo. Pensar por exemplo, redes de midiativismo. A gente começa a ganhar editais de mídias livres, a fazer transmissões ao vivo de festivais, tinha uma produção estética dentro do campo da comunicação, trabalhando a partir de linguagens diversas, mas principalmente a partir da imagem, que era muito forte já na nossa operação do dia a dia, a gente já tinha uma produção de excelência audiovisual, fotografia, designe, isso sempre esteve presente no nosso trabalho.

E como foi montar a primeira casa coletiva?

Em 2010, começando a circular muito no Brasil, a gente começou a encontrar muitos fora do eixo no eixo, a gente brinca sobre isso. Ali mesmo, durante esse período, a gente começa a entender que não era uma perspectiva geográfica do que se tratava o Fora do Eixo, já que em São Paulo e no Rio a gente tinha bolsões, tem ainda hoje miséria e pobreza. Então existem concentrações dentro do próprio centro. Então a gente começa a entender que é importante disputar esses centros também. Em 2011 a gente se muda pra São Paulo, eram pessoas de vários coletivos que se mudam e a gente abre a primeira casa coletiva como é hoje. Hoje eu tô aqui no Rio e a casa coletiva do Rio funciona com o princípio do caixa coletivo. Quer dizer: ninguém tem salário, todos os recursos que a gente recebe vão para um caixa coletivo e é a partir daí que a gente faz a gestão dos nossos recursos, das contas, das necessidades. E a gente abre a primeira casa coletiva com essa característica, mais estruturante, em 2011, quando começa a experiência em São Paulo. A gente se muda ali pra entre o Cambuci e a Liberdade.

Eram quantas pessoas?

Não sei dizer na ponta da língua. Éramos quase vinte, umas 16 pessoas, eu arrisco dizer. A gente sempre foi muito rotativo também. Quando a gente se muda, se muda mais ou menos com isso. E a gente chega em São Paulo com uma rede muito forte de coletivos conectados, 500 festivais sendo produzidos. A gente chegou muito potente em São Paulo já.

Qual a sua função hoje na *Mídia NINJA*?

Antes de mudar pra São Paulo a gente tinha quatro frentes. A gente entendia que tudo que a gente fazia tinha esses quatro eixos que estavam interligados. A gente tinha uma frente de economia, que se fosse traduzir era o nosso banco, que cuidava desde a moeda social até os caixas coletivos, etc. Tem ainda, né? Tudo o que a gente aprendia era um processo de aprender e ensinar, formação livre muito forte, a gente abriu uma universidade; a *Mídia NINJA* veio da frente de comunicação que era a mídia Fora do Eixo e também tinha uma frente que pensava políticas de redes, articulação política, relação com o poder público – que era o Partido. Ali, em 2011, eu começo a trabalhar muito forte nessa frente de articulação, pensando ali a relação com o Estado, as políticas de rede, projetos, programas etc. Hoje eu tô muito vinculada a essa parte ainda. A gente conta que de 2013 a gente vive

um grande ciclo, que é quando a gente começa a *Mídia NINJA*. A gente começa em 2011 a cobrir a rua. Quando a gente chegou em São Paulo as ruas de São Paulo estavam muito efervescentes, a gente começa a cobrir aquela coisa, as marchas, a gente participa de uma marcha especificamente que é a marcha da maconha, que foi fortemente reprimida. Ali a gente se encontra com os coletivos que faziam movimento de rua e começa a falar que a marcha foi super reprimida, a gente precisa fazer alguma coisa, e a gente pensa em fazer uma marcha, que a gente pensou na época que podia ser pela regulamentação das armas não letais e a gente falou poxa, não cabe num twitte esse nome. A gente já brincava com a nossa estética. E a gente fez a Marcha da Liberdade. A gente organizou essa marcha em parceria com os coletivos. A gente faz a primeira marcha em São Paulo, e depois a gente faz ela em rede, com várias cidades do país, estimulando vários coletivos a fazerem, a puxarem marchas também. E ali a gente começa um diálogo muito forte com os coletivos, que é interessante. Em São Paulo teve aquele processo de efervescência e reencontro com as ruas e ali tem um percurso forte de eventos de rua, desde a galera que ia fazer uma estação em Higienópolis e o pessoal disse, ah a gente não quer gente estranho e fizeram o *churrascão da gente diferenciada*, em protesto. E isso culmina, essa coisa da rua, tem festivais de rua que a gente faz também, que começa a divulgar, e em 2012 tem o Fórum SP, que é um momento muito importante também, que a gente ajudou a construir e fez parte. A gente começa com a campanha *Amor sim, Russomano Não*. Russomano tava em primeiro lugar nas pesquisas. Isso coincidiu com algumas denúncias que tinha vazado na imprensa, em relação ao nome dele, e a gente faz o *Amor sim, Russomano Não*, e ele cai para décimo lugar nas pesquisas e, pro segundo turno, ficam Haddad e Serra. E quando a gente vai pro segundo turno a gente lança o *Existe amor em SP* e faz um grande festival na Praça Roosevelt, e a gente brincava que era a praça rosa, e com Crioulo, Emicida, Gabi Amarantos, uma série de artistas, e faz um grande festival e o Haddad ganha, claro que não é por conta disso, mas teve ali uma canja, uma narrativa que foi contagiante e que ajuda a impulsionar também, de certo modo. E ali, quando ele é eleito, a primeira coisa que Haddad faz é falar no discurso de posse que existe amor em SP, então foi muito simbólico isso. E no começo de 2013 a gente funda a *Mídia NINJA* no Fórum Social Mundial da Tunísia, ali a gente já tava, com Bruno Torturra e uma série de outros jornalistas, conversando sobre a importância de fundar um movimento que desse conta de cobrir aquele momento. A gente abre uma página no Facebook e começa uma cobertura muito forte. Então, quando estoura as ruas, em 2013, a gente já tava lá, com todos aqueles movimentos, cobrindo aquilo, dialogando muito de dentro. Então a gente tava li na hora certa, no momento certo, cobrindo as ruas. E aí tem um momento, que a gente brinca que é muito imagético, que é quando estoura junho, a gente tava ali mostrando uma outra versão ao vivo, em baixa resolução, a imprensa fala que os vândalos destroem e as pessoas vem e falam, peraí, a imagem tá me mostrando outra coisa. E a gente fez uma transmissão ao vivo enorme, bombando, o twittecasting tava começando também, até então não tinha as ferramentas tão sofisticadas, e eram leves, e você usava pelo celular, tinham algumas de transmissão – o live cast – mas vieram algumas mais fáceis e a gente transmitindo ali, a gente tem o Jorge Pontual, correspondente da *Globo*, que faz um twitte que fala assim: “Eu não paro de assistir até a bateria do *NINJA* acabar.” Então foi um *boom* que a gente teve muito forte ali. Tem o MPL, que organizou, no caso, a marcha em virtude do passe livre, e a gente tava ali cobrindo, então foram dois movimentos que se destacaram naquele momento. E ali a gente conta que, em 2013, a gente sofre uma sabatina muito forte por conta do Fora do Eixo, as pessoas discutindo o que era. Ali teve um momento importante que foi o Bruno e o Pablo numa entrevista pro *Roda Viva*, foi incrível, ficou todo mundo o que é aquilo, as pessoas pensavam que eram dois bobos, dois meninos que iam chegar ali e eles vão com aquela leitura sofisticada

sobre o momento que a gente tava vivendo e depois daquilo a gente teve uma sabatina muito forte. A gente sabia que quando veio pra São Paulo, as pessoas falavam pra gente: São Paulo é uma esfinge, ou vocês decifram ou ela te devora. Todo mundo falava isso pra gente e a gente brincava que tinha duas coisas: se a gente desse errado era porque era mesmo um monte de caipira do interior, se a gente desse certo é porque a gente tava fazendo alguma coisa de errado, a gente tava roubando – iam dizer. De fato, quando a gente vai pro *Roda Viva*, a gente sofre uma saraivada na sequência e muita gente questionando também o nosso modo de vida, em especial. E é incrível, porque a gente tinha uma rede de mulheres, que se chamava Fora do Eixo Mulheres, e a gente tinha uma rede de mulheres que já discutia feminismo naquela época, e as pessoas falavam inclusive pra gente assim... (começo a ouvir barulho de crianças chorando e Marielle diz: desculpa um acidente doméstico aqui, as crianças tão brigando por causa de brinquedo, acontece).

Sobre a repercussão após o Roda Viva, deu uma visibilidade e ao mesmo tempo foram alvo de ataque...

Sim, tanto a esquerda quanto a direita não entendiam a gente. A esquerda achava que a gente era hiper capitalista – não “a” esquerda, uma parte da esquerda, mais sectária. E a direita achava que a gente era comunista, mora em casa coletiva, tudo cara de hippie. Então ninguém entendia o que era aquilo. Hoje alguns sociólogos classificam que era um movimento de novo tipo que tava surgindo no Brasil. Essa parte da esquerda mais tradicional – não é toda não, porque nesse percurso a gente se encontrou com uma parte imensa da esquerda que inclusive nos acolheu naquele momento, a gente teve nota de MST, UJS, saíram em nossa defesa, disseram não, a força que eles mostraram, tem aí um movimento de tentar excluí-los, tinha uma compreensão mais sofisticada da coisa.

Ficou visível também uma desconfiança em relação ao modelo de vocês?

Exatamente. A gente foi amplamente discutido. Hoje eu vejo que parte das críticas foram feitas com muito pouca capacidade, com muito pouca generosidade, porque sabiam que era novo, mas não procurou muito entender o que era, primeiro estudar pra você criticar. Viver em casa coletiva? Como assim? Então é auto exploração... uma coisa doida. Mas pra gente foi muito pedagógico, porque a gente também começou a se discutir mais, porque a gente sempre fez isso muito, mas começamos a buscar entender essas visões que se tinha sobre isso. Mas a discussão foi ampla mesmo. E ali a gente se encontrou muito, naquele momento, com muitos movimentos já tradicionais, movimentos sociais importantes no Brasil. A gente começa ali a ter uma relação forte com os movimentos estudantis, e em 2014, que vem com um período muito forte, foi especialmente nas eleições, no segundo turno da Dilma. Ela tinha tido no primeiro mandato um trabalho muito ruim no campo da cultura, a ministra da Dilma veio com uma visão muito antagônica do que Gilberto Gil e Juca Ferreira tinham construído – esse período foi muito importante, porque a gente se sente muito alimentados por esse processo que o Brasil viveu, a cultura ganhou uma importância que até então não tinha. O Gil compreendia a cultura em sua perspectiva econômica, simbólica e cidadã, e achava que o Brasil era um corpo cultural enorme que precisava ser massageado no que ele chamava de do yins ecológico que a cultura possibilitava, ele falava que era preciso reavivar o velho e atizar o novo, o encontro da tradição com a invenção era que fazia que a cultura brasileira fosse como fosse. Então era uma visão antropológica e muito sofisticada. Ele entendia que era preciso pensar a abrangência das políticas pra conseguir entender e contemplar a abrangência que a cultura brasileira produzia. Então era uma visão muito sensível e muito, eu diria até futurista. Eu digo futurista porque ainda hoje é muito contemporâneo o que Gil trouxe, e Juca, que operou num primeiro momento como Secretário Executivo e

depois assumiu o ministério e conseguiu tocar ali. E foi uma visão pensando nos Pontos de Cultura, nos programas de mídias livres, pensando em desenvolver políticas pra isso. Então a gente se sentiu muito alimentados por aquele processo. Paralelo aquilo, a gente montava a rede também, um grande *bluetooth* ali naquele momento. E a Ana de Holanda veio. Quando a Dilma nomeia a Ana de Holanda, ela veio falando que o artista era o centro do processo. O Gil pensava *software* livre e ela tava pensando *software* proprietário. Ela tira o *creative commons* do site no primeiro dia. Então aquilo teve uma reação muito forte da classe cultural contra aquelas medidas de desconstrução das políticas. Era um governo de continuidade, então foi um período muito crítico. Então, quando Dilma chega no segundo turno, a gente começa a também questionar, pô, queremos a continuidade das políticas de cultura como eram apresentadas antes, porque a gente entendia que o novo modelo de desenvolvimento que o Brasil precisava, passava pelo campo da cultura, por compreender as nuances culturais que o Brasil tinha. Não dá pra pensar, por exemplo, saúde na mesma perspectiva pra São Paulo e Nordeste, são realidades regionais distintas. Ali o Aécio e a Dilma vão pro segundo turno, a gente chega nesse segundo turno apoiando a Dilma. O Juca assume a coordenação da parte de cultura da campanha, a gente ajuda a articular atos. A vitória da Dilma foi apertada. Em 2015 quando ela assume, uma parte de nós, eu, inclusive, vai para o Ministério (da Cultura). Eu fui pra assessoria do Ministro Juca, a Dríade vai para a comunicação do Minc, a Ascom; a Raíssa e Branca vão para Secretaria da Cidadania e Diversidade. A Ivana Bentes, uma parceira nossa, da UFRJ, da Eco, assume a Secretaria da Cidadania e Diversidade. Então a gente vai com uma série de pessoas ali já conectadas com esses movimentos.

Quantos de vocês vão para os ministérios?

Quatro.

Qual a sua função nos ministérios?

Eu era assessora do ministro.

Você trabalhou, antes desse período ou outra época, em algum meio de comunicação ou outro emprego, além desse período no ministério?

Não. Eu nunca me desconectei da *Mídia NINJA*, do Fora do Eixo. Mas no Ministério, o trabalho era *full time*, era dedicação exclusiva quase, porque o fluxo de trabalho era grande, a gente ficou muito dedicado praquilo, pra pensar políticas públicas para cultura, mídias livres. Foi o período do Juca no Ministério, até a Dilma sair, porque ali ela não governa, é um período duro. O MinC foi considerado um oásis dentro daquele governo da Dilma, que foi daquele jeito, começou já muito crítico. Mas ao mesmo tempo a Dilma não dava atenção praquilo, infelizmente, a gente viveu aquilo. Ela viveu, desde o começo de 2015, uma crise política. O Aécio perde, questiona as urnas, pede recotagem de votos, ela já entra enfraquecida, uma vitória apertada. Ao mesmo tempo o Eduardo Cunha se elege Presidente da Câmara naquelas circunstâncias que a gente sabe quais foram. Então ela começa o governo sangrando, já, a Dilma não governou naquele período, governou muito pouco. Teve aquelas pautas bombas que marcaram o governo dela. É todo um sofrimento e a gente tava lá dentro. Em 2013 a gente funda a Casa das Redes de Brasília, eu passei de 2013 até 2017 em Brasília, a gente sempre circulando muito, mas minha base principal era lá. A gente viveu muito forte esse processo crítico em Brasília. Desde o processo da degradação do governo da Dilma, a insatisfação que foi crescente, que começa forte com a cultura, mas depois vem o Meio Ambiente e Belo Monte, que ajuda a degradar muito a imagem, o afastamento dela com uma parte importante, que era

base social do governo. O Thomas Traumann era secretário de Comunicação da Dilma e, quando ele sai, entrega uma carta pra ela e faz uma autocrítica avaliando os erros, e fala que a crise com o setor da cultura afastou muito ela da base digital dela e que eram pessoas que estavam no mesmo campo na disputa de mundo, porque era um governo de esquerda.

Dentro de um pensamento mais pessoal, que papel você considera que tenham as casas coletivas para a *Mídia NINJA*?

Elas são a base estruturante de tudo o que a gente faz. Sem casa coletiva não teria tudo o que a gente faz. O caixa coletivo é muito potente, é ele quem dá organicidade pra isso que a gente vive. Primeiro que ele estrutura economicamente o processo, além de baratear muito o custo de produção porque as pessoas morando juntas é mais barato do que você colocar cada um em uma casa, pagar todo mundo e morando cada um numa casa. E essa vivência é muito poderosa, porque ela possibilita processos de criação que são muito potentes e ao mesmo tempo a gente opta viver a vida que a leva porque a gente tá mais preocupado em conseguir construir um mundo que a gente acredita do que necessariamente em conseguir sobreviver. Pensar em construir processos de igualdade, fraternidade, muda muito a lógica do que inspira. Pensar a lógica da justiça social, os processos de coletivização dos processos de produção, pensar em ser feliz coletivamente, em conjunto mesmo. A casa coletiva coloca você em conjunto com outras pessoas é te desafiar do ponto de vista humano, é um processo de aperfeiçoamento emocional, cognitivo, intelectual, que é muito forte e presente. Você tá sendo o tempo inteiro estimulado a pensar, se aperfeiçoar, e estudar e conseguir compreender, e conseguir se conectar com o repertório que outras pessoas trazem também. Ela possibilita você tá junto o tempo todo, tem uma formação livre que é muito potente, permanente e o tempo todo acontece, tem um processo de aprendizado econômico que também é incrível, você aprende a viver de outra maneira, a viabilizar sua produção de outra maneira, pensando outras lógicas, a partir das vivências que você tem na casa coletiva, a partir da troca, do encontro, enfim do fazer e superar dificuldades, então tem uma filosofia aí que permeia esse processo, e também possibilita a articulação de rede permanente, de repertório. Hoje a gente tem parceria dos indígenas aos Sem Teto, passando por agricultores familiares, a galera da agroecologia, até o pessoal do hip hop, da yoga aos hackers, dos youtubers aos indígenas, então você tem a possibilidade de encontro de repertórios e de inteligência que é absolutamente plural e isso é uma das grandes potencias que a gente tem, a possibilidade de conexão dessa coisa múltipla e ao mesmo tempo a possibilidade de contar essas histórias, que a *Mídia NINJA* possibilita.

Tem esse lado econômico, que é mais fácil de mensurar. E do ponto de vista subjetivo, como acha que as casas cumprem um papel para ajudar a manter vocês em sintonia?

Muito, muito, muito forte. Porque além de tudo você se desafia muito a aperfeiçoar uma inteligência emocional que é fundamental no processo da vida, né? Se você passa por aqui (casa coletiva) sai com uma capacidade de lidar com gente que é muito superior àquela que você chegou. Você tá morando com um monte de gente que acaba sendo a sua família, mas ao mesmo tempo tem que racionalizar as relações, você não vai sair batendo porta, não tem isso numa casa coletiva, é um processo muito dialógico, muito racional, você conversa muito e coloca muitas questões em discussão de maneira muito racionalizante também. É um processo de aperfeiçoamento emocional muito forte mesmo, eu diria que é uma puta escola nesse sentido. E em vários outros, mas do ponto de vista emocional, humano, subjetivo, é incrível.

Que impactos você considera que a *Mídia NINJA* tem sobre o jornalismo e sobre a política?

Sobre o jornalismo a *Mídia NINJA* vira uma referência no que diz respeito as maneiras de contar uma história. A Ivana (Bentes) fala que hoje tem ninjismo, quer dizer, você, com muitos poucos recursos, consegue contar grandes histórias. Você, com um celular na mão, pode tá mostrando uma perspectiva daquilo que tá acontecendo. Acho que isso é uma das grandes marcas que a gente tem e tem uma maneira de cobrir também essas histórias. Hoje em dia a gente abriu o Estudantes Ninja e em três dias a gente tinha 500 pessoas em um chat fazendo cobertura colaborativa. Acho que a gente é uma grande referência de jornalismo cidadão, de jornalismo colaborativo, de maneira de fazer juntos com pouquíssimos recursos, a gente otimiza o máximo possível os recursos e ao mesmo tempo as pessoas se inspirando com aquilo e contando aquelas histórias coletivamente, sabe? Acho que esse é uma contribuição que a gente tem no jornalismo brasileiro, sem dúvida. Do ponto de vista político, acho que quando a gente começou, e até recentemente, as pessoas não entendiam bem a importância da rede. A gente falava gente não é só rua, é rua e rede, as duas coisas são importantes. A gente sempre fez essa disputa com os movimentos. E ao mesmo tempo a importância da comunicação e da narrativa. A disputa narrativa é um processo importante do ponto de vista político. Claro que não foi só devido a gente, mas a gente fez essa disputa muito grande dentro dos movimentos, a importância de se fazer uma disputa narrativa e se contar essas histórias. Hoje a gente vê uma rede de midiativismo no Brasil que é forte. Em 2014 ela mostrou uma força muito grande na vitória da Dilma, uma parte da vitória foi porque as comunidades tavam conectadas em rede, e a gente viveu aquelas eleições, particularmente em 2014, muito forte nesse sentido, de você sentir quando vem uma reação, tinha uma rede estruturada... beleza, que a TV fez a diferença ali, mas aquela diferença de votos da Dilma pro Aécio quem fez foram as redes. E ao mesmo tempo a gente viu a força que Bolsonaro veio, eles entenderam muito bem o papel que a rede tinha naquele sentido, e ficou muito mais evidente, obviamente no campo progressista da esquerda, a necessidade de investir nesse campo, ali foi cabal.

Você é formada em jornalismo. A sua vida é muito diferente da vida de um jornalista de mídia empresarial? E você teria vontade de trabalhar numa mídia convencional?

Jamais, jamais. Minha vida é muito diferente da vida de um jornalista de mídia convencional. Acho que a possibilidade de ter uma liberdade muito grande, vivendo em casas coletivas e em movimento também, se tem uma capacidade de invenção que eu acho que dificilmente outras pessoas têm em outros lugares. Eu tava falando pra uma pessoa esses dias, um jornalista, e ele disse eu sempre busquei um local pra trabalhar onde eu pudesse criar, inventar, não ter chefe, e conseguir contar uma história e não não não e tudo o que ele tava falando, eu: gente, essa vida... entendeu? Oxalá eu conseguir viver do que a gente fez até hoje, de conseguir criar, inventar, sentir liberdade, ser livre, nós somos muito livres! A gente tá fazendo uma coisa e diz não, isso aqui não é assim, e pode ir pra cá, não tem um chefe, um poder econômico que vá nos orientar. A gente sempre prezou pela autonomia, óbvio que a gente busca parcerias, mas sempre pensando que a autonomia é uma das principais questões que rege aquilo que a gente faz.

Você sente essa liberdade mesmo com um volume de trabalho grande que vocês têm?

Trabalhamos muito, o tempo todo, mas a gente sempre fala que a adesão é livre, consciente e esclarecida. E você sente muito tesão nisso, né? Não é um processo de trabalho alienado, então é diferente. Quando a gente foi questionado, que falavam que era trabalho escravo, é porque as pessoas não conhecem, as vezes quem não optou por isso acha que é trabalho é aquela coisa difícil, ruim, que você trabalha oito horas e no fim de

semana vai tomar uma cerveja. A gente pode tomar uma cerveja na segunda, numa terça, e pode viajar, e a gente é muito desterritorializado, circula o tempo todo, e ao mesmo tempo a gente trabalha muito, são questões que no fim das contas são opções que a gente faz, e a gente sente muito tesão por aquilo que a gente faz, não tem uma separação, pra gente trabalho é algo tesudo, entendeu? Tem um parceiro nosso que fala o que aquele psicanalista falava, sem tesão não há solução (risos) e a gente se identifica muito com isso, porque a gente sente muito tesão naquilo que a gente faz e isso faz com que a gente consiga ser cada vez mais criativo, a gente não tem envelhecido, então é totalmente diferente, não é um trabalho alienado, é um trabalho que possibilita a vida, pra gente trabalho é vida, sempre foi, a gente continua muito conectado a essa filosofia, trabalho pra gente é revigorante, a gente sempre procura fazer coisas diferentes, então a gente tá sempre ocupado, trabalhando, porque a gente tá sempre fazendo coisas diferentes, então não é uma coisa sempre única, só e linear, ela é quântica, eu diria.

E você acha que você, a pessoa Marielle, mudou depois que ingressou no Fora do Eixo e *Mídia NINJA*?

Muito, muito, muito, muito, muito. E também eu amadureci ao longo desse tempo, né, como pessoa mesmo. Eu começo lá atrás, com o Empório da Notícia, eu tinha 22 anos, hoje eu tenho 39. E ao mesmo tempo a vivência coletiva é muito pedagógica, ela te ensina a ser mais lúcido, mais consciente, mais simples também, a ver a vida em perspectivas bem mais interessantes, ela vai levando a gente pra lugares que, as vezes levando a gente pra um processo mais de monge, budista, que ativista, porque você vai encontrando lugares que são também muito – claro eu tô falando da minha vivência – é uma formação forte, é um processo muito quântico, não é só material. Você vai avançando muito ali do ponto de vista humano também, vai encontrando esses lugares também na vivência. Enfim, é paciência, você aprender a lidar com as pessoas de uma maneira mais generosa, você vai ficando mais generoso, isso é muito forte, eu tenho aprendido muito isso.

Que tipo de futuro você imagina pra *Mídia NINJA*?

Quando a gente começou no Fora do Eixo a gente nem imaginava que existiria a *Mídia NINJA*. Eu acho que vem coisas mais potentes pela frente, sabe? Eu acho que a gente tá encontrando muita gente, muita gente, muita gente criativa e inventiva que tem se encontrado, acho que o que a gente tá fazendo aqui é algo histórico. Quando a gente viveu o Fora do Eixo, a gente sabia que era uma coisa muito potente que tava acontecendo, mas a gente não fazia ideia. Claro que a gente acha que daqui há 20 anos vão olhar pra trás e compreender um pouco melhor o que foi feito, mas o momento que a gente tá vivendo é épico, do ponto de vista histórico – tô falando de maneira geral: o que é o Bolsonaro, meu Deus? Mas a gente tá vivendo uma coisa oposta e parecida, assim, sem falsa modéstia, ao mesmo tempo essa potência de criação, você conseguir inventar uma plataforma que você consiga estimular mais pessoas a se empoderarem da própria vida, pra poder contar a própria história, poder ter autoconsciência, e ao mesmo tempo conseguir, conectada em rede, fazer a disputa do mundo que você acredita e pensar que é possível, sim, você transformar a realidade, isso é algo muito emancipador, muito emancipador. Você olha pra realidade e falar gente, é possível sim ser transformada, não é uma coisa que é imutável, porque a gente aprende isso ao longo da vida, o pai da gente fala isso ah, daqui a pouco você vai amadurecer e vai ver como a vida é, aproveite enquanto você pode. E a gente tá vendo que não. A gente tá tendo filho em casa coletiva, tem várias crianças em casas coletivas.

Tem quantas crianças hoje?

Ao todo 5. Benjamin tá no Rio, Odara tá no Rio, a Gabi mora hoje em Ribeirão Preto e vai e volta e agora tá aqui com a gente. E em Brasília a gente tem dois também. E a Martina mora em Cuiabá, com a mãe dela.

Isso pra vocês também é uma coisa nova, o nascimento das crianças? Como vocês sentem isso?

Muito grande, é incrível. Você tem que conhecer as crianças, é incrível. É um processo muito distribuído, eu fico sempre pensando as mães que são solas ou só a mãe e o pai, eu não sei como consegue, porque a criação coletiva é muito mais pra teia indígena, sabe, tem um monte de gente junto, se cuidando, e as mães conseguem voltar rápido, se quiserem, a trabalhar, socializar, não fica aqueles três anos ali sobrevivendo, né?

O nascimento das crianças não era algo planejado por vocês?

Aconteceu. Não era algo planejado. E ao mesmo tempo quando aconteceu todo mundo festejou. Quando a gente se mudou pra São Paulo tinha uma de nossas companheiras que tava grávida, ela acabou indo ter o filho em Recife com a família e não voltou, mas ali a gente já teve a primeira vivência de gravidez. Quando a Isis engravidou, em 2012, e teve o Benjamin, aí o Benja ficou com a gente, a gente acompanhou desde o comecinho.

Você tem preocupação quanto a carreira profissional?

(pausa). Eu acho que a carreira é isso que a gente tá fazendo, né? O que a gente tá fazendo é a carreira que a gente tem. Não tem uma preocupação de ai meu Deus, e agora, vamos fazer uma carreira. Não. Eu acho que a *Mídia NINJA* e o Fora do Eixo são currículos excepcionais. A vida já tem mostrado isso. Quem passa pela gente, tem gente na *Al Jazira*, tá morando em Paris, no México, são pessoas que passam, saem daqui com um currículo excepcional e vão pros melhores lugares, então, o que a gente tá fazendo aqui, dão currículos excelentes, caso saia, pra encontrar lugares que vão te remunerar inclusive de uma maneira muito bacana.

Vocês têm lançado subplataformas, como Estudantes Ninja (pra cobrir movimentos estudantis contra cortes na educação: 15M e 30M, em maio de 2009) e Copa Femininja (pra cobrir a copa feminina de futebol, em junho de 2019, na França). Além das coberturas em todas as redes da *Mídia NINJA* vocês tão estimulando esses novos espaços e ainda aplicativos - vocês lançaram um aplicativo de defesa do meio ambiente recente. É possível articular todas essas frentes?

A gente diz que são os unicórnios, os projetos que a gente... Estudantes Ninja tem uma rede incrível, porque a gente lança uma pergunta em nosso Instagram e tem uma resposta enorme. O chat a gente tá com 500 pessoas cobrindo as ruas no Brasil todo, e a partir dali a gente começa a fazer reuniões e oficinas online a dinamizar redes. Então a gente já tem uma rede muito potente de estudantes contando o que está acontecendo em suas faculdades, em seus IFs etc. E cobrindo e mandando material. Então as coberturas colaborativas que a gente tem feito já é conectando esse Brasil profundo e das grandes cidades, e gente mandando material e se conectando com essa tecnologia, e várias outras redes que a gente tem trabalhado essa perspectiva também pensando nesse novo momento que a gente tá vivendo. A gente acha que até 2018 teve um ciclo importante que a gente viveu. Teve as eleições do Bolsonaro, começa com Marielle, mas passa também pelo Ele Não, que foi um movimento de cidadania fundamental, importante para o Brasil, porque o Brasil é o quinto país que mais mata suas mulheres, é um dos que mais estupra, é um país super machista e ao mesmo tempo a gente teve as mulheres num grito de emancipação falando que não vão mais voltar pros lugares que esses homens brancos – a

maioria deles – acham que a gente tinha que tá. E a gente teve também o vira-voto. A gente participou da eleição do Boulos e da Sônia, entendeu também que era um projeto importante, e quando acaba o primeiro turno a gente abre a página chamada vira-voto, que era uma página no stagram e ali a gente começa a sentir muito a pulsação da rede. As pessoas tavam falando disso a gente tem que virar voto e gente abre essa página do vira voto e começa a receber muita gente mandando mensagem e a gente diz meu deus do céu, aquilo a gente consegue visibilizar numa página, mas era um movimento que tava irradiando no Brasil todo e as pessoas sentindo uma necessidade grande de ir pras ruas e virar votos. A gente acha que esse é um movimento de cidadania que demonstra que essas pessoas não vão simplesmente entregar o Brasil nas mãos de Bolsonaro e que ele faça o que ele quiser com o Brasil, não, são pessoas que vão fazer a luta. A gente terminou o ciclo de 2018 e começa 2019 de uma maneira muito forte, a gente começa com uma casa na Bahia, com uma programação incrível, um momento importante, porque a gente entendia que o verão era um momento de reenergização. Muita gente terminou 2018 mal, derrotada e doente, e a gente falou precisamos limpar o clima, vamos fazer uma programação forte em Salvador, que é a terra da possibilidade ainda – no Nordeste, com o público autônomo do Nordeste e a gente começa muito forte a fazer uma série de circulações. Lançamos e esse ano vamos fazer 500 cidades do Brasil em um ano. Começamos a pensar os encontros, a gente acha que é hora de contar as pequenas vitórias. Vamos estar nas grandes batalhas, como já estamos, e a gente precisa mostrar pras pessoas que é possível, sim, não é porque Bolsonaro ganhou que as coisas ficaram... o Brasil é isso, a gente tá entendendo o que é o Brasil agora. Jessé Sousa, na *Elite do Atraso*, conta isso de uma maneira muito interessante quando fala, velho, a elite intelectual brasileira sempre ignorou uma parte da história importante, a gente não acolheu a escravidão, sofre as dores da escravidão ainda, a gente tá vendo isso muito forte agora, não existe democracia racial no Brasil, existe uma falda ideia, democracia racial foi invenção de intelectual que não entendia as complexidades do Brasil, então a gente tá vendo isso de maneira forte, mas ao mesmo tempo o Brasil tá em disputa, o que é o Brasil tá em disputa, a gente tem um ciclo desfavorável no mundo, de recrudescimento das forças conservadoras, de obscurantismo, mais acho que a gente precisa contar as pequenas histórias, circular o Brasil profundo, encontrar esses heróis locais, ouvi-los, saber o que eles estão pensando em relação a isso, entender as histórias que eles tem, as pequenas vitórias dos territórios deles. Tem gente que ta fazendo coisas todo dia, muitas vezes sem a ajuda do estado e tá sobrevivendo, fazendo coisas, inventando, então é contar essas histórias e ao mesmo tempo conectar essas pessoas, então é entender que do reique ao hacker mesmo, você ganha colocando um indígena com uma pessoa do hip-hop, tem muito repertório que pode se conectar, muitas janelas que podem se abrir nesses encontros, é uma combinação de repertórios diferentes, conseguir encontrar soluções pra problemas que estão colocados e muita gente está perdido sem saber o que fazer. É tentar encontrar soluções em lugares que são lugares de oxigênio que esses encontros promovem. A gente tá pensando muito forte sobre isso, acha que esses encontros que a gente tá fazendo também tão sendo importantes pra conseguir conectar essas pessoas, ao mesmo tempo criando plataformas digitais pra isso, a gente tá lançando aplicativos, tamo com o hacker space produzindo de uma maneira muito bacana, com uma rede de designativistas produzindo também de maneira muito bacana, então são várias redes que tão se formando pra gente conseguir juntando pessoas que tão afim de tá na luta e é muita gente que tá afim de tá na luta.

Quando Bolsonaro assumiu eu achei que vocês iam refluir um pouco, por conta do discurso de criminalização dos movimentos sociais. Como você percebe isso?

A gente ficou cinco anos na base dos movimentos, mas especialmente nesses últimos dois, três, na luta contra o golpe, a gente conviveu muito forte naquele período, ficou num processo de luta por direitos e contra retrocessos com Temer, e aí a gente fala que pela primeira vez em cinco anos a gente tá conseguindo reflorestar a nossa floresta, primeiro a gente conquistou o direito de ter um planeta – a gente brinca – porque uma parte da esquerda acha que você é pós-moderno demais, a direita acha... então a gente fala assim, depois de um período de lutas, de base nessa luta, a gente entende que é importante cuidar da nossa floresta, reflorestar nosso campo, a gente então voltou muito forte pro nosso laboratório, pra rearticular a nossa base e ao mesmo tempo conseguir sofisticar aquilo que a gente tava fazendo, porque a gente tem um acúmulo muito grande nesses lugares. Isso deu possibilidade da gente lançar o estudantes Ninja, o índice de desenvolvimento somos, o operacional da música também, aperfeiçoando aquilo que a gente tava fazendo contato no Brasil, então tem muitas coisas que a gente tá fazendo agora, e muita gente falou cuidado quando a gente começou a sair e começou a circular e a gente, gente vocês falam muito “cuidado”, a gente não vai se autocensurar, não vamos ficar com medo e as pessoas muito preocupadas, dizendo calma, espera, a gente não tem que esperar nada, tem que ir pra cima, sabe? E também não é de uma maneira tola, kamikaze, se jogando, não é mostrar pras pessoas que a gente precisa manter contando essas histórias e ao mesmo tempo uma casa em Salvador foi incrível porque ali a gente encontrou no momento em que o Brasil estava precisando encontrar seus valores, a gente tava fazendo yoga na praia da Barra, a gente tava com uma casa ali no período de verão, com pessoas fazendo yoga, culinária, e tem também uma vida, e ela tá conectada à política, e a gente falou, gente, a gente precisa viver acima de tudo. Recentemente teve um artigo Eliane Brum, no *El Pais*, e uma das reflexões que ela fez sobre como ela tava vendo a onda do Bolsonarismo, ela concluiu a gente precisa rir, tirar uma onda, se a gente ficar no clima da agenda tóxica dele a gente vai ficar entrar em depressão e todo mundo acabar com a saúde mental afetada – a gente tá vendo isso um pouco né? Mas a gente tava buscando esses lugares como modo de oxigenar a luta também, essa é a nossa vida também e não tem como a gente buscar subterfúgios, mas ao mesmo tempo não significa andar em linha reta, a gente pode ir complementando maneiras e estéticas. A gente entende muito que é também fundamental a gente fazer a disputa estética da política pra poder sair da bolha e então buscando esses lugares pra gente conseguir oxigenar e fazer essa disputa estética também em lugares diferentes, mas que a gente sempre caminha pra esses lugares, que são dessa disputa estruturante da vida que gente quer pra todo mundo, as pessoas podendo ser felizes, todo mundo viver, ter leveza, uma vida boa, uma vida alegre, uma vida feliz e não significa ser uma vida de concentração de riqueza, pelo contrário, quanto mais distribuídos, mais conectado, mais solidário, mais generoso, melhor pra todo mundo.

E se alguém falar que esse discurso é muito utópico, o que você responde?

Ainda bem que existem pessoas que tão buscando isso. Acho que o Brasil só evoluiu porque tinham pessoas que historicamente que muita gente na época considerava utópico e depois de um tempo aquilo deixava de ser utópico e passava a ser realidade. A gente entende que é possível transformar a realidade sim, e você transforma a realidade lutando, não tem outra maneira de fazer, ninguém vai dar de graça as coisas que a gente precisa. Tem gente que quer concentrar e tem gente vai lutar pra desconcentrar, então a gente precisa ter gente organizada que trabalhe pra desconcentrar, pra mais gente conseguirem ter acesso, então nossa luta é essa. A gente faz o trabalho de comunicação com a *Mídia NINJA*, mas também o trabalho de outras maneiras com o Fora do Eixo, pensando inclusive moedas sociais, caixa coletivo e casa coletiva.

Me diga um perfil geral, não precisa ser números exatos, mas aproximado, de quantas pessoas são fixos hoje, vivendo nas casas?

Eu não consigo dizer mesmo. A gente entende que nesse núcleo durável são mais ou menos umas 50 pessoas. Tem as casas, mas tem também uma rede muito forte próxima das casas, de pessoas que tão juntas com a gente pensando esse processo como um todo.

E vocês são capazes de articular quantas pessoas? Os colaboradores que não são os que vivem nas casas?

Esse número muda muito, ele pode avançar exponencialmente. Só na rede Estudantes Ninja, lançada há pouco (maio de 2019), são 500 pessoas. Talvez umas 10 mil pessoas, pensando as redes, as pessoas que estão conectadas, voluntárias. Numa chamada, por exemplo, ano passado (2018), depois das eleições, a gente fez uma chamada e em três dias, 5 mil pessoas tinham se inscrito. Dizem queremos resistir, queremos tá junto, me organiza, são pessoas que tão ali, juntas, conectadas na rede. Inclusive os aplicativos que a gente tá lançando são aplicativos pra gente conseguir falar com mais gente ainda porque eles automatizam muito a relação, com sistemas de inteligência artificial, inclusive, com bots, que é um estudo que a gente tem feito, como é que a gente consegue dinamizar mais ainda essa relação com essas pessoas?

Esses aplicativos vocês estão desenvolvendo junto com a UFRJ?

Não, a gente tem um hacker space hoje, que a gente faz parcerias. Temos feito bastante *hackathons*, chamado voluntários. É um grupo específico, coordenado pela Branca, hoje, que tá no comando dessa política. Sistematiza os projetos, monta equipes e vai desenvolvendo com equipes diferentes, parcerias diferentes.

Desses 50 ninjas mais fixos, vocês têm uma porcentagem de quantas mulheres?

Eu diria que a gente é uns 70% de mulheres. A maioria somos mulheres, nas principais frentes.

Tem algo que você ache importante dizer e eu não tenha perguntado?

A princípio, não. Eu posso ir te mandando áudios também, se você me permitir, de alguma coisa que eu lembrar e achar que é importante.

Entrevista realizada Piauí/Rio de Janeiro, dia 24 de junho de 2019.

Oliver Kornblihtt

34 anos. É argentino, de Buenos Aires.

Formado em História da Arte na Universidade de Buenos Aires, Faculdade de Filosofia e Letras.

Trabalhou como fotojornalista nos jornais *Clarín* e *La Nación*, durante quase 5 anos.

Veio para o Brasil, em 2014, após acompanhar as coberturas de protestos realizadas pela *Mídia NINJA*, em 2013, e tomar conhecimento do modelo de vivência que ela proporcionava.

Voltou a seu país para demitir-se dos empregos e, desde então, integra a *NINJA*.

É ninja fixo, morando em casa coletiva.

Conte como você conheceu a *Mídia NINJA*?

Conheci em 2013, por meio de meu ex, que é ator e diretor de teatro, e quando a gente se separou ele tinha encontrado uns grupos de teatro que tinham umas casas coletivas no sul do Brasil, e ele fez uma experiência de vivência durante um ano. Eram casas coletivas do Fora do Eixo, que as do Sul estão mais focadas em teatro, festivais, circo, e quando ele voltou pra Argentina, me contou da experiência toda e disse ‘cara, eu acho que tem o seu perfil, sua cara’. E me contou da *Mídia NINJA*, que eu tinha ouvido falar, mas não tava no meu radar assim, e eu comecei a acompanhar a *Mídia NINJA*. E tavam acontecendo as manifestações de junho de 2013 e eu acompanhei tudo, de longe, mas online. Acompanhei todas as coberturas de junho, achei uma coisa muito incrível! O *Roda Viva*, eu vi, tudo eu tava acompanhando. E em setembro, outubro de 2013, meu ex me convidou pra participar de um encontro de construção de mídias alternativas em Buenos Aires que havia a *Mídia NINJA*. Nessa época eu não fazia parte de mídias alternativas, mas tinha um pouco de experiência em produção, essas coisas, e ajudei a montar. Aí foi quando conheci e depois quis vir conhecer a experiência aqui, e nesse verão eu peguei férias do trampo pra vir por um mês, em fevereiro de 2014, e fiz uma vivência de um mês circulando Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, São Paulo. Peguei várias coberturas, o congresso nacional do MST, aqui em Brasília, que foi grande; carnaval, a greve dos garis, em São Paulo, que foi uma cobertura forte, e algumas manifestações no Rio – essa que mataram um cinegrafista, eu tava fazendo a cobertura (o cinegrafista Santiago Andrade, da *TV Bandeirantes*, foi atingido na cabeça por um rojão em protesto de rua no dia 06 de fevereiro de 2014, no Centro do Rio de Janeiro). Foi uma experiência muito intensa, um mês de muita correria, muitas coisas, circulando o país, e aí falei: ‘cara, é isso o que eu quero pra minha vida, o que eu quero fazer’. Então voltei, já com a ideia de largar tudo e vir pra cá, e foi o que eu fiz. Chegando lá conversei com meus editores, a galera que eu trabalhava, e falei que queria largar o emprego e queria vir pra cá. E foi isso. Desmontei a casa, morava sozinho, tinha uma vida padrão, meu salário, e aí decidi fazer essa experiência da vida coletiva, porque achei que fazia sentido pra mudança que eu queria pra minha vida, nesse momento.

E desde que veio você nunca saiu?

Nunca. Tô no Caixa coletivo, casa coletiva, *Mídia NINJA*.

E qual a sua função na *Mídia NINJA*?

A gente é bem mutante, vai tendo missões. Eu trabalho na frente de fotografia, sou um dos coordenadores de fotografia dentro da *Mídia NINJA* e na frente internacional Fora do Eixo. Essas são minhas duas missões principais. O Fora do Eixo trabalha mais com articulação de redes, construção de redes de diferentes coisas, não só de comunicação. Tem comunicação, mas, por exemplo, eu vou trabalhar na articulação e produção do encontro latino-americano de mulheres que vai ser agora em La Plata, aí eu tô mais como articulação política, produção, essas coisas. Na *Mídia NINJA* eu faço cobertura, coordeno coberturas no DF, quando estou aqui. Faço cobertura também do Congresso – tô nessa missão, e na frente Nacional de Fotografia, que articula todos os fotógrafos orgânicos e colaboradores da *Mídia NINJA* no país inteiro. Os orgânicos são os que moram nas casas e vivem do caixa coletivo. Aqui (em Brasília) eu tenho uma missão forte que é dar conta de traduzir o que tá acontecendo no Congresso, que é muito fechado, agora já até tem mais mídias alternativas cobrindo, mas quando a gente começou, foi bem antes do golpe, não tinha ninguém falando do Congresso que não fosse a grande mídia, ou as mídias internacionais. E a gente foi entendendo a prioridade de ter alguém ali dentro pra traduzir o que acontece lá dentro, porque é muita coisa, uma linguagem fechada, uma dinâmica burocrática em grande sentido, mas onde estão sendo decididos grandes rumos do Brasil. E também pra abrir essa casa do povo pro povo, ter mais incidência, fazer ações online, tuitaços. A gente conseguiu muita coisa nesse tempo, tanto pautar leis – a lei do marco civil da internet – trabalhar em conjunto com organizações da sociedade civil, junto com alguns parlamentares, quanto resistir em alguns embates.

Como é o seu dia a dia na *Mídia NINJA*?

Muda todo dia. A gente não tem dois dias iguais. Aqui em Brasília dois dias - terça e quarta - são dois dias parecidos, porque é dia forte de Congresso, então a gente mapeia quais são as comissões, as votações que vão ter, e eu vou lá fazer cobertura desde cedo e passo o dia inteiro na Câmara. Chego 9 horas, faço sempre a cobertura em tempo real, vou fazendo transmissões ao vivo, vamos postando fotos, tudo. Tem uma base de redes, uma parte tá aqui em Brasília, mas a base nacional tá em São Paulo, Rio, BH. Então você vai mandando tudo nos chats e a galera vai pegando, postando, distribuindo.

Qual o papel das casas coletivas para a *Mídia NINJA*?

É fundamental. O que faz a *Mídia NINJA* ser a *Mídia NINJA* é o Fora do Eixo, você não pode entender o que é a *Mídia NINJA* se você não entende o Fora do Eixo. E o FdE é essa lógica coletiva: as principais tecnologias são as casas coletivas, o caixa coletivo, a vida coletiva. Isso é o que estrutura a rede. As tecnologias sociais é de onde veio a *Mídia NINJA*. Ela é um dos projetos do Fora do Eixo, é a frente de comunicação do Fora do Eixo, que era a Mídia Fora do Eixo, e quando sai pra rua, quando começa a fazer as coberturas, se transforma na *Mídia NINJA*. Depois ela estoura e cresce e vira uma rede própria. Hoje tem muita gente que se reconhece como *Mídia NINJA* que não sabe que tem o Fora do Eixo. Mas se você vai ver o núcleo orgânico, que tá construindo a *Mídia NINJA*, é tudo Fora do Eixo. Mas o Fora do Eixo tem pessoas que não trabalham na *Mídia NINJA*, tem outros projetos, outros percursos. Mas essa lógica profundamente coletiva é muito importante pra entender a sustentabilidade do projeto, a lógica de construção coletiva, horizontal, entender que vem do Brasil profundo também é fundamental. Eu sou da Argentina, mas 90% das pessoas da rede vem do Brasil profundo, porque o eixo se refere a São Paulo, Rio, e os coletivos que formaram o Fora do Eixo vêm de Cuiabá, Acre, Londrina, interior de Minas, São Paulo, Sul, então essa identidade de periferia é bem forte no Fora do Eixo e isso fez com que *Mídia NINJA* seja uma rede que conecta o país inteiro, porque a gente construiu primeiro uma rede de festivais de música que se expandiu pelo

Brasil inteiro, mais de 200 festivais, com casas coletivas associadas, uma moeda própria, toda uma tecnologia, dentro desses festivais. A comunicação começou a ser uma frente de trabalho muito forte, e daí começou a se desenvolver as tecnologias para o que vai ser depois a *Mídia NINJA*. Então, muitas das equipes de comunicação desses festivais se transformaram em equipes da *Mídia NINJA*. Então é assim que a gente tem uma rede no Brasil inteiro. E tudo isso se entende porque as pessoas podem se apropriar do seu tempo, que é o que a casa coletiva permite, o caixa coletivo, a vida coletiva em si, que é sair um pouco dessa lógica de você ter que ir pra um trabalho, vender sua força de trabalho por oito, doze horas, mais horas, pra depois, no tempo que sobra, você ter que lidar com todas as consequências que isso tem, o esgotamento mental, e ter tempo pra fazer o que você quer ou se dedicar a seus projetos. Infelizmente muitas pessoas que não têm sustentabilidade pra viver de mídias alternativas e tal, elas têm que trabalhar em alguma coisa, e no tempo livre, viver. E a gente conseguiu integrar vida e trabalho, fazer uma coisa orgânica, e se apropriar do nosso tempo. A gente dispõe cem por cento de nossa força de trabalho e de nosso tempo, e isso é fundamental pra gente fazer o que a gente faz. O Pablo Capilé, que é um dos fundadores, ele tem uma metáfora que é muito legal, que eu gosto muito. O Fora do Eixo é como Forrest Gump, é uma força coletiva que vai pra um lado e vai todo mundo pra esse lado, e num dia tá fazendo uma fábrica de camarões e no outro dia tá correndo uma maratona, e outro dia fundou ... tipo: uma coisa não tem nada a ver com a outra e a gente é assim mesmo. Por isso que não é fácil saber a rotina, muda muito, esse ano teve mais estável porque eu entrei na campanha do Boulos e Sônia, a gente fez aliança e entrou junto, e eu fui o fotógrafo do Boulos, e fiquei circulando com ele o ano inteiro, o Brasil inteiro. Mas ano passado eu tava muito focado em articulação de redes internacionais, passei o ano inteiro viajando, pra Europa, pra todos os países da América Latina várias vezes, peguei a Caravana do Lula e circulei o ano inteiro. Foi uma experiência incrível.

Que tipo de sensação ou emoção você sente ao participar da *Mídia NINJA*? Qual seu sentimento em dizer eu sou um Ninja?

Cara, é muito louco, são muitas coisas, é muitas emoções e uma experiência muito intensa. Acho que intensidade é uma palavra que reflete. É louco, porque, ao mesmo tempo, você se empodera, eu me sinto empoderado e representado pelo que eu tô fazendo. A *Mídia NINJA* me representa, eu acredito nas coisas. A gente sempre fala: as nossas editoriais, não é porque foi definida por um estudo de mercado ou de público. As nossas editoriais são as coisas que nos representam. Organicamente, as pessoas que compõem a *Mídia NINJA*, são mulheres, LGBTs, pretos - as pautas que estão, em carne e osso, construindo o dia a dia e pautando o que querem que seja disputado narrativamente. Então é uma sensação muito forte de se sentir representado. E a gente tem essa capacidade de fazer grandes projetos com muito impacto. A *Mídia NINJA* tem muito impacto, muda coisas na sociedade. Você sente que as coisas que você tá fazendo fazem sentido, mudam coisas, é muito louco sentir isso. E várias vezes no ano você arre pia e fala caralho, a gente tá fazendo realmente o que em que ser feito agora. E isso estimula muito, porque é uma vida muito puxada, a gente trabalha muito, temos uma dinâmica de muito foco, muitas horas, muita dedicação pro projetos pra conseguir fazer o que a gente faz, porque se você pensar, o núcleo orgânico não é tão grande pro tamanho das coisas que a gente faz. Somos umas 80 pessoas distribuídas, nem todo mundo trabalha nas mesmas coisas, tem uma galera que trabalha na sustentabilidade, uma que trabalha na residência, uma mais focada nas relações internacionais, outra na *Mídia NINJA*, e essas pessoas coordenam todo o âmbito dos colaboradores. Tem colaboradores permanentes, mais distantes. Então essas pessoas, que são mais do núcleo orgânico, têm uma dedicação muito forte. Porque a gente movimenta o social, a gente não é uma mídia *rypada*, a gente se considera um movimento

social dentro da cultura e da comunicação, então nossa dedicação é muito militante. A gente tá mudando o mundo, a gente acredita que dá pra mudar o mundo, e a gente é uma prova de que isso pode ser feito de uma outra maneira.

Dentro desse pensamento que impactos você considera que *Mídia NINJA* tem conseguido provocar na política e no Jornalismo?

Eu sou argentino, conheci a experiência da *Mídia NINJA* e também tive o privilégio de circular o mundo, fui pra Europa, vários lugares, encontros internacionais de mídias, e não conheço nenhuma experiência como a *Mídia NINJA*. Acho que o impacto que teve, quando estourou, e que vem tendo, tanto no campo da política, você vê que a *Mídia NINJA* trouxe uma mudança de linguagem, atualizou, foi a que conseguiu dialogar com o desejo da geração, que é muito importante, dialogar com a linguagem das redes sociais, com as estéticas da publicidade, do pop, pop político, abriu um leque, porque as organizações político-sociais eram muito fechadas, o discurso social, discurso narrativo desses movimentos sociais, era muito planfletário, muito quadrado, a imagem muito pequena, texto muito grande, as coisas eram muito distantes de quem não tava dentro da bolha, dialogavam dentro da bolha. A gente se põe sempre pra dialogar pra fora da bolha, e isso acho que mudou completamente a lógica de construção narrativa de todos os movimentos sociais e todo o espectro político do Brasil. Obviamente não foi só a *Mídia NINJA*, é todo um ecossistema de mídias alternativas que tem no Brasil muito forte, muito consistente e cada uma, se você vai estudar, tem uma característica, um perfil diferente. Mas acho que também pelo Fora do Eixo, que é essa articulação política transversal que a gente faz, a gente não dialoga só com forças de esquerda, tem gente que diz ‘ah, mídia do PT’, mas a gente dialoga com PT, PCdo B, PSOL, outros partidos; com movimentos sociais, e a gente consegue fazer uma postura firme e um diálogo com vários movimentos diferentes. Outra coisa importante é que *Mídia NINJA*, o Fora do Eixo, tem uma universidade livre, então tem uma galera que tá pensando muito na formação e parte das estratégia de articulação política, tanto com partidos como movimento sociais. Quando a gente começa a se relacionar com um movimento social, movimento indígena, por exemplo a APIB – Articulação dos Povos Indígenas-, a gente vai, começa a se aproximar, a cobrir as pautas, e tem uma reunião política pra entender como vai ser essa relação. Sempre o que vem do outro lado diz: a gente precisa que vocês cubram a gente, que vocês façam os flyers, que vocês... e a gente diz: não, o que a gente vai fazer é ajudar vocês a montar um time de vocês, e a gente vai trabalhar juntos, e vamos dar formação, e quando a gente acabar um ciclo, como um ano, vocês saiem com uma mídia própria e equipes próprias de comunicação, que trabalhem com as nossas tecnologias. É formação mútua porque a gente acaba aprendendo também muita coisa, e gera uma relação de confiança com os movimentos sociais e partidos políticos, porque quando você convive, quando essas pessoas moram nas nossas casas coletivas, ou a gente vai morar na aldeia, ou ocupação, não estamos simplesmente chegando lá e tirando uma foto e postando. Você mora lá, conviveu, teve as mesmas dificuldades, apanhou da polícia junto. Então, a confiança que se constrói é muito diferente, e as relações de confiança também permitem ouvir mais, e acho que o impacto que a *Mídia NINJA* tem é muito grande no campo político e midiático. Acho que 2013, o que *Mídia NINJA* fez na cobertura de rua, acho que mudou o jeito que as coberturas foram feitas no Brasil, não só das mídias alternativas, mas da grande mídia e por vários motivos. Um: acho que tem uma disputa de rua em que a grande mídia estava acostumada a fazer um tipo de cobertura que era lenta, distante, o helicóptero de cima, criminalizando, com grandes teleobjetivas, de longe, com uma falsa imparcialidade. E a *Mídia NINJA* entra com o celular quebrado, transmitindo ao vivo e é mais um que tá dialogando e fazendo, e quebra vários. Eu acho que essa entrevista do *Roda Viva*, que

foram Pablo e Bruno, é fundamental, acho que existe um antes e depois. A *Mídia NINJA* já tinha construído toda uma série de provocações na prática, sobre um jeito de fazer jornalismo ou midiativismo. Eu me sinto mais representado pela palavra midiativismo que jornalismo, mesmo tendo trabalhado dentro dos grandes jornais. Mas a cobertura feita em tempo real, a estética utilizada nas ruas, a *Mídia NINJA* acabou fazendo uma cobertura que era mais rápida, era mais bonita, dialogava muito mais com o desejo da geração, então eram fotos que bombavam, uma foto tirada há três minutos estava nas redes sociais. Uma geração que nunca tinha ido pras ruas, voltava em casa, acendia a TV e as imagens que via não tinham nada a ver com o que tinha vivenciado. Porque a pessoa tinha ido, multidão, milhões de juventude, pauta, e chegava lá e a imagem era só de pessoas quebrando vidraça e baderneiros e pa-pa-pa, e ia pras redes sociais encontrar uma representação dessa vivência. E acho que *Mídia NINJA* tinha muito mais proximidade com essa vivência, e isso fez com que representasse muito mais e fez estourar. E a partir disso, depois vem o *Roda Viva*, que é a provocação direta, o momento em que a gente consegue apresentar nosso programa político dentro da comunicação, porque a galera nos convidou pensando: são esses meninos novos, de São Paulo, que sabem de celular. E a gente mostrou que não, que era uma rede já consistente, que tinha 10 anos, e uma leitura política sobre o que a gente tava fazendo, e que a gente não tinha medo de se posicionar, de falar que tamo com Lula, de mostrar como era falso o discurso da grande mídia de objetividade, de denunciar. Então isso foi um momento em que se apresenta o programa político da *Mídia NINJA* na comunicação. E acho que isso tem um impacto muito grande, tanto na prática como nesse *Roda Viva*, e acho que isso mudou o jeito de fazer jornalismo no Brasil. As grandes mídias tiveram que se atualizar, tiveram que ser mais rápidas na prática. O *G1*, que começa a aparecer, começam a aparecer novas experiências na mídia empresarial, tentado conter e dialogar com esses espaços. E depois, a construção de editorias. O que a gente chama um mosaico de parcialidades. A gente diz não é uma única voz, a gente é um organismo muito complexo, a gente não tem uma única linha editorial. Como a ideia é perder o controle, e a gente perde o controle. Tem vezes que várias pessoas estão fazendo transmissões ao vivo e essas várias pessoas estão expressando várias linhas políticas ou leituras diferentes. A gente não tem medo dessas contradições, porque a gente acha que é um mosaico. Temos acordos fundamentais em comum: a gente defende os direitos humanos, a democracia, a gente se posiciona do lado dos movimentos sociais, mas tem várias vezes que tem tido uma construção de idas e voltas pra construir a “verdade”, e acaba que nosso sistema é muito mais sincero, muito mais honesto e transparente e dá muito mais credibilidade que as mídias empresariais. Aquela entrevista é histórica, e Alberto Dines foi o que mais parecia compreender o que se falava.

O que você mais gosta no seu trabalho?

Eu gosto que muda, eu gosto que você não sabe o que vai acontecer, é imprevisível. E eu gosto da capacidade de impacto, fazer coisas que fazem a diferença e participar da história, construir a participar da história da América Latina e do Brasil.

Você não sentia isso trabalhando nos grandes meios de comunicação que trabalhou?

Não. Não, porque são relações muito precarizadas. Eu, como fotojornalista iniciante ou colaborador dessas grandes mídias, costumava ter três ou quatro pautas por dia e aí o tempo que davam pra fazer essas pautas era quinze minutos. Você tinha que chegar na pauta e sair em 15 minutos com suas fotos prontas e não tinha nada que conectava você e o que tava acontecendo. Depois, você chegava no jornal, não falava com ninguém. Sua leitura da realidade não importava, você era quase um objeto. Porque você ia, fazia as fotos, chegava na base, depois de três horas e ter passado por todas as pautas,

descarregava tudo e subia pra um editor que você não tinha nem diálogo, e aí eles postavam as fotos que eles queriam, com as leitura que eles queriam, não tinha nada a ver. A maioria das vezes quando você olhava o que tava publicado e o que tinha acontecido, a distância era gigante. Agora, na *Mídia NINJA*, não. Você participa, você é construtor, você tem diálogo, você tá posicionado, está sendo muito sincero de dizer de onde você tá construindo essa informação. Então, quando você tá quebrando essa falsa pretensão de objetividade, muda completamente o esquema de comunicação. E você tá com tempo – que isso faz toda a diferença – você ter tempo pra acompanhar uma ocupação de um movimento sem teto desde o primeiro dia, e aí você vai entendendo o que acontece, como acontece, qual a relação com a polícia, qual a relação com grileiros, é uma complexidade, um mundo de coisas que estão acontecendo e não só isso. Eu gosto muito disso- de vivenciar as coisas – e do nível de compromisso humano muito grande – então isso também é muito importante. E isso também que muda o tempo todo e é sempre uma nova aventura, você não cansa, você entra de uma pra outra e quando você acha que tá acabando uma vem outra. E como o Brasil também não dá trégua.

Pra você qual o objetivo da *Mídia NINJA* e o que é ser um Ninja?

O objetivo tem a ver com muitas coisas que conversamos. É a disputa de narrativa, é construir outro tipo de narrativas, visuais, estéticas, de texto. Eu sou da foto, então penso muito visualmente, mas é a disputa de informação, nessa sociedade em que a gente vive. E não só a grande mídia, tem também o controle por whatsapp, as fake news, tudo isso são grandes maquinarias que adormecem as pessoas, e eu acho que uma das missões da *Mídia NINJA* é essa: estar o tempo todo em movimento, se acordando e acordando outras pessoas e se contrapondo e mostranso outras realidades, outras narrativas, ao mesmo tempo quebrando com o paradigma da imprensa tradicional que são grandes mitos, a quebra do paradigma da verdade única, da falsa objetividade, mostrar que tem outro jeito de construir comunicação, e que tem outras formas de vida também. Acho que a *Mídia NINJA* mostra isso também, que as pautas da nossa geração, que vinham crescendo e que estão sendo muito ameaçadas agora pelo contexto fascista, pelo Bolsonaro e tal, são pautas orgânicas que têm a ver com o avanço da sociedade. E a *Mídia NINJA* é uma das expressões, a gente... Foi muito louco o processo da Marielle pra nós, porque a gente sempre falava, Pablo sempre falava pra nós - Pablo é essa pessoa que tem essa capacidade de resumir em metáforas, em imagens muito precisas-, e ele sempre falava que nós sempre temos a capacidade de estar no momento e na hora certa, a *Mídia NINJA* estava sempre na hora certa e no lugar certo, então essa é a capacidade da *Mídia NINJA* - de estar sempre no lugar certo. Estorou, a gente já tava lá pra fazer a cobertura... Quando veio o assassinato da Mari foi muito forte pra todos nós, porque foi um choque e ao mesmo tempo a gente começou a olhar todas as fotos, tudo o que circulou da Marielle, 80% do material que circulou, dos vídeos, das fotos, eram nossos, e a gente entendeu, a gente teve um papo nesse momento que foi meio histórico nosso, o Pablo caiu uma ficha e disse: não é que a gente tá sempre no lugar certo, na hora certa pra surfar a onda, na verdade a gente é a onda, a gente faz parte dessa onda, a gente é Marielle. A gente conviveu com a Marielle desde que ela nasceu, ela faz parte de nossa geração, de nossas pautas mais orgânicas, a gente fez as fotos e os vídeos da campanha dela, mesmo antes de saber quem era ela, porque ela tava dentro do nosso ecossistema e de nossas pautas e a gente é isso que tá mudando a sociedade e essa mudança não tem volta atrás, tudo o que a gente tá vivendo agora é mais o final de uma infecção que tá saindo e que não volta atrás realmente, é mais a reação do que tá vindo do que uma volta atrás. E ser Ninja pra mim é disponibilidade, entrega, capacidade de olhar coletivo – porque isso é fundamental, a construção coletiva da imagem, da informação, não é só indivíduos na sociedade concorrendo pra ser o

melhor jornalista, o melhor fotojornalista, melhor fotografo, é realmente voltar essa ideia de coletivo como construção da informação – nesse caso – e como construção da sociedade que é a possibilidade de um novo mundo possível, um mundo coletivo, a gente acredita nisso. A gente não acha que todo mundo tem que morar em casa coletiva, mas a gente acha que os povos indígenas, as tradições milenares coletivas, as tradições do MST, do MTST, das ocupações, de todos esses lugares onde realmente se forma coletividade, é onde se recupera o vínculo social, se recupera a construção.. aí, ser Ninja é fazer parte disso, de uma grande movida coletiva. Por isso que a gente se entende bem com os movimentos, porque a gente tem uma base em comum, né, que é a experiência profundamente coletiva. Ser Ninja é também enfrentar, se disponibilizar a uma vida coletiva, que é diferente da vida tradicional, são outros valores, a galera tem muito preconceito, ou acha que é tudo hippie ou é escravo. Teve várias criminalizações em torno da gente: são escravos modernos, comunistas modernos - tanto da direita quanto da esquerda. Várias pessoas que não entendem a experiência, que é uma experiência diferente, tentaram encaixar e criminalizar. Eu acho que o desafio de viver uma vida coletiva é o que faz a diferença da *Mídia NINJA*. Tem outras experiências muito importantes de mídias alternativas, mas eu não conheço nenhuma que more em coletividade, que tenha essa proposta. Agora tem muitas organizações que tão começando a falar em montar suas casas coletivas – é um dos impactos que você pergunta – porque eles entenderam que isso é uma tecnologia social que funciona, e a gente passou, como a organização Fora do Eixo tem quase 14 anos, são 10 anos oficialmente, mas desde os primórdios... e passou por vários momentos, tinha um momento que o Fora do Eixo queria que tudo fosse Fora do Eixo e depois passou por um momento de entender que vinha um ciclo pós-marca, que a gente é uma fábrica de tecnologia social, que a gente desenvolve jeitos diferentes de fazer as coisas, muitas baseadas na lógica de coletivo e que essas tecnologias vão se espalhar e a gente vai perder o controle e vai dar formação pra um monte de gente que vai sair e voltar pros seus territórios e construir, reconstruir, redefinir experiências em base na tecnologia, mas apropriando e fazendo o próprio, porque não faz sentido pretender uma padronização de todo mundo fazer igual. É mais entender que tem provocações aí que podem se espalhar e que tem um monte de atores sociais que vão pegar essas provocações e refazer, e a gente tá fazendo isso na América Latina. Tão pipocando casas coletivas e mídias alternativas na América Latina inteira, a gente tá conectando, então a experiência da *Mídia NINJA* é uma inspiração também para um monte de experiências.

A casa coletiva é mais do que uma vantagem financeira?

Claro. É tudo! A casa coletiva é nosso espaço de convivência, nosso território, nosso espaço de sustentabilidade, de incidência política, é o coração do Fora do Eixo.

Nas casas vocês conversam sobre o trabalho e a vida coletiva?

Pra gente não tem essa distinção, se perde isso, não tem horário do trabalho, você vai chegar agora (por volta de 17h) e vai ter uma galera trabalhando, outra fazendo a comida, outra assistindo TV. E você vai chegar duas da madrugada e tem uma galera trabalhando... porque a gente não tem um horário fixo de 9 ao meio dia, e uma hora de descanso. Não, vira uma coisa só: vida, trabalho, militância, amor, paixão, é tudo uma coisa só. Mas a gente é muito dedicado, a gente rala pra caralho, é muito focado, as pessoas são muito dedicadas mesmo, muitas horas, nós temos uma capacidade de trabalho muito grande, de foco e concentração. É uma das coisas que faz com que a gente possa fazer projetos muito grandes também.

O que você sente em relação ao público e o que acha que o público sente ou pensa em relação a vocês? Como acha que ele percebe a *Mídia NINJA*?

Eu acho que sou uma pessoa privilegiada dentro do Fora do Eixo e *Mídia NINJA* – de novo – porque consegui circular e ter contatos em vários locais. Nas caravanas Lula, eu circulei em 60 cidades do Nordeste, e pra mim é muito louco, eu tava numa cidade no fundo do Rio Grande do Norte e uma pessoa disse ‘você é a pessoa que faz as cobertura do Congresso, as transmissões ao vivo, eu acompanho. Vocês mudaram minha vida.’ Muitas pessoas vem com esses depoimentos: a *Mídia NINJA* mudou minha vida, eu entendi que eu poderia fazer também, eu criei meu proprio coletivo, minha propria mídia, no Brasil inteiro e no mundo, na America Latina, então é muito louco o impacto. Acho que uma das forças grandes do Fora do Eixo é mostrar que é possível, é a prova viva que é possível fazer diferente. Então quando as pessoas entendem isso, se empoderam, porque falam ‘ah, se esses caras puderam, porque a gente não vai poder?’. Então o público da *Mídia NINJA*, primeiro participa muito, são cosntrutores. Hoje a *Mídia NINJA* virou uma grande *hub* de informações, não é só uma produtora de informações, é um local que recebe muito conteúdo, por inbox, email , e distribui. Tem vezes que eu preciso ficar na base, por exemplo, na cobertura do Ele Não, eu fiquei na base de edição de fotos. Então eu fiquei o dia inteiro no computador tratando fotos, a gente recebeu fotos de 480 cidades, ninguem nem sabia quantas cidades tinham se mobilizado e a gente tinha mais dados sobre quantas cidades tinham se mobilizado que qualquer instituto, mídia, ou partido. A gente tem uma capaicade de diálogo com o nosso público. A Ivana Bentes trouxe uma teoria de que se no seculo XX a gente tinha que entender como mobilizar o proletariado, o seculo XXI a gente tem que entender como mobilizar o comentariado. Esse conceito é foda. Essas pessoas que estão aí, o publico das redes sociais, tem engenheiro, arquiteto, e essas pessoas se sentem representadas pela *Mídia NINJA*, e entendem como serviço quase de bem público e sentem que podem contribuir, e essa contribuição faz elas sentirem que participam, que estão ativas, que fazem alguma coisa. E essa possibilidade de ativar o público como parte construtora do conteúdo é incrível. Quando você tá fazendo uma transmissão ao vivo e começa a acompanhar, e a pessoa pergunta tal coisa, e a cobertura para de ser o que você tava pensando e começa a ser uma diálogo. Sinto uma conexão grande com o público e uma resposabilidade de como viabilizar estruturas que sejam mais acessíveis para esse público. Porque eu sou gay, mas sou um cara branco, classe media que venho de uma capital super privilegiada. Tive privilégio de estudar em boas escolas públicas e a gente sempre tá pensando como a gente cria uma estrutura em que não só as pessoas que têm mais recursos para chegar lá possam se apropriar, participar. O processo de empoderamento das mulhere no Fora do Eixo é muito forte. Hoje 80% das coordenações e quase 80% da composição de nossa rede é de mulheres. E a gente tá num debate muito intenso sobre empoderamento negro, LGBT, como que a gente dá formação, como que abre as estruturas, e tem a responsabilidade de entender linhas editoriais, linhas estéticas, o espaço que dá pra abrir, como é esse esforço. A gente abre uma convocatória Ele Não, mande sua foto, e depois a gente vai ter que ter uma equipe de sete, oito pessoas durante quatro dias sem dormir durante 24 horas. A gente pasosu quatro dias pra processar todo esse material, sem dormir, se revesava, e ia dormir duas horas e voltava, o inbox não parava, não parou, não parou. O Brasil inteiro e o mundo, era muito conteúdo, muito conteúdo. E a gente fez um grande esforço pra disponibilizar e viabilizar porque a pessoa que tava em Itabirica mandou sua foto. Dessa vez a gente tinha um time muito forte, pela própria campanha, em São Paulo (Boulos), e a gente concentrou lá, e quem tocou esse projeto foi o time de São Paulo, que nem era de São Paulo, porque eram pessoas de várias casas que foram lá pra campanha e o ele não chegou. Mas é louco porque, quando você vai na casa de São Paulo, quase inguem é de São Paulo, e você vem aqui e ninguém é de

Brasilia. O Clayton é de Manaus, a Isis é do interior de São Paulo, a Dríade é de Cuaibá, a Lenissa de Goiânia, - em Brasilia são oito adultos e duas crianças.

Você consideraria voltar a trabalhar numa mídia empresarial?

(risos) Não, nunca. Nunca não dá pra falar, a realidade vai constuindo o dia a dia, mas eu acho que não voltaria atrás, eu tive essa experiência, sou muito grato por essa possibilidade que tive de trablhar, porque aprendi muita coisa profissionalmente, mas realmente o mundo das empresas é muito ruim, humanamente muito ruim, não tenho nenhuma vontade de voltar de jeito nenhum. E as pessoas dizem ah, você não tem mais seu salário, seu carro, suas férias,... Cara, pra mim a sensação é de que algumas pessoas enxergam que você se submeteu, ou perdeu, ou resignou uma parte da sua vida. Ou quem idealiza diz 'esses caras são foda, porque eles resignam a vida pra fazer isso'. Cara pra mim foi bem o contrário: eu ganhei um monte, eu me empoderei um monte, pra mim foi muito ganho, eu me libertei, a minha sensação foi de mudar a vida e ter uma vida mais parecida com o que eu queria pra minha vida, isso não tem preço, eu não vejo como isso poderia acontecer no que eu conheci das empresas da grande mídia.

O que você encontra na *Mídia NINJA* que acha que não é possível encontrar em mídia empresarial?

É isso: é a construção humana, a capacidade de ser quem você é, a construção desde esse lugar, em diálogo, disputando outros mundos possíveis, é uma disputa de mundo também. Quando você tá numa empresa você não tá disputando nada, tá só sobrevivendo, concorrendo, tentando não ser aplastrado por quem tá do lado, porque é uma ambiente muito competitivo, as pessoas ficam se acotovelando, tem muita corrupção interna. As pessoas acham que as criticas vão pro sistema politico mas as empresas é um mundo horrível, mito mais corrupto, muito mais. E acho que a sociedade tá, as pessoas ficam muito isoladas, frustradas, isso vai crescendo e você não vai achando saidas, como você tá frustrado na vida ou se dedicam a consumir... eu não voltaria a isso não.

E sobre plano de carreira, é algo que está nas suas preocupações?

Não. E eu tava muito preocupado com isso, trabalhei até os 29 anos e já morava sozinho há 10 anos quando decidi entrar nesse processo. E tava sempre com minhas poupanças e entendendo e pensando poupança de férias e outra pra comprar uma casa, e comprar um carro, e tinha projetos futuros. E você vai hipotecando a sua vida, porque esses projetos fazem com que você precise ganhar mais grana e os seus sonhos ficam lá num quarto e você acha seu sonho é ter um carro e não é. Na hora que você tem o carro você vê o quanto não é. E é uma reconfiguração de tudo, a gente tem família coletiva, os filhos não são os filhos biológicos de um, obviamente a mãe biológica tem um papel, a gente tá entendendo isso, tem um projeto que é a gurizada que tá laboratoriano novas formas, mas ao mesmo tempo a dinâmica de criar os filhso em coletividade, de ter as relações interpessoais mediadas por outros valores, tira a grana do meio – é muito louco- caixa coletivo é uma tecnologia muito poderosa. Hoje tem um chat onde tem as 60 pessoas que vivem do caixa coletivo estão lá dentro e o fluxo diário de tudo que ingressa e gasta, todo mundo tá olhando, sacou? É muita transparência, é um sistema muito democratico onde todo mundo, as pessoas que estão na gestão dessa frente, que levam a frente os projetos todos e a dinâmica toda, mas todo mundo tá ai pra participar.

Como vocês conseguem se manter? Todo mundo pergunta isso, né?

É a primeira pergunta. É isso: é um sistema complexo, coletivo e de muita geração de recurso a partir de consciencia da potência, que é economia 4d – não vê economia como

falta, mas como abundancia, entender que tem recurso proprio muito forte, a comunicação e a cultura mobilizam muito recursos, nem necessariamente um recurso monetario, mas se você é consciente dessa potência, consegue fazer isso virar recurso monetário depois.

Quando vocês fazem a cobertura da campanha do Boulos (presidência 2018) é um trabalho remunerado?

Tem vários casos. Nesse caso é uma aliança. Não é que a gente foi vender serviços de comunicação para a campanha, a gente fez uma aliança politica. O Fora do Eixo e *Mídia NINJA* entraram como um dos construtores da aliança. Tinha o MST, o Povo Sem Medo, o PSOL, a APIB (articulação dos povos indigenas), e tinha a gente. Teve uma parte que teve uns serviços de comunicação, alguns recursos que entraram, mas isso foi muito mais um investimento da *Mídia NINJA* como capital político que um trampo que a gente fez tipo freela, sacou? Mas tem outros trabalhos que a gente faz, nossas equipes trabalham fazendo serviços de comunicação, o espectro de financiamento é muito amplo, tem fontes de financiamento que vão entrando no caixa coletivo e depois a gente redistribui. A gente não tem medo de dialogar nem com financiamento público, nem com financiamento privado, porque a gente não depende de uma fonte só e isso é fundamental. E as casas coletivas são fonte de financiamento também, a gente tem xepa, tem um monte de tecnologia aplicada pra sustentabilidade.

E que tipo de cliente vocês atendem com freelas?

Tem sindicatos que contratam formação, tem que festivais contratam coberturas, mas isso é cerca de 20 % de nossa economia. 80% é recurso próprios mobilizado via doações, não é venda de serviços.

Que futuro você imagina pra *Mídia NINJA*?

Futuro imediato, nesse ciclo que vem, o papel da *Mídia NINJA* vai ser fundamental, pela conformação de um governo fascistas, que já tá mostrando um diálogo com a grande mídia de acordo muito grande. Já sabemos o uso de redes sociais que eles fazem, o WhatsApp, fake news e com uma criminalização muito grande dos movimentos sociais e todo tipo de ativismos – ele mesmo falou contra todos os ativismos – então o papel da *Mídia NINJA* e das mídias alternativas vai ser muito importante. A gente sabe que tem uma chance de ser criminalizado, de ser perseguido, economicamente, judicialmente, politicamente. Não só o medo que todo mundo tem de que vão perseguir, torturar, que também existe essa possibilidade, mas existe também outras formas de perseguir. E não é só o Bolsonaro, mas tudo o que vem come ele, o empoderamento dos setores reacionários, do judiciario mais reacionário, dos policiais nas ruas que se sentem empoderados pra ir pra cima e foda-se, eu vou fazer, vou matar mesmo, bater, porque tem todo um discurso social que acompanha isso. Então acho que nosso papel vai ser fundamental e mais do que nunca a *Mídia NINJA* tem que crescer porque ela tem uma potência nesse ciclo, então tem que se cuidar, porque a *Mídia NINJA* muitas vezes acaba dialogando com muitos setores, acaba se colocando na base das lutas, estivemos na base da luta contra o golpe, na base das eleições, a gente tem essa capacidade de se colocar na base de outros movimentos e outras lutas que são nossos, obviamente, mas a gente tem um campo gravitacional próprio também, a gente desenvolve nossas próprias tecnologias, eventos, então é um ciclo de retomada também de nosso campo gravitacional, porque vai ter uma potência de novas soluções e novas respostas pro ciclo que vem e acho que um dos papeis da *Mídia NINJA* é isso: tá laboratorizando, tá conectando, tá entendendo melhor esse comentariado, estudando melhor esse comentariado, dialogando melhor, organizando encontros, e isso vai ser muito importante nesse ciclo.

Você tem medo?

(risos) medo todo mundo tem. Eu sou gay também e os ataques lgbtfóbicos que estão tendo. Mas o coletivo te dar muita força. Quando você tem um coletivo, você não anda só, a gente não anda só. E não é só não andar só na rua. A gente consegue tá junto, se inspirar, conectar, tá focado nos projetos que tem pra fazer, porque o medo é muito invasivo, ele invade e você fica paralisado. Essa noite que Bolsonaro foi eleito, todo mundo passou por uma noite de medo, mas acho importante não se deixar dominar. A Sônia, última vez que acompanhei ela aqui em Brasília numa agenda, ela deu um discurso muito foda, achei muito emocionante, ela disse gente, vocês tão com medo? Bem-vindos ao Brasil, esse é o Brasil que a gente conhece há 500 anos, não tem nada que ter medo, a gente sobreviveu, todo mundo vai sobreviver. E tem um ponto: tudo isso que veio não é novo. O índice de violência no Brasil é muito alto há muito tempo, já tava acontecendo, a lgbtfobia, violência contra a mulher, violência armada, só que agora isso saiu do armário né, isso tomou o poder. O Cláudio Prado, que é outra pessoa bem interessante, trouxe essa imagem de que isso é o pus que tá saindo, uma infecção, e ele fala ‘o Brasil precisava se encontrar com seu próprio fascismo, pra poder combater’. Acho que a falta de memória que Brasil teve como escolha pra sair da ditadura, um monte de caminhos que Brasil pegou, fizeram com que nunca se encontrasse de frente e olhar o que aconteceu, olhar esse assassino, esse torturador, e isso volta. Eu venho de um país que é muito diferente. A luta pela memória, verdade e justiça e direitos humanos foi fundamental para a construção da democracia argentina e não é um democracia ideal, tá longe de ser, mas acho importante o Brasil enfrentar isso, tá enfrentando na prática.

E o que você pensa de você no futuro?

É difícil prever, mas não tem volta atrás, seja pra onde for, essa experiência mudou minha vida pra sempre, completamente. Mudou a forma como enxergo, como me entendo, construo. Sou muito apaixonado pelo Brasil, moro aqui há muito tempo e também tenho a Argentina. Estão sendo construídas outras experiências conectadas à *Mídia NINJA* e a gente vem inspirando e puxando coletivos novos. Então acho que a construção da *Mídia NINJA* e Fora do Eixo já tá se expandindo pra um nível global, acho que vai dar um pulo global daqui a pouco e essas tecnologias sociais vão fazer muito sentido num ciclo que vem não só no Brasil. Então cada vez mais acho que *Mídia NINJA* tá se entendendo e se consturindo como movimento global e isso faz com que muitas pessoas estejam conectadas em lugares diferentes. Eu me vejo dentro desse ecossistema. Acho a *Mídia NINJA* incrível, se continuar construindo essa experiência é um privilégio. A *Mídia NINJA* trouxe muito as provocações de você tá se constuindo, de onde você veio, quais privilégios teve, de que lugar você ta constuindo, o que tá fazendo – são desafios muito grandes pra esse ciclo também, Nessa sociedade plural nem todo mundo é igual e a gente luta por uma sociedade mais igualitária, mas hoje tem que entender de onde você saiu, pra onde vai e o que você faz com isso, o que constroi.

Tem alguma coisa na *Mídia NINJA* que você não gosta e acha que tem que fazer diferente?

Acho que todos os dias tem coisas pra modificar. A gente erra, acerta, vai crescendo, é muito orgânico, a gente vai aprendendo no caminho. Não sei se eu sei falar ‘ah, essa coisa tá errada’, porque eu também sou parte dessa construção, a gente vai fazendo no caminho, se faz, fazendo, aprendemos muito na prática. Isso é uma parte da *Mídia NINJA* que eu gosto. Ela é de fazer as coisas, é na pratica, é fazendo. Se vovê quer que as coisa mudem, faz diferente. Tem vezes que fica puxado, fica demandante, mas você olha pro momento

que o Brasil tá passando e diz ‘cara, não tem como não ser assim nesse momento’. Olha pro lado, olha o que a gente tá vivendo, e a gente tá num compromisso real, com as nossas lutas, e isso também se transforma em demanda, exigência, autoexigência.

Pela função que desenvolve na *Mídia NINJA*, fazendo cobertura no Congresso Nacional, você convive com muitos jornalistas da grande mídia, mídia empresarial. Como é essa interação?

Cara, tem muito preconceito, normalmente a galera chega achando coisas, mas quando você vai construindo acaba sendo sempre boa a relação, e a gente não tem medo de dialogar com a grande mídia, porque nosso inimigo não é o trabalhador da grande mídia, não é o fotógrafo que tá em campo. Quem decide a linha política e editorial são grandes milionários e famílias que estão lá na ilha em Parati fazendo as deles. Então o trabalhador da mídia, pra mim, é um parceiro, uma pessoa pra disputar, pra entender, ouvir, falar. E a relação começa um pouco mais assim. Tem as pessoas que são mais sindicalizadas que acham que, como a gente não vende nosso conteúdo, nossas fotos circulam, e a gente não cobra um salário, tem pessoas que fritam com isso, como assim, vocês estão prejudicando nosso trabalho! Mas até entender a experiência, quando você entende em 360 graus a experiência, você vê que não tem nada a ver com o sistema tradicional, e a gente não tá concorrendo com uma grande mídia, a gente tá concorrendo no sentido político, disputando narrativa, mas não no sentido de mercado, não temos interesse nenhum em se converter em uma empresa, ganhar grana com o que a gente faz, a gente ganha o que precisa, quando tem mais grana a gente faz projeto mais forte, quando não tem a gente continua. Não tem objetivo de acumular.

Entrevista realizada em Brasília, dia 15 de novembro de 2018.

Raíssa Galvão Resende Sena

28 anos. Cursou até metade da graduação em Jornalismo na UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais).

Nasceu em Sete Lagoas, Minas Gerais.

É ninja fixa, residindo em casa coletiva.

Conte como você conheceu o Fora do Eixo e como começou a participar da *Mídia NINJA*?

Eu estou na *Mídia NINJA* desde a fundação, em 2013. Entrei para o Fora do Eixo desde 2010, 2009. Eu tava no ensino médio, tinha feito um festival na escola, e um amigo me convidou pra fazer parte de um coletivo, em Sete Lagoas, que tava começando lá, e esse coletivo já seria conectado ao Fora do Eixo. A gente fez a primeira reunião, criou o coletivo e continuou fazendo atividades em Sete Lagoas, festival, eventos, enfim, muito voltados pra cultura. E eu sempre quis a parte de comunicação do coletivo, e aí passei no vestibular pra comunicação (Jornalismo). Fui pra BH e continuei no coletivo de Sete Lagoas, mesmo tenho um em BH, participava das atividades, ia e tal, tava mesmo envolvida no coletivo de Sete Lagoas, que era o Colcheia. E teve um congresso do Fora do Eixo em 2010, aí 2011 a gente fez um regional, do Fora do Eixo Minas, e resolveu abrir a casa coletiva lá em BH. Aí eu já me decidi a ir pra casa, e quando fui pra casa, já saí do coletivo de Sete Lagoas, entrei pra casa, que era essa instância regional. Eu ainda tava cursando a faculdade nesse período, fiquei mais um ou dois semestres e abandonei. Então entrei a partir da cultura e mobilizada, participando das atividades desde o princípio.

Por que abandonou o curso de jornalismo? Se desinteressou?

Ah, eu já fazia muita coisa de comunicação e o curso era muito engessado. Eu tava na aula aprendendo, tipo, como fazer um release, e já tava fazendo assessoria de 15 festivais, lidando com imprensa, então já tava fazendo. Eu já tava no Fora do Eixo, então já tava numa outra dinâmica, não me interessou continuar, não.

Você acha que tem um desencanto de estudantes e/ou de profissionais com a comunicação? Com a forma como a comunicação, o jornalismo, é ensinado e/ou praticado na mídia convencional?

Com certeza. Com a prática da comunicação, com certeza. Com a faculdade, não necessariamente. Porque acho que a universidade é um espaço bom pra muita gente que não tem outros acessos, outra formação, outros espaços pra atuar, pode abrir a cabeça, enfim, se conectar a partir dali. Mas dentro dos meios de comunicação com certeza, tem um sentimento geral de que tá falindo, como tá hoje.

Por que você acha que o meio de comunicação desinteressa grande parte das pessoas e, ao mesmo tempo, esse formato da *Mídia NINJA* e coletivos pode interessar pessoas, como interessou a você. O que tem nele?

Acho que é a representatividade. A gente vive uma crise de representatividade em todas as instâncias, e na comunicação ela é muito forte, e com o advento das mídias sociais, o

maior acesso a internet, maior acesso a meios e outros veículos que não os tradicionais, você começa a ver que é possível ter uma outra comunicação, uma outra forma de fazer, uma outra narrativa pra ser contada, outras histórias que não estão sendo visibilizadas. Então, não se vendo nessas histórias que estão sendo contadas, ou se vendo enquanto vítimas, sendo criminalizadas, etc, as pessoas começam a se engajar e buscar outros meios – tanto meios que as representam, como formas de fazer a comunicação com suas próprias mãos.

Desde que a casa de BH foi criada você mora nas casas coletivas? Como é essa vivência dentro das casas coletivas?

Sim. Agora tô mais na casa coletiva de Brasília, mas já rodei o mundo todo. É uma vivência, mais do que fazer a *Mídia NINJA*, a cobertura, o nosso principal desafio é viver coletivamente, porque é todo dia, você acorda com gente do seu lado, dorme com gente do seu lado, faz tudo ali de forma coletiva. E é uma experiência muito doida, muito interessante. Eu, por exemplo, sou filha única, neta única, sobrinha única, mimada até a alma, e quando eu fui pra casa coletiva foi muito legal, porque essa história de casa cheia, sempre tem coisas, é super interessante. E, mais do que isso, a possibilidade de você se dedicar integralmente ao que você gosta, ao que você acredita. Então as casas dão a possibilidade pra gente, da gente imergir e fazer o que você quer. Então é bem interessante no sentido da gente não ter que submeter a essa mercado do jeito que é, todo esse sistema que está colocado, que você tipo ah, eu trabalho oito horas por dia, nas duas horas que eu chego em casa depois eu faço minha militância. Não, a minha vida é isso, e a gente vai decidindo juntos os trilhos dessa vida, então é uma experiência bem interessante e rica.

E quais as suas atividades na *Mídia NINJA*, que funções desempenha? E como é o seu dia a dia?

Hoje eu tô como editora da *Mídia NINJA* e coordenadora da área de redes. Tudo o que vai ser postado, de uma forma ou de outra, passa por mim. Então é decidir pauta, avaliação de conjuntura, radar em todos os veículos, ver o que está acontecendo, elaboração de conteúdo, planejamento de coberturas, planejamento de campanhas.

Quantas pessoas são editores hoje?

A gente tem uma editoria coletiva de mais ou menos 50 pessoas, nas várias casas, e mais ou menos umas cem que estão conectadas nesse núcleo mais duro.

Qual o papel as casas coletivas têm pra que vocês consigam manter a *Mídia NINJA* em atividade esse tempo todo?

É fundamental. É a partir da casa que você consegue estar ali, num estado permanente de produção, de elaboração, de debate. Se surge uma ideia “vamos fazer tal coisa”, você não tem que esperar até o dia seguinte pra ir pro trabalho, encontrar as pessoas, debater. Não, você tá ali na hora, o tempo inteiro, e aquilo ali cria um ambiente muito mais orgânico e propício para as ideias surgirem e serem executadas. Por exemplo, a gente pegou aquele especial da Marielle, não sei se você viu, que a gente soltou, com várias entrevistas, a gente fez aquilo em, tipo, cinco dias, por isso, porque a gente tava junto e falou ‘vamos fazer?’, ‘vamos’! É assim, assim, assado, e foi tipo batidão, e a gente só conseguiu isso porque estava junto, estava em casas.

Você não acha esse formato muito exigente e esse ritmo cansativo?

Tudo cansa, né? Se eu tivesse sozinha, em casa, no meu apartamento, também ia tá cansada de alguma forma, né? Acho que o cansaço vai muito mais do conjuntural do que de estar em uma casa. A casa facilita muito mais coisas. Ela facilita com que você não se afete tanto com a conjuntura, com todas as negatividades que estão colocadas nesse cenário, nessa conjuntura mesmo, que tá trash. Então, quando você vai pra casa e tem um monte de gente que tá ali com força, com ânimo, aquilo ali é uma fonte de energia. Então cansa menos do que se eu estivesse sozinha, num apartamento, né?

É que vocês, por estarem muito envolvidos, poderiam estar mais cansados. Mas você acha que a casa cumpre esse papel?

Com certeza. A gente fala... tem um termo que a gente usa, esqueci agora... mas é onde a gente se reenergiza, junto com os nossos. Nessa crise tem um monte de gente em depressão, um monte de gente triste, muito afetado, porque, além de tudo, tem que lidar com o dia a dia sozinho, com as dificuldades. Quando você compartilha seus problemas e as responsabilidades, pelo menos vai dividindo isso, e vê que tem mais gente animada querendo fazer, vê que você não está sozinho nessa. Acho que a grande crise que veio aí nesses últimos tempos foi porque, enfim, as pessoas tavam muito sozinhas também. Tem uma coisa do tipo eu sozinha não posso fazer nada por isso, tem uma impotência que as pessoas sentem. A gente não, pelo contrário, a gente sabe da potência por estar juntos.

Fale sobre o espírito coletivo dentro da casa. Tudo é coletivo, inclusive roupas? Com funciona isso?

É... assim, né? Tu tem guarda-roupa coletivo, caixa, ... não tem muito segredo também. É prática, dia a dia, e pessoas dispostas a viverem isso. Também não adiante você colocar uma pessoa que não está disposta pra viver coletivamente. porque não vai dar certo. Se você tá disposto, você tá ali junto, construindo aquilo ali, e não vai ficar encrencando com cada coisa.

Qual a reação da sua família, como filha única, quando você disse ‘eu vou morar na casa coletiva’?

Minha mãe sempre gostou, sempre achou legal. Ela ficou mais assim quando eu disse que ia largar a faculdade. Foi um caos. Porque pra ela – ela formou também na UFMG, fez antropologia – era meio que o sonho. Desde pequena ela me levava pra UFMG, dizia que era li que eu tinha que me formar, porque também a universidade, pra muita gente, abre um campo de outras possibilidades, de você conhecer novas experiências, novos mundos, ter acesso a informação. Então é, de fato, muito libertadora pra muita gente. Então minha mãe teve essa experiência, queria que eu tivesse. Só que eu já tive ela de outras formas. Não é só ali que isso tá colocado, mas ela tinha muito essa expectativa.

O que você sente participando da *Mídia NINJA*, algum tipo de sensação ou recompensa?

Acho que é a sensação de tá fazendo o que eu devia tá fazendo, tô cumprindo tipo um compromisso com a minha geração, respondendo, assumindo a responsabilidade histórica de uma geração, de fazer a diferença em alguns campos: tanto no campo social, a partir das pautas e abordagens que a gente traz, como na comunicação, de tá apresentando

propostas diferentes destas que estão colocadas aí. A sensação de tá fazendo o que eu quero mesmo, de estar bem.

Você trabalhou em outro local antes de ingressar no Fora do Eixo e *Mídia NINJA*?

Não. Eu trabalhava em cerimonial, coisas assim, mas em comunicação, especificamente, não.

E você acha que trabalharia em um meio de comunicação convencional? Ou outro local?

Não. Eu trabalhei no Ministério da Cultura, pelo Fora do Eixo. Foi um trabalho que eu tive entre 2015, 2016. Eu era Assessora de Comunicação da Secretaria de Cidadania e Diversidade Cultural, trabalhava junto com a Ivana Bentes, que foi Secretária e é parceira nossa de longa data.

Alguns de vocês trabalharam no Ministério da Cultura nesse período. Você acha que se encontra mais no modelo *Mídia NINJA*?

Nossa! Com certeza. Deus! Como o Estado é burocrático, burrocrático, é muito engessado, muito, muito, muito. E as pessoas que estão, também, não necessariamente estão dispostas a fazer, mesmo tendo todas as oportunidades na mão. A Ivana já tinha sido coordenadora da Eco, do portal da Eco, a escola de Comunicação (UFRJ), então ela tinha um pouco dessa experiência institucional. Mas com certeza o Estado é outra história. E foi muito louco porque a gente fez o edital de *Mídia Livre*, que foi bem interessante, uma experiência bem interessante de construir política pública de dentro do Estado para o campo, porque a gente sempre construiu ou acompanhou, pressionou – a gente teve uma participação efetiva, assim, na parte da construção de políticas públicas no campo da cultura e da comunicação, mas ir pra dentro da máquina e fazer isso foi bem interessante. A gente lançou um edital que foram, acho, que 70 iniciativas de mídia livre, um prêmio de mídia livre.

Que papel você acha que a *Mídia NINJA* tem para o jornalismo?

Acho que ela é uma provocação. Desde o início, o *Roda Viva*, aquele 2013 que foi bem debatido nesse sentido: é o novo jornalismo, é jornalismo, não é jornalismo, o que que é? – aquilo ali foi bem provocativo. Você faz com que outros veículos e o campo repensem algumas práticas, se provoquem na linguagem, na estética, no próprio conteúdo, na forma. A gente está o tempo inteiro buscando novas coisas. Então a gente meio que saiu na frente mostrando outras formas e esses outros veículos e o campo em geral começam a ter que fazer alguma coisa. Eu lembro, em 2013, era a *Globo*, de cima do helicóptero, filmando as manifestações, e a gente lá com um celularzinho no meio do negócio. E você vê hoje, na *Globo*, direto, repórter da *Globo* com celular, no meio das coisas, mostrando, com aquela imagem que não é a melhor imagem, mas tá ali, e você vê que é um reflexo também dessa forma de fazer que a gente traz. E não só isso, mas também as pautas. Por exemplo: em 2017, o MTST ocupou um terreno em São Paulo, gigantesco, em São Bernardo, era tipo 4 mil famílias, e a gente cobriu desde o primeiro momento e tava lá, de perto, acompanhando, etc. E não só a gente, como várias mídias do campo progressista, outros veículos independentes. E a *Folha*, a *Globo*, não tinham falado nada. Só que, de tanto a gente fazer uma cobertura e mostrar aquilo ali, eles tiveram que ir atrás e mostrar o conteúdo. Acredito piamente que se a gente não tivesse feito esse trabalho de visibilização

daquela luta, aquela luta seria invisibilizada pelos grandes meios, e eles tiveram que falar, tiveram que mostrar aquela realidade que estava acontecendo. Então a gente provoca o campo tanto no sentido da forma, como no conteúdo.

Você sabe como ficou a questão do terreno?

Eu acho que eles conseguiram o terreno pra poder fazer as casas, mas ainda não saiu a construção das casas, pelo Minha Casa, Minha Vida, se não me engano, mas não tenho muito certeza. Lembro que a gente acompanhou, a gente transmitiu a assembleia, lembro do Boulos com o papel da mão assim, mas os detalhes... não lembro de cabeça, é muita coisa.

Outro momento de cobertura que vocês estão preparando agora acontece amanhã, a manifestação dos estudantes, 15M (15 de maio de 2019), em defesa da universidade e educação pública (o Governo federal anunciou corte de 30% nas universidades. Ele chama de contingenciamento). Vocês esperam um movimento equiparado ao Ele Não (contra a eleição de Bolsonaro, perto da eleição do segundo turno). Qual a expectativa de vocês pra essas manifestações e essa cobertura?

Acho que vai ser um levante bem grande. É meio poesia barata, mas é meio um sopro de esperança em meio a isso tudo, porque foi muito rápida a resposta e muito capilarizada também, não só nas universidades, mas nos institutos federais, que foi bem interessante. Tem muito instituto, a galera mais secundarista, mais nova, se mobilizando e a gente espera um pouco um retorno como foram as ocupações em 2016 nas escolas e universidades, mais de mil escolas no Brasil inteiro, e a gente sabe a força que estudante e jovem etc tem, e também representa um pouco dessa nova forma de fazer, para além dos movimentos e partidos e greve geral e caminhão de som e falas repetitivas etc. Tem um frescor também vindo desse lugar, como teve das mulheres no Elenão, que traz aí uma perspectiva bem interessante do que vai vir.

Que impacto você considera que a *Mídia NINJA* tem sobre a política?

Como no jornalismo, acho que tem um impacto nos dois vieses: tanto na forma - a gente começou a fazer as transmissões, começou a fazer videozinho de deputado na câmara, fazer twittaço, enfim, diferentes formatos e linguagens, a estética que a gente propõe a partir da comunicação, a gente vê isso refletido muito hoje na comunicação dos próprios políticos. Você vê como eles vão narrando os próprios processos de forma mais transparente, de forma mais participativa, se midiaticando, também seus mandatos, não só numa perspectiva de midiaticação de exposição da imagem, mas de formação mesmo da base, das pessoas que acompanham eles, que acho que é um processo bem interessante. E, por outro lado, na influência política mesmo, de pressões para ações, pras conquistas públicas que a gente quer, que a gente busca e tá trabalhando. Como uma pressão, uma campanha, um twittaço, uma ação de mobilização, a gente também influencia diretamente os processos políticos, seja fazendo uma série de memes com o Bolsonaro com o laranjal, e expondo, e ridicularizando aquela ação pra que aquilo seja mais absorvido pela sociedade, pra que as pessoas saibam que aquilo tá acontecendo e não necessariamente pelo jornal, mas por um meme, ou por alguma coisa que vai ser de mais fácil identificação ou absorção, com pressão, movimentos de marcha, coberturas de rua, campanhas explicativas, enfim, acho que tem uma influência direta muito forte.

Vocês afirmam que praticam midiativismo. Vocês pensam em avançar mais para o lado político, podendo alguns de vocês ocuparem um espaço político de modo efetivo, institucionalizado, se candidatando a cargo eletivo?

A princípio não, mas a gente fala que o que a gente vai fazer daqui a dois anos, a gente não faz a mínima ideia. A gente sabe no máximo as duas próximas semana ou os dois próximos meses. Porque também a gente vai- lógico, tem todo um processo de planejamento – mas também é muito volátil, muito flexível – mais do que volátil-, a gente se adapta muito as conjunturas, tanto que em 2016, no dia que teve a condução coercitiva do Lula, a gente virou tudo pra aquilo ali e foi, independente dos processos que a gente tava fazendo antes, a gente foi e, ‘agora o foco é isso aqui’ e vai todo mundo pra aquilo ali. É um processo bem dinâmico.

Como você se sente em relação aos jornalistas de mídia convencional? E a sua vida, como alguém que atua na *Mídia NINJA*, é muito diferente de pessoas que exerçam funções semelhantes em outras mídias?

Com certeza. Lógico, tem a prática da casa coletiva, da vivência, mas acho que mais do que isso é o sentimento de estar fazendo alguma coisa relevante. Eu vejo muito ... o Bruno Torturra, antes da gente lançar a *Mídia NINJA*... esse texto foi um dos que deu uma provocada mesmo nesse lançamento nosso, que era sobre o Ficaralho, porque, na verdade, o ruim não era pra quem tava saindo, mas pra quem tava ficando. A insatisfação pessoal dos profissionais é muito grande, seja pelo sucateamento dos serviços, pela precarização, pela forma e as condições de trabalho que são dadas a esses profissionais, seja pela falta de liberdade editorial, uma orientação ideológica que muitas vezes não condiz com o que os próprios profissionais também acham. Tem um processo aí bem diferente mesmo, entre a gente da *Mídia NINJA* e os profissionais de mídia convencional.

E sobre a questão da neutralidade que alguns jornalistas de mídia convencional defendem, e pra vocês é o contrário. Como é pra você?

É porque neutralidade não existe, né? É uma tentativa muito ingrata mesmo, porque você vai dar uma notícia, independente de você falar só os fatos, existem versões, formas de falar daquele fato que vai dar a entender que você está de um lado ou outro. E nem é só um ou outro, tem vários lados. Então não existe mesmo. E a gente acha que já tem muita gente contando a história a partir de um ponto de vista, então a gente acha, e quer, e faz, a gente conta por outros pontos de vista. E tem tido um movimento muito interessante recente de mídias identitárias também, o Alma Preta, o Geledés, a revista As Mina, que estava lá naquele dia na UnB (uma roda de conversa que acompanhei), uma série de veículos que trazem o recorte específico de um grupo pra poder trazer outros pontos de vista, são grupos identitários, que muitas vezes são criminalizados, invisibilizados ou injustiçados, em última instância, por esses veículos. Então existem várias formas de contar as histórias e a gente acha que a gente é uma delas. Também não é a única. A gente não quer ser “queremos ser a nova *Globo*”. Não, tem várias formas de contar as histórias e a gente quer apresentar esse mosaico de parcialidades, que é o que a gente chama, cada uma apresentando a sua parcialidade para que as pessoas possam escolher, a partir desse mosaico, o que elas acham mais coerente. Então é uma luta também pelo acesso a informação, pela democratização dos meios de produção, pra que isso chegue, e a gente apresentar mesmo diversas narrativas.

E entre vocês, da *Mídia NINJA*, que tipo de sentimentos você sente provocado ou em circulação?

Um pouco isso de uma responsabilidade histórica mesmo, todo mundo se sente responsável com o peso das ações que a gente tá fazendo e sabe que tá impactando uma geração e um campo, e provocações para que ocorram mudanças. Então tem sentimentos de pertencimento, participação, empoderamento e saber que o que você tá fazendo é importante, se empoderar disso e usar isso a nosso favor, a favor do que a gente acredita que seja relevante e uma responsabilidade de tá fazendo e construindo narrativas sobre um campo e uma geração de lutas, e contando histórias que muitas vezes não são contadas. Então a gente tem uma responsabilidade grande pra colocar isso na rua.

Que formas de financiamento, que vocês usaram no início e usam hoje?

São várias formas. A gente tá com financiamento coletivo, no Catarse, que é uma experiência bem interessante. Desde 2013, quando a gente lançou, tinha um financiamento coletivo que era via *paypal*, a gente tinha no nosso site um *doe aqui*, que as pessoas já doavam. A gente entrou numa campanha mais intensa para mobilização de doações a partir do fim de 2016, mais ou menos, via Catarse. Estamos com essa experiência e é um pouco para onde tem caminhado as iniciativas de mídia independente, no geral, não conheço uma que não tenha hoje. O público, as pessoas que acompanham, consomem a informação, podem livremente colaborar com aquilo ali, sem nenhuma censura tipo, ah, você só pode ver isso aqui se pagar-, conseguindo mobilizar e engajar as pessoas que acreditam que aquilo é importante para ajudar aquilo a acontecer. A gente lançou também recente a nossa loja, que é uma forma de financiamento também. Estamos sempre buscando. Editais quase não tem mais. A gente as vezes até busca alguns, se inscreve, mas recentemente a gente não teve nenhum edital. Algumas vezes tem alguns apoios específicos como algumas ações pontuais, vamos fazer um encontro, não é necessariamente da Mídia Ninja, aí tem uma fundação, um grupo, que vai doar um valor pequeno praquilo ali acontecer, mas é mais técnico mesmo.

E essas coberturas do tipo 15M, vocês cobrem sem um projeto pra conseguir patrocínio?

Sim. Não tem financiamento nessas coberturas. Ninguém recebe pra ser da *Mídia NINJA*, nem nós, que somos do núcleo duro, nem o colaborador que vem ‘ah, eu quero colocar minha foto’. Não é ‘vender minha foto’. Tem todo um processo voluntário e de colaboração, e se a gente muda isso, acaba mudando todo um projeto que vem sendo construído há muito tempo.

Em entrevista recente Renato Rovai, da *Fórum*, contou que a maior forma de financiamento deles é com anúncios programados via Google, que exige grande audiência. A *Mídia NINJA* tem audiência, mas não usa anúncios programados. Por que?

É. A gente acha muito chato, na verdade. A gente vai dá umas estudadas, mas por enquanto a gente ainda não aderiu, talvez daqui há um tempo. No Youtube, por exemplo, a gente já usa, mas no site ainda não.

Porque essa forma não precisa entrar em contato com o anunciante, então, de certa forma, libera o site, mantém a ideia de independência do anunciante, não?

É, mas é meio arriscado. Eu já vi na *Fórum*, por exemplo, ... pode entrar uma propaganda a favor da reforma da previdência – não vi esse caso específico, mas é um exemplo – e tem as matérias contra, porque você não consegue filtrar quem vai ser seu anunciante, né? Então é complicado.

Qual a sua sensação, impressão ou conhecimento em relação ao público. Como você acha que o público vê a *Mídia NINJA*?

Acho que tem um papel de representatividade muito forte, das pessoas se verem ali, e é engraçado, porque muitas vezes, quando a gente vai dar uma notícia sobre mulheres, negros, a gente sempre fala em primeira pessoa também, então cria de fato um sentimento de pertencimento e de representatividade naquele movimento, naquele conjunto de pessoas sobre quem a gente tá falando. Então acho que isso é bem interessante. E se sentem representadas na forma de fazer, nas pautas e na linguagem. Outro ponto: o público se sente engajado, mobilizado e atualizado a partir da *Mídia NINJA*. No ano passado a gente lançou um chamado: Seja resistência, Seja Ninja, e se inscreveram milhares de pessoas e as pessoas diziam ‘eu quero uma gotinha disso aí, eu quero fazer parte de alguma forma, porque acho que isso é incrível, eu me atualizo por isso aí, é a minha forma de comunicar, é como eu consigo repassar informação pra minha família ou pra outras pessoas que não têm acesso a informação’. Enfim, acho que tem um sentimento de busca de informação e de representatividade. A gente fala que é tipo: o que você precisa saber do ativismo do dia. A gente tá trazendo e mobilizando sempre as pautas mais fortes do ativismo no geral naquele momento. Então as pessoas vão ali pra saber como se engajar, como se sentir ativistas

O que você acha que alguém que se interesse por comunicação, seja um estudante, alguém da área, pode encontrar na *Mídia NINJA* que não encontre em outro veículo de comunicação?

É a possibilidade de participação, que é muito direta e clara, qualquer um pode fazer uma foto na sua rua e mandar pra gente e aquela foto, eventualmente, pode ser publicada, então isso cria uma proximidade muito forte. As pessoas se sentem capazes e provocadas a produzir conteúdo e narrar suas próprias realidades a partir do momento que elas veem que tem um espaço onde isso pode ser escoado. Então isso é uma coisa. E a representatividade, um pouco do que eu já falei, o modo como as pessoas sentem que aquilo está mais próximo delas, que a menina toda maquiada na frente da polícia federal, igual tá ali, apresentando notícias (aponta para TV ligada em telejornal), aquilo tá mais distante. Então acho que o que a gente permite é uma coisa mais próxima da realidade mesmo. É um sentimento de “ali poderia ser eu”, isso aqui é uma coisa que eu também faço, é mais acessível mesmo.

Vocês não aparecem assim, de frente, protagonizando matérias, mas alguns de vocês já são conhecidos. Você experimenta isso?

Mais ou menos. A gente faz algumas experiências, alguns plantões Ninja, um pouco no perfil pessoal.

Que futuro você imagina pra *Mídia NINJA*?

(risos) Eu gosto muito de contar uma história. A gente lançou a *Mídia NINJA* em março de 2013. Em abril eu fui dar uma palestra no simpósio de história da Comunicação, na

UFOP (Universidade Federal de Ouro Preto), aí fui, apresentei, falei de coberturas em tempo real, apresentei fotos, toda empolgada e tal, e no fim uma menina levantou a mão e disse ‘eu acho muito legal tudo isso aí que você falou, muito bacana. Mas vocês têm quatro mil seguidores, como é que vocês acham que estão fazendo a diferença no mundo com isso? Por que você acha que isso vai dar em alguma coisa? E eu falei: ‘cara, eu acredito no que eu faço, acho que eu tô condizente com meus princípios, meus valores, fazendo o que eu acho que deve ser feito, e acho que, a partir disso, as consequências virão e se mais gente concordar comigo, e compactuar com essa visão, e achar que isso é importante, eu acho que isso vai crescer, e não vai ser uma coisa fechada e que não vai ter influência’. E aí, um mês depois, explode junho e as ruas e a gente sai de quatro mil pra 300 mil seguidores de uma vez. E aí foi muito doido, porque a gente sabe que a gente tá fazendo o que deve ser feito, e aí o que vai vir a partir disso... A gente tem algumas coisas, lógico, a gente tá mirando mais na produção audiovisual, de fazer documentários, reportagens mais aprofundadas, algumas coisas nesse sentido, mas também, tudo pode mudar e a gente vai.

Vocês discutem sobre o que fazer, como, que caminhos tomar?

Claro, é um processo constante de auto-avaliação, de reflexão, de crítica, enfim.

Você se preocupa com carreira, como vai desenvolver sua carreira?

A gente tem uma preocupação coletiva, né: como vamos desenvolver o que a gente tá construindo em conjunto. Acho que é isso: é casa coletiva. As experiências que a gente se propôs a construir trazem uma perspectiva diferente, bem menos individualista, de como que vai ser a “minha” carreira - isso, não. Perpassa uma série de outros princípios e objetivos mesmo.

Você considera que esse tipo de comunidade urbana que vocês formam gera alguma desconfiança nas pessoas?

Não sei se é necessariamente uma desconfiança. É um processo de estranhamento mesmo, porque é uma lógica e uma prática diferente, então, tudo que é diferente as pessoas não aceitam de cara, tem uma certa reação.

E que cenário você vê como futuro na pluralidade de meios e formas de comunicação?

Tem um ponto sempre importante, que a gente ressaltava bastante, que é um trabalho também de valorização, mobilização, investimento e construção de um campo de mídia. A gente fala que a gente tá vivenciando uma transição da mídia de massas pra massa de mídias, dessa pluralidade de veículos, canais, pessoas, que possam produzir conteúdos e se expressar a partir dessas novas mídias, desses novos meios, essas novas formas de fazer comunicação. Então a gente sempre vem construindo em conjunto e incentivando, valorizando, compartilhando tecnologia e informação e experiência, para que outros veículos, mídias, etc, surjam. A gente fala de um ecossistema de mídias. A gente acha que o caminho é esse, é uma lógica muito diferente da mídia tradicional. A gente não vê como um concorrente, a gente vê como parceiros que vão tá se relacionando. A gente posta na nossa rede não nós nosso conteúdo, a gente posta de todo o campo progressista, a gente dá link, dá repercussão e cuida de todos os outros veículos porque a gente também acha que é uma forma de... a gente diz que é quase uma distribuição de likes, teve a

distribuição de renda e agora a gente tá fazendo a distribuição de likes, pra também dar visibilidade as outras iniciativas que já estão surgindo ou que já tem muito tempo de estrada mesmo.

Vocês usam vários instrumentos do jornalismo – entrevistas, vídeos, a busca de fazer reportagens, ao vivo, notícias – e há ainda uma discussão sobre o que vocês fazem. Discutir se a *Mídia NINJA* é ou não jornalismo é uma discussão superada?

Eu acho que a gente faz jornalismo também (com ênfase). A grande questão é que não é só jornalismo. Isso as vezes acaba dando um *tilt* na cabeça das pessoas, porque não é só uma coisa, a gente tá misturado num monte e isso causa uma certa estranheza, porque é um formato diferente do que tá colocado. Na verdade, se você for ver a fundo, a essência não é diferente, porque é você pegar seus princípios e seus interesses e defender eles a partir da comunicação. Porque o que a grande mídia faz é isso, e eles tentam encobrir isso com o mito da imparcialidade e uma série de coisas assim. A gente faz jornalismo sim e também outras coisas, também ativismo, também mobilização, também outras construções de narrativas e etc.

Como é o relacionamento com os colunistas do site?

É bem dinâmico e variado. Alguns tão sempre enviando, tem uma periodicidade, e tem alguns que enviam quando tem algo que eles querem, e a gente sempre aciona eles. Agora, pro 13 de maio, por exemplo, a gente acionou alguns: vocês querem escrever sobre? Pra educação, a gente aciona alguns que tem mais a ver com a pauta. Então a gente sempre vai provocando e fazendo uma troca: você que elaborar sobre ou tem alguma coisa escrita que queria compartilhar? Ou a gente vê algum post e diz: você quer desenvolver um pouco mais essa ideia pra virar uma coluna? Então é uma relação bem de troca também. Eles mandam o texto e a gente publica.

Com Caetano Veloso também é assim?

Também. Caetano é bem legal. A coluna dele são mais entrevistas de vídeo e a gente vai escolhendo junto quem vai ser, como vai ser, como gravar.

Entrevista realizada em Brasília, dia 14 de maio de 2019.

Renata Vicentine Mielli

47 anos. Jornalista, formada pela Cásper Líbero.

Nasceu e mora em São Paulo.

É Coordenadora Geral do FNDC - Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, e Secretária Geral do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé.

É Colunista da *Mídia NINJA*.

Como é a atualização de sua coluna na *Mídia NINJA*?

Não posso nem dizer que tô escrevendo, ela tá lá, coitada, abandonada. Mas desde quando eles lançaram o formato com colunistas, eu já comecei junto (começaram em abril de 2017). Minha última atualização foi em março (2019), a vida tá dura, minha filha, desde a eleição do Bolsonaro tá difícil.

Pra você, qual a importância de ter uma coluna na *Mídia NINJA*?

A gente tem uma parceria política e de ações de comunicação com o *Mídia NINJA*, com o Fora do Eixo, já há muitos anos. Desde antes das Jornadas de Junho de 2013 a gente já tinha uma parceria, de ação política, eles também participaram desde o início do processo do Fórum de Mídia Livre, ainda como Fora do Eixo, eles participavam, o *Mídia NINJA* ainda estava nascendo. E quando eles fizeram a ideia dos colunistas, foram me procurar, porque achavam que o tema da comunicação e da mídia era um dos assuntos que precisariam estar lá, com uma certa prioridade, na lista dos temas e colunistas que eles tinham selecionado. E eu topei, porque acho que a gente tem que fazer essas parcerias e, além de tudo, o *Mídia NINJA* fala para um público que não é o público específico da luta pela democratização da comunicação, né? Por mais que o *Mídia NINJA* seja um coletivo de comunicação alternativa, ele é um coletivo que faz comunicação e, a partir, principalmente do boom de 2013, a sua cobertura daqueles episódios atingiu milhões de pessoas interessadas numa cobertura alternativa dos fatos. Essas pessoas não têm como interesse primeiro o debate da democratização da comunicação. São pessoas que estão buscando informações alternativas sobre todos os temas. E ter uma coluna, num espaço que fala para um público muito amplo, para além do público do próprio movimento pela democratização da comunicação, é levar esse tema, essa reflexão, de que nós vivemos numa sociedade em que não há efetivamente pluralidade, diversidade na mídia. E o *Mídia NINJA*, ao surgir, mostra isso, com sua cobertura diferenciada. Levar pra essas pessoas essa discussão, de que é preciso debater comunicação, que a comunicação não é só um instrumento, é um tema político. O *Mídia NINJA* percebeu que esse é um tema importante e pra nós, ocupar esse espaço pra falar para um público mais amplo também era muito importante.

Tem remuneração para os colunistas?

Não. Bom, para mim não tem (risos), se tem para outros, eles que têm que dizer, pra mim é zero. E eu fui ousada, depois me arrependi amargamente – não precisa escrever isso não, que eu tô te falando (risos). Porque quando eles me convidaram lá atrás, me perguntaram com qual periodicidade eu queria fazer a coluna, e eu, entendendo um pouco das dinâmicas das redes, disse, ‘pra que as pessoas tenham o mínimo de engajamento no tema que eu tô querendo propor, eu preciso escrever semanalmente. Se eu escrever uma vez por mês o tema vai desaparecer. E aí eu falei: vou tentar falar semanalmente’. E o

Bira falou: você tem certeza? A maioria das pessoas não tá fazendo semanalmente. E com três semanas eu já me arrependi. Mas num primeiro momento eu consegui manter essa periodicidade de uma maneira bem ... tanto que eles diziam que eu era a mais assídua, toda semana tava lá. Mas aí, com o desenrolar dos acontecimentos do último período foi mais difícil, por toda a crise do movimento social, que atinge as entidades, então eu assumi mais tarefas do que eu tinha, outras pessoas saíram e você assume mais tarefas. Quando você tem 24 horas e assume mais tarefas, alguma coisa falha. E no caso o que tem falhado é minha coluna lá no *NINJA*, que faz meses que não mando.

Se recebesse salário já tinha sido demitida, né?

Ou se recebesse salário talvez estivesse dentro de minhas prioridades, né? Também tem isso. As vezes a remuneração também gera ... enfim, mas é uma outra questão, que a gente precisa refletir.

Como uma pessoa que estuda e milita pela democratização da comunicação, qual você considera que seja o papel *Mídia NINJA* nesse campo da comunicação contemporânea?

Acho que o papel deles foi muito importante porque, digamos, eles mesmo dizem isso, quando fazem avaliação e eu concordo com a avaliação deles: eles estavam na hora certa, no lugar certo e ... não foi nem que eles souberam aproveitar a oportunidade, a coisa aconteceu. Eles estavam lá, cobrindo a manifestação, e acho que eles mostraram a carência de fontes distintas de informação e de um outro olhar sobre os fatos, porque acho que o mais importante que o *Mídia NINJA* tem, e não apenas o *Mídia NINJA*, mas outros coletivos semelhantes que foram surgindo ao longo dos últimos anos, é mostrar, desmistificar essa ideia construída pela veículos tradicionais de comunicação, pela mídia hegemônica, pelo *mainstream* midiático- digamos assim- de que jornalismo é algo imparcial. Na verdade, essa ideia da imparcialidade, da neutralidade do jornalismo, é uma construção feita por esses veículos como parte do seu modelo de negócio, e não existe imparcialidade, neutralidade, qualquer pessoa que passe por um banco escolar de uma faculdade de comunicação sabe muito bem disso, né? Toda notícia, o fato de ser notícia já é um processo de seleção, né? Então eu escolho o que eu noticio, eu escolho o que eu dou visibilidade e aquilo que eu não dou visibilidade, eu escolho as pessoas que vão comentar os temas que eu quero dar visibilidade, eu escolho a abordagem que eu quero dar pra determinado fato. Então quando você tem um coletivo surgindo como *Mídia NINJA*, que adota uma perspectiva distinta da perspectiva adotada pelos meios hegemônicos, desde a escolha do que é notícia, até os personagens da notícia, os comentaristas da notícia – digamos assim- você tá mostrando que o mesmo fato pode ser descrito e analisado a partir de várias perspectivas, e isso mostra o grande gargalo que nós temos na democracia brasileira que é fato de não termos diversidade e pluralidade no jornalismo produz uma sociedade manipulada, porque só tem acesso a uma perspectiva sobre o mundo, o mundo é visto por essas pessoas a partir da mesma perspectiva. Qual é essa perspectiva? A perspectiva da elite econômica do sudeste brasileiro que iguala o homem do norte ao sul, e é o homem principalmente, a visão masculina da sociedade, onde a mulher tem posição subalterna, é o homem branco, a elite econômica, as questões de raça também são vistas de maneira preconceituosa por essa mídia hegemônica. Então, todo esse recorte a sociedade tem acesso a informação e aos bens culturais e produtos dessa mídia hegemônica a partir da perspectiva dessa elite econômica do homem branco do sudeste brasileiro e eu acho que o *Mídia NINJA* e esses outros coletivos mostram que é possível – possível não, que existe outra perspectiva. E essa perspectiva é tão real e

verdadeira quanto a outra, o fato pode ser narrado sob várias perspectivas e eu acho que é isso que esses coletivos conseguiram mostrar.

Você tomou parte de junho de 2013?

Estava lá, no MASP (Museu de Arte de São Paulo), fazendo aula pública pra discutir o papel da comunicação, num frio mortal e grávida (risos). No ato que a gente foi até a *Globo*, pra denunciar a *Globo* de golpista, tava eu lá, sete meses, um barrigão, e a fileira de policiais lá e o Miro, que é do Barão também, me mandando embora, que eu não podia tá lá no meio da confusão com o barrigão de grávida.

Junho de 2013 tem interpretações diferentes. Alguns consideram que eram movimentos progressistas e outros que seria o início de movimentos mais à direita que desembocaram na eleição de Bolsonaro. Como alguém que participou, como você interpreta?

Eu acho que as duas análises podem... eu concordo com as duas versões e discordo das duas, acho que as duas são extremas. Acho que aquele movimento começou por uma demanda do povo brasileiro, por mais Estado, mais educação, mais qualidade nos serviços públicos. Era uma contestação que nascia dentro de um contexto de uma sociedade, uma juventude, que tinha vivido os últimos dez anos sob um governo democrático e popular que ampliou o acesso da população a serviços públicos, a renda, ao emprego, e passaram a ter isso e passaram a perceber o seguinte: vamos cobrar porque nós queremos mais. Isso é legítimo. Então o início daquele movimento, você pode até discordar de uma ou outra bandeira, mas o início daquele processo foi um processo legítimo de manifestação popular em torno de insatisfações, talvez até menos de insatisfações, mas pelo direito de ter mais em relação aos avanços que tinham ocorrido até ali. Ocorre que num determinado momento as forças mais conservadoras e de direita na sociedade brasileira, que perceberam ali uma certa fluidez daquele movimento, que não tinha exatamente um centro de organização política, perceberam que era possível capturar aquele movimento, através de uma ação coordenada da mídia pra reorientá-lo para outros objetivos. Se você fizer uma retrospectiva dos fatos - e eu tenho certeza que você já viu isso-, o momento de inflexão disso é que num dia você tem o comentário do Arnaldo Jabor no *Jornal da Globo*, onde ele desce o pau nas manifestações, desce o cacete, e um ou dois dias depois, esse mesmo Arnaldo Jabor, no mesmo *Jornal da Globo*, muda o discurso e ele, Arnaldo Jabor, e a *Rede Globo*, e a partir daí os outros veículos de comunicação incluem uma nova bandeira na agenda daqueles movimentos, que na verdade não era uma bandeira predominante dos movimentos, que é o Fora Dilma, que é a questão da corrupção. E aqueles movimentos não começaram com essas bandeiras. Aquelos movimentos começaram na onda da copa do mundo e eu quero mais, mais educação, queremos escola padrão Fifa, era esse o mote, num primeiro momento. Então, o que eu acho? Houve uma captura desses movimentos, então por isso eu digo: nem tanto esses movimentos nasceram como forma de derrubar o governo, e nem... foi um processo político que aconteceu, por isso que eu acho que as duas análises, elas têm fundamento. Porque num determinado momento esse movimento foi capturado de fato. Para parafrasear o Lula, nunca antes da história do Brasil alguém viu publicado na *Folha de São Paulo* roteiro com local de manifestação de rua. A *Folha* publicou roteiro: 9 horas da manhã, concentração em tal lugar, 10h em tal lugar. Onde você viu a *Folha de São Paulo* publicar isso numa marcha de movimento social brasileiro? Isso só já faz você desconfiar. A *Folha* tá convocando? A *Globo* passou a convocar as manifestações lindas do povo brasileiro nas ruas. Então houve uma captura e a partir do momento que houve essa captura da agenda desses movimentos pela mídia, em aliança com a elite, porque a mídia é a elite,

aí você teve o início de um processo que sem dúvida nenhuma culminou tirando a Dilma e na eleição do Bolsonaro, porque aí foi um processo político crescente.

Sobre a *Mídia NINJA* também tem interpretações diferentes, que avaliam esse papel importante de discutir a concentração da comunicação, e ao mesmo tempo que pode ser uma forma de precarizar trabalho de jornalistas. Como você analisa isso?

Veja, nem uma coisa nem outra. Primeiro que o *Mídia NINJA* não é exclusivamente um espaço de contestação da concentração dos meios de comunicação. Ele é um coletivo de comunicação que inclui isso na sua agenda. O *Mídia NINJA* faz comunicação a partir de um novo ecossistema, de plataformas, de uma nova forma de produção de conteúdos a partir das novas tecnologias de informação e comunicação, a partir da internet. O uso da internet e essa mídia alternativa, criou uma nova forma. O que o *Mídia NINJA* fez? Ele criou um coletivo que é enraizado a partir de uma rede de colaboradores. Isso é precarização do trabalho dos jornalistas? Primeiro: nem todos os colaboradores do *Mídia NINJA* são jornalistas. Então não dá pra você falar de precarização do trabalho dos jornalistas – em que pese, eu não sou daquelas que acha que a comunicação é exclusividade dos jornalistas – eu não considero isso – mas acho que não dá pra falar precarização do trabalho dos jornalista, porque *Mídia NINJA* não é uma empresa de comunicação. Quem precariza trabalho de jornalista é a *Globo*, *Folha de São Paulo*, *Estadão*, e fazem isso há muitos anos, com a pejetização, que foi chancelada desde a reforma trabalhista, uma série de coisas. Então o *Mídia NINJA* não é uma empresa de comunicação – essa é a primeira questão. A segunda é que ele não trabalha só com jornalistas, é uma rede de colaboradores que vê a produção de conteúdo não como um meio de sobreviver, ou meio profissional, ou de ganhar a vida. Vê essa produção de conteúdo como uma ação militante, como uma ação ativista. Então se a minha ação política é lutar pela democratização da comunicação a partir das ferramentas do FNDC, de desenvolver discussões e debates sobre a regulação dos meios de comunicação, sobre o papel da internet, sobre a questão das rádios comunitárias, o *Mídia NINJA* faz isso de uma outra maneira. Qual a maneira que eles encontraram de fazer isso, qual a militância deles? É fazer uma comunicação a partir de uma outra perspectiva. Tanto que se você entrar lá no *Mídia NINJA* e ver a missão deles ou o que eles fazem, eles dizem, que são um jornalismo que toma partido, eles autodeclaram isso. E essa rede de colaboradores não são os trabalhadores do *Mídia NINJA*, por mais que produzam conteúdos de comunicação, é a militância deles, é um trabalho voluntário. E eu não conheço a ponto de afirmar, mas acho que dentro da rede *Mídia NINJA* nem todos são cem por cento voluntários, tem uma parte que tem algum tipo de apoio, ajuda, contribuição, pra fazer o trabalho. Então você tem todo tipo de militantes do *Mídia NINJA*, de ativistas, desde aquele cara que faz voluntariamente até um cara que se dedica mais diariamente e por isso tem alguma contrapartida. Eu não acho que isso seja exploração do trabalho de ninguém. Agora, se você me perguntar se as novas tecnologias, a internet, têm aberto um cenário que contribui com a precarização do trabalho profissional do jornalista, isso é indiscutível. É um problema, é fato, a nossa profissão de jornalistas, nós sofremos, também estamos na crise do modelo de negócios do jornalismo e da comunicação como indústria, como trabalhadores dessa indústria, nós fazemos parte dessa crise. Então como enfrentar isso? Não é só *Mídia NINJA*. 90% dos sites da mídia alternativa, e não só da mídia alternativa, da direita também, fazem conteúdo sem remuneração, publicam conteúdo com remuneração baixíssima – esse é um outro debate, que precisa ser enfrentado. Também precisa ser discutido o seguinte: comunicação de qualidade tem valor. Não é gratuita. Pra você fazer um jornalismo ou produzir conteúdo checando fatos, tirando a bunda da cadeira, saindo da frente do computador e indo pra rua, fazendo viagem

pra cobrir uma matéria – isso custa dinheiro. Então é preciso financiar essa atividade de alguma maneira. Uma das maneiras que o *Mídia NINJA* encontrou é através de contribuições coletivas, tem os Catarses e outros apoios, muita gente faz assim. Mas essa história da gente não pagar nada por uma informação que a gente recebe, a gente precisa repensar isso, porque isso gera esse cenário de caos informativo que a gente vive e que permite essa proliferação da desinformação, das notícias imprecisas, das mentiras, que a gente vê hoje.

Eu vi uma divulgação que você discutiu potencialidades e armadilhas das mídias digitais esses dias. Sobre as plataformas, elas são pertencentes a grandes grupos empresariais, por outro lado, são a essas plataformas que as mídias alternativas têm recorrido para conseguir chegar para um público maior. Entre essas plataformas de propriedade de grandes capitais e o caminho que a mídia alternativa tem encontrado para se comunicar, qual a saída?

Não só a mídia alternativa, a mídia hegemônica cada vez mais recorre a essas plataformas. Inclusive essas plataformas criaram dispositivos para desenvolver parceria com essas mídias, o *instant articles* era uma forma das grandes plataformas terem maior visibilidade dentro do Facebook, por exemplo. Então não são só as mídias alternativas. Esses novos monopólios digitais, que são as grandes plataformas, Facebook, Google, Amazon, essas grandes estruturas que hoje são os novos monopólios do mundo atual, eles são efetivamente um problema democrático para a sociedade no mundo inteiro, não só aqui. Porque eles muraram a internet, e fagocitaram a internet pra dentro das plataformas deles. Se você pensar que o Facebook tem mais de dois bilhões de pessoas na sua plataforma, é uma coisa absurda o poder comunicativo que ela tem, porque eles não são só um meio de comunicação, mas são também, porque a medida que eles usam algoritmos pra determinar, a partir de nossas interações dentro da plataforma, o que a gente vê ou não, a partir do momento que eles são os novos curadores, pra não dizer editores, e determinam o que tem visibilidade e o que não tem visibilidade, eles tão fazendo uma edição e estão direcionando os conteúdos. Então eles são os novos intermediários, efetivamente, dentro de um método de funcionamento totalmente opaco, sem qualquer forma de participação da sociedade, então é gravíssimo. Agora o fato é que as pessoas ainda estão nessas plataformas, elas ainda são um espaço relevante. Digamos assim: nós estamos diante da cruz e da espada, num beco sem saída. Apesar de reconhecer o papel deletério que essas plataformas têm para a democracia, apesar de reconhecer que o fato da gente postar alguma coisa numa plataforma como essas e até pagar para impulsionar um conteúdo, a gente nunca vai ter certeza qual o real alcance daquilo, quem efetivamente leu aquilo que a gente tá postando, nós não temos como sair dela nesse momento. Então ela ainda é um espaço de disputa. Então o que que eu digo quando tô dialogando com pessoal da mídia alternativa ou movimento social? Nós não podemos sair dela, mas nós temos que fazer de tudo pra cada vez mais dar relevância pra outras formas de distribuição do nosso conteúdo. Primeiro: jamais abrir mão dos sites próprios das entidades e da mídia alternativa. Tem muita gente que fechou o site e ficou só com página no Facebook. Se o Facebook tirar da tomada, a pessoa vai perder todo o conteúdo, vai perder foto, imagem, texto, e nunca mais vai ter aquilo de volta, aquilo não é da pessoa, é do Facebook. Então não pode deixar de ter o seu espaço. O espaço onde você pode ter o mínimo controle, pelo menos. E encontrar outras maneiras de distribuição disso que não seja só pelo Facebook, pelo Twitter, pelo Instagram, pelo WhatsApp, é preciso construir outros mecanismos para esses conteúdos digitais e, apesar de soar muito anacrônico, mas na minha visão não é, não podemos abrir mão de outras formas de fazer comunicação. O impresso ainda tem o seu papel, é preciso que a gente dispute esse espaço. Seria importantíssimo que, no Brasil,

a gente tivesse um grande jornal diário que fosse de um conteúdo distinto dos que já existem aí e representam a mesma elite econômica. Sei lá: um grande jornal impresso da mídia alternativa, não sei, mas é preciso ter um jornal com outro viés político. Nas democracias do mundo mais avançadas você tem. Na França você tem um jornal mais à direita, que é o *Le Figaro*, e você tem um mais à esquerda, que é, sei lá, o *Le Monde*. Na Espanha, na Inglaterra...você tem isso nesses países e só no Brasil que não temos. Você tem uma TV pública forte nesses países e geralmente a TV pública tem pelo menos um viés mais progressista, mais voltado a interesse público, menos permeável aos interesses econômicos, e aqui nós não temos nada disso e o pouco que nós conseguimos construir foi destruído com a *EBC*, então não podemos deixar de ocupar esses outros espaços e de continuar lutando pela democratização desses espaços. Uma polêmica que a gente tinha, o *Mídia NINJA* num determinado momento, é que eles diziam que a luta pela democratização da comunicação já tava superada, porque a internet já tinha democratizado a comunicação. Então a gente chegava a debater isso em alguns momentos, mas isso alguns anos atrás. Passou um certo período e eles perceberam também que isso não era verdade, que a internet também foi apropriada pelo poder econômico, por mais que seja indiscutível que ela tenha dado voz a setores historicamente invisibilizados, sem dúvida nenhuma, houve maior espaço pra mídia alternativa, não fosse a internet..., mas a internet não resolveu o problema. O problema da radiodifusão, que continua sendo uma questão que é preciso democratizar..., então eu acho que esse é o cenário que a gente precisa entender quando a gente falar de como usar essas novas plataformas, essa mídia digital, como usar a internet: é sabendo que elas representam um problema, é procurado conhecer o funcionamento delas, procurando hackear esse funcionamento de outras maneiras e tendo outras formas de comunicação.

A própria Mídia NINJA já descuidou mais do site e agora vem dando maior atenção. Eles retomaram. Além dos colunistas, estão publicando matérias no site, eles mesmos, já de algum tempo – sei disso por conta do diálogo que tinha com eles sobre minhas colunas – que o Facebook, num determinado momento, começou a reduzir o alcance das postagens do *Mídia NINJA* dentro da plataforma do Facebook, então eles começaram a usar mais o Instagram, porque o algoritmo do Instagram era diferente, mas por outro lado o Instagram não é um espaço de produção de conteúdo, é um espaço de fotos, né? Então isso é muito precário. Mesmo assim o alcance do *Mídia NINJA* no Instagram é muito maior que no Facebook hoje, porque o Facebook meio que sabotou, controla o alcance, então a gente precisa saber lidar com essas situações. Mas hoje nós precisamos criar alternativas e criar alternativas passa, por exemplo, por ter uma sinergia maior entre o conjunto da mídia alternativa na internet. A gente tinha que ter um grande portal. É claro que cada um tem o direito e é super legítimo que cada organização e coletivo tenha o seu site, a sua produção, mas a gente precisava pendurar isso tudo dentro de um grande portal, que é o que o *UOL* faz, por exemplo. Por que o *UOL* tem tanto tráfego de visitantes? Porque não é só produzido pela *Folha*. Eles se associam, há um monte de gente. Por que o Eduardo Sakamoto tem uma coluna no *UOL* e não tem no *Mídia NINJA*, entre outras coisas? Porque é óbvio que ele tá hackeando um espaço numa mídia hegemônica, a presença dele lá é um certo hackeamento. As pessoas podem criticar ele por isso, eu não critico, nós temos que ocupar todos os espaços, nós temos que dar visibilidade a uma agenda progressista, democrática, em defesa dos direitos humanos, aonde a gente puder dar. Enquanto cada um ficar no seu setorzinho, o *247* no *247*, o *DCM* no *DCM*, o *Mídia NINJA* no *Mídia NINJA*, *Jornalistas Livres* no *Jornalistas Livres*, é ótimo, já tá cumprindo um papel. Mas será que nós já não estamos no momento de dar uma maior sinergia pra tudo isso? Não é fácil, porque envolve visões diferentes de mundo, uma série

de questões, recursos, como se daria a edição disso aí, mas você teria uma coisa muito mais potente pra fazer o enfrentamento de narrativa no nível que nós estamos precisando fazer na sociedade hoje.

No discurso de grande parte dos participantes da Mídia NINJA eles usam muito a ideia de uma substituição de uma mídia de massas por uma massa de mídias. Isso vai no sentido de ter vários atores, fragmentados, no campo da comunicação. Só que isso se contrapõe a isso que você está trazendo, de ter um portal maior que agregue outros, uma sinergia.

Ocorre que eu tenho estudado, tenho olhado um pouco pra esse fenômeno da desinformação, pra essa fragmentação de conteúdos que a gente vive no mundo hoje, é uma posição muito minha e tô estudando isso ainda e sei que isso é muito polêmico, mas o que é o fenômeno da desinformação que a gente vive hoje? Porque a questão da desinformação, a gente diz assim, é porque a internet e as novas plataformas... a desinformação sempre existiu, a fake news – eu odeio usar esse termo – mas isso sempre existiu na mídia hegemônica, antes da internet, não é uma coisa nova na história da humanidade, muito menos da comunicação, então o que é o novo? É o uso de informações coletadas, dos nossos dados pessoais, e que possibilitam o direcionamento quase individual de conteúdos, e a capacidade de disseminação ampla a partir dessas ferramentas de comunicação. É escala, velocidade e segmentação. Então isso que seria o novo. Antes você construía uma desinformação que passava num veículo de televisão e era uma coisa geralzona, agora não, agora você tem escala, velocidade e segmentação nunca antes vistas na história. Mas não é só isso. Sabe o velho ditado quando nossa mãe ou avó, quando tinha um monte de gente dentro de casa falando ao mesmo tempo, que que o pessoal antigo falava? Quando todo mundo fala, ninguém escuta. Pra mim, nós estamos vivendo num momento de excesso informacional, entendeu? É muita informação, é muito conteúdo, a mente humana, principalmente nos dispositivos móveis como celular, que fica passando aquele milhão de informação, é uma mensagem por segundo, você nem consegue ler o título, é um bombardeio informacional, sem qualquer tipo de hierarquização das notícias, sem qualquer tipo de seleção de conteúdos de uma maneira mais socialmente participativa, então nós estamos vivendo uma desorganização da esfera pública de informação, isso gera um caos. As pessoas estão enlouquecidas, acreditando na terra plana ou se é mentira que o homem foi a lua ou o movimento anti vacina, porque as pessoas perderam a referência, não existe mais referência. Em algum momento nós vamos ter que voltar a ter isso. Isso não significa que eu estou propondo que a gente volte ao modelo onde a gente tinha poucas empresas falando pra muitos, não é isso que eu tô propondo. Mas a maneira que a gente tá vivendo hoje é insustentável do ponto de vista de um projeto coletivo de sociedade democrática. É uma desorganização informacional, as pessoas estão perdidas, elas não sabem em que se referenciar. Então, quando a gente fala de liberdade de expressão e direito a comunicação, a comunicação tem um fluxo pra se concretizar, não basta produzir e distribuir, é preciso escutar e processar. Se você não escuta e processa aquilo, pra formar um produto disso tudo, você não tem democracia na comunicação, então essa mídia de massa para massas de mídias é uma dicotomia falsa, porque ambas geram uma sociedade controlada por quem tem o poder econômico. Uma pelo excesso de centralização e outra pelo excesso de fragmentação.

Como você acha que a gente pode explicar um coletivo que consegue colocar tanto um garoto estudante pra fazer uma cobertura como mobilizar um Caetano Veloso, um Boaventura de Sousa Santos pra escreverem?

Eu acho que é porque eles se legitimaram como veículo que se pauta por determinados valores e por produzir um conteúdo orientado pelo interesse público, sem produzir desinformação, sem produzir mentira. O *Mídia NINJA*, por todo o processo que viveu, até estar na hora certa, no lugar certo, com a câmera na mão, ele acabou se construindo e se consolidando e ele se legitimou nesse processo. Não é à toa que ele tem o alcance que tem e que consegue envolver personalidades como ele consegue. Ele construiu, na prática e no dia a dia, essa legitimidade.

Que futuro você vê para os coletivos de comunicação no modelo *Mídia NINJA*?

Eu não tenho muito bola de cristal pra fazer previsões, eu não gosto muito, mas eu acho que esses coletivos e não só eles, mas todo mundo que tem algum compromisso com uma sociedade democrática, em algum momento, vai ter que pensar como ter mais relevância, mais alcance, de forma sinérgica, de forma coletiva – ou seja: coletiva entre todos – pra ajudar no combate a essa fragmentação da comunicação, pra que a gente possa fazer efetivamente uma disputa saudável de narrativas de comunicação na sociedade. Porque nós não podemos continuar falando só pra quem concorda com o que a gente fala, e nem podemos ser alvo dos que discordam do que a gente fala, a gente tem que criar novamente um espaço onde seja possível o diálogo entre pessoas que não tem opinião formada ou que muitas vezes podem mudar de opinião, e a gente ainda tá com dificuldade de fazer isso. Hoje o que nós temos é uma sociedade cindida, dividida, onde vale aquele que pensa igual a mim e aquele que não pensa igual a mim não vale de nada. Então como restabelecer o tecido e as fontes que possam permitir que a gente transite entre visões diferentes para reorganizar o espaço público de debate? Eu acho que esse é o desafio que tá colocado para o futuro. Então eu acho que é mais um desafio do que pensar em como vamos estar. Mas acho que a sociedade exige esse próximo passo de amadurecimento.

Entrevista realizada Piauí/São Paulo, dia 18 de julho de 2019.

Thiago Meneses Alves

33 anos. Professor de Jornalismo na UFPI (com contrato de professor substituto).

Graduação em Jornalismo pela UFPI (Universidade Federal do Piauí), em Teresina.

Mestrado em Comunicação e Cultura pela UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), Rio de Janeiro. Doutor em Sociologia pela Universidade do Porto, Portugal.

Nasceu no Rio de Janeiro e morou infância e adolescência em Parnaíba, Piauí.

Participou de coletivo vinculado ao Fora do Eixo.

Como você conheceu e se aproximou do Fora do Eixo e *Mídia NINJA*?

A gente teve um coletivo em Parnaíba, que chegou a fazer parte da rede Fora do Eixo, em 2012, 2013, aí esse pessoal todos nós tivemos a oportunidade de entrar em contato. Inclusive isso foi muito importante pra minha pesquisa de mestrado na UFRJ, que tem até uma pessoa do Rio de Janeiro, que é professora da UFRJ também, a Ivana Bentes. Participando do Fora do Eixo eu tive o privilégio de poder falar por dentro. Na hora de fazer a crítica, mas também na hora de fazer o elogio foi muito por dentro, foi um privilégio, nesse sentido. E no período onde estava surgindo a *Mídia NINJA*, essa discussão, esse termo “Narrativas Independentes Jornalismo e Ação” era falado apenas ali para os membros. Então foi muito legal perceber essa transição de foco mesmo, esse midiativismo, essa nova forma de jornalismo.

Como foi a sua participação no Fora do Eixo?

Eu sempre gostei muito da música independente, de uma forma geral, e não tem jeito, quando você começa a pesquisar essa coisa, principalmente nesse recorte – início do século XXI - você vai bater no Fora do Eixo. Eu soube daqueles coletivos que não estavam nas principais cidades do Brasil, que começaram a articular esse movimento de música independente no Brasil, em 2005, e que coincide, e são instâncias diferentes, mas coincidentemente no mesmo ano se formam, seja o Fora do Eixo, seja A Associação Brasileira de Festivais Independentes. E aí eu comecei a querer conhecer mais isso, até que quando eu fui fazer o mestrado no Rio de Janeiro (2011), eu queria fazer um trabalho sobre essa rede de festivais de música independente a partir do estudo de caso da Feira de Música de Fortaleza, que é um dos principais festivais do Nordeste nesse sentido, tanto que o Ivan Ferraro foi o Vice-presidente da Abrafin – a finada Associação Brasileira de Festivais Independentes. E isso acaba confluindo muito, porque muitos festivais gerados no âmbito do Fora do Eixo faziam parte da Abrafin. Então foi assim, mais ou menos, que eu comecei a lidar, a tomar contato com esse movimento, que na altura já não era mais um movimento só de música, ele englobava muitas outras linguagens artísticas, aquele conceito de tecnologia social, que a gente tem também. Por exemplo, se tem uma experiência legal aqui em Teresina com relação a produção cultural, a nossa capacidade de replicar essa experiência em outros contextos, então já trabalhavam muito todas essas questões, a economia solidária também. E Fred Maia, foi uma pessoa muito importante nesse sentido, porque eu tava entrevistando Pablo lá em Fortaleza, eu tinha me aproximado primeiramente do pessoal da Feira e conseguia, por via deles, entrevistar o Pablo e ele disse: ah, você é do Piauí? Ah, olha, eu conheço o Teófilo (músico), vou ligar pra ele aqui, agora. O Teófilo é essa figura lendária daqui (Piauí). Era 2012, o Teófilo apareceu lá (em Fortaleza), a gente se sentou numa mesa e falou: vamos levar um coletivo pra Parnaíba, nos moldes como trabalha o Fora do Eixo. Foi mais ou menos assim essa aproximação. E junto a isso, como eu fazia o mestrado na UFRJ e tava naquele período

de escrita, aí acabou que se transformou numa pesquisa-ação mesmo. Porque a gente tava implantando um coletivo lá em Parnaíba ao mesmo tempo em que eu escrevia, por isso eu falo que foi um privilégio muito grande. Porque você sabe que a academia as vezes tem aquele *delay* natural pra chegar nas coisas, explicar mesmo, e foi muito impactante isso, e foi muito legal, seja perceber as coisas legais que tinha por dentro, mas também várias outras críticas legítimas que eram feitas, não só por outros produtores culturais, mas também no âmbito acadêmico. Lá na própria UFRJ nós tínhamos dois professores: uma completamente alinhada, que era a Ivana Bentes, ainda hoje; e o outro era o Giuseppe Cocco, que é um italiano com personalidade muito forte – vamos dizer assim-, que era um crítico e acho que foi muito enriquecedor. Não que na hora da pesquisa não desse uma angústia, mas foi muito legal tá vivenciando e ao mesmo tempo poder perceber essas críticas, esses elogios, porque no fim das contas não é nem uma coisa nem outra, a gente tem que ter o discernimento de tirar os pontos positivos e negativos.

A sua pesquisa de mestrado investigou o que?

O objetivo era investigar essa rede de festivais de música independente que fazia circular essa nova produção no Brasil e se formava a partir, obviamente, de um estudo de caso. E eu fazia um estudo de caso da Feira de Música Independente de Fortaleza que é ainda um dos principais festivais do Nordeste nesse gênero, e a partir daí discutir todo esse novo momento que àquela altura a música brasileira passava, a partir desse estudo de caso, então como estaria configurada essa rede de festivais de música independente, que não era mais uma rede apenas pro promover música, mas uma rede que buscava promover outras formas de vida, todo aquele discursos do Fora do Eixo, que tava muito alinhado também às políticas culturais da altura, que eram ainda muito boas, por mais que a gente já tivesse passado pela Ana de Holanda, mas aquele legado do Juca Ferreira e do Gilberto Gil tavam ainda muito forte, aquela lógica de rede dos pontos de cultura. Então perceber como essa rede se estruturava dessa forma, com pontos positivos e negativos, e qual era a repercussão disso para a música brasileira nova, se formando.

O que você via em relação as críticas da Ivana Bentes e do Giuseppe Cocco que, mais de perto você pôde comprovar?

Em termos gerais... tem pelo menos uns dois ou três anos que eu não mexo mais com isso, eu só acompanho como espectador, como interessado, não como pesquisador. Mas assim, na altura, se a gente pudesse resumir, a Ivana era alinhada e o Giuseppe tinha uma crítica muito rígida. Não rigidez no sentido de quadrada, mas no sentido de dura, onde ele falava que o Fora do Eixo, basicamente, aquela marca Fora do Eixo, ela trabalhava basicamente como modelo de negócio desse capitalismo contemporâneo, por exemplo: Google, Facebook, Amazon. Em que consiste esse negócio? Eles não produzem, eles simplesmente capturam uma riqueza que é produzida por uma multidão, que tá aí dispersa. Então quando a gente pensa no modelo de negócio do Google, ele simplesmente organiza esse conteúdo informacional que é produzido por todos nós e gera renda pro dono do Google, né, a partir desse conhecimento produzido pela multidão. Então a crítica principal que ele fazia era nesse sentido, que existia uma série de coletivos culturais no Brasil e que o Fora do Eixo, entre aspas, capturava essa produção, reforçava a marca Fora do Eixo e esse era o, digamos, o principal objetivo deles. Essa era a crítica do Giuseppe e do pessoal ligado a uma vertente da escola de comunicação chamada capitalismo cognitivo, que é uma forma de ver esses novos movimentos, essas novas coisas. Eu acho que há e não há, eu acho que a coisa é bem mais complexa. Por exemplo, quando você pega, e talvez as críticas do acadêmico que não está exatamente dentro do campo – não tô falando que é o caso dele – mas as vezes a crítica generalista tem um pé de correção,

mas as vezes é injusta porque, por exemplo, eu, como indivíduo que estou lá em Parnaíba, a frente, junto com Téofilo e outras pessoas de um coletivo, eu posso concordar com alguns pontos dessa crítica, mas não dá dizer também que é só isso, que o fruto do meu trabalho tava sendo capturado para enriquecer a marca Fora do Eixo e eu não tinha nenhum tipo de benefício, ou meu contexto não tinha nenhum tipo de benefício. Eu lembro que, na altura, uma das principais bandas do Brasil era a banda Macaco Bongo, que foi a primeira banda a emplacar na Rolling Stones, que é uma revista mainstreaming – aqui não falamos de veículos de mídia alternativa, mas de uma franquia multinacional – o título de melhor disco do Brasil. Então esse tipo de artista não iria circular lá em Parnaíba se não fosse pela forma como a gente tava fazendo que era uma tecnologia Fora do Eixo. Então eu tô só dando um exemplo pra você, pra tentar ilustrar como essa coisa é tão mais complexa, como é tão difícil falar. Porque se eu posso concordar com eles que tinha problemas, por outro lado não dá pra falar que Parnaíba não foi beneficiada naquele intervalo de tempo com a vinda de pessoas que podiam promover formação cultural ou a própria questão da formação de público através desses nomes da música independente que dificilmente passariam lá de outra forma.

E vocês fizeram shows com eles?

Sim, fizemos concertos com Macaco Bongo, Aeromoças e Tenistas Russas, fizemos o festival Grito Rock, que é uma tecnologia social também do Fora do Eixo, que era um festival interligado com toda a América Latina e permitiu que os artistas que já tavam circulando naquela rede e passaram lá, artistas que não passariam, dificilmente passariam de outra forma, então é difícil falar mesmo.

Até hoje é difícil?

Hoje eu acho que está até pior a circulação da informação lá. Eu acho que a gente conseguiu deixar um legado muito importante que foi a mentalidade do aural, de você produzir porque pode, porque dá, porque as vezes era uma questão de autoestima, as pessoas tavam escondidas lá, as vezes é uma questão de você sensibilizar: olha, você pode colocar sua música - isso passa pela promoção de festivais mesmo, pela questão de você tentar dialogar com poder público, é óbvio, ninguém faz nada sem isso, até porque eles são nossos representantes lá, uma mudança de mentalidade mesmo e isso a gente aprendeu muito com eles, não tem como falar que não.

Você esteve na ação fazendo essas atividades e ao mesmo tempo fazendo a pesquisa de Mestrado?

Sim, isso foi em 2012-2013.

Você esteve em casa coletiva?

Eu fui algumas vezes, inclusive em vivências, na Casa Fora do Eixo Nordeste, que era em Fortaleza. Fiquei lá fazendo produção, vendo como funcionava etc etc. Fizemos viagens juntos, fomos pra Vitória da Conquista, para um Congresso Fora do Eixo onde você tinha representantes de todos os coletivos do Nordeste.

Você tem uma avaliação sobre o papel que as casas coletivas têm para o Fora do Eixo e Mídia NINJA?

Eu acho que aquilo está ligado muito... hoje o próprio pressuposto, quando a gente pensa em trabalho, e voltando no referencial de minha pesquisa, eu trabalhei muito com a ideia de trabalho, com as ressignificações que o trabalho começa a ter a partir de um determinado estágio do século XX, no capitalismo, e no determinado momento, os

autores do capitalismo cognitivo, falam muito de um certo momento em que o trabalho começa a se confundir com a própria vida, a gente não tem mais horário pra trabalhar, etc. E eles tinham uma... não vou falar que é retórica, mas eles tinham um discurso que falava muito, poxa, se o trabalho já é vida mesmo, a gente tem que gerar novas formas de trabalho, de vida, novas estratégias a partir da convivência, da troca, da partilha. E eu acho que as casas tinham muito essa função e que eram bem legais. O que tinha em termos de crítica – e aí eu não posso falar em termos pessoais porque não passei por isso – mas o que as pessoas falam é, principalmente quem passava períodos mais prolongados, que existia uma espécie de doutrinação, que não se podia falar mal do circuito, que era tudo muito quadrado na hora das estratégias de comunicação, o que ia ser divulgado massivamente, então existiam essas críticas, que é importante a gente pontuar aqui, e que eram em grande parte geradas nessas casas também. Quem criticava falava que eram formas de doutrinação, que falava bem dizia que eram novas formas de produção, de vida, de afeto, né? De sensibilidades. Eu acho que talvez são as duas coisas. Porque não é fácil mesmo, viu Samária, falar que é uma coisa ou outra. Por exemplo, nesse caso do governo atual (Jair Bolsonaro) é muito fácil falar o que ele é, é muito fácil ser taxativo, já seu objeto de pesquisa é muito complexo. E eu não estaria não sendo razoável ao ser taxativo e afirmar que o presidente é incompetente. Agora num caso desse daí é muito complexo, não pode nem dizer amém, porque tem problemas, tampouco crucificar, porque é uma tentativa de fazer diferente. Tem os detalhes, as minúcias, que de longe você não consegue ver.

Você acompanhou 2013, o surgimento da *Mídia NINJA*?

Eu tava na Europa já, fui fazer o doutorado lá em 2013, com tudo fresco na minha cabeça. Não acompanhei em primeira pessoa, mas tive amigos que estavam ali na linha de frente, dessa parte da *Mídia NINJA* e pra mim ali é bastante claro, era muito recente a minha saída do Brasil, de que ali você via provavelmente uma mudança de foco do Fora do Eixo, da produção cultural lato senso, nas mais diversas linguagens artísticas que você possa imaginar, para a questão do midiativismo. Acho que ali foi o grande salto ou um dos principais momentos dessa mudança.

2013 também é um momento complexo, com diferentes interpretações, muitos dizem que foi já naquele momento um movimento de direita...

Eu não vi dessa maneira. Eu acho que foi colonizado, talvez, pela direita. Talvez eles souberam se aproveitar mais. Mas acho que no começo era uma insatisfação legítima até de indecisos – como eles se diziam – contra aquele estopim do aumento das passagens de ônibus e talvez depois foi colonizado pela direita, ela soube usar melhor tudo aquilo que estava acontecendo, até porque era um governo à esquerda que estava a frente, poderia ter sido qualquer governo, eu acho que aquela explosão independia de quem estivesse a frente.

E o tema do seu mestrado foi exatamente qual?

Os festivais de música independente – era o tema – mas com o Fora do Eixo você terminava batendo nessas questões todas e me interessavam também. Eles utilizavam – isso é muito importante de se falar e a Feira é muito representativa – que festival de música não era mais só festival de música, era plataforma – pra desenvolvimentos de novas formas de vida, de economia, obviamente a partir da produção cultural. Por exemplo, a Feira de Música tinha os palcos de apresentação, onde você tinha público, mas você também tinha uma feira de negócios baseada numa moeda alternativa, complementar, baseada em preceitos de economia solidária. Você tinha esses editais de

vivência que era trazer produtores culturais de vários coletivos do Fora do Eixo para fazerem coletivamente a Feira, tinha experiências de *crowdfunding* que é essa economia colaborativa – ou seja: você acredita nesse projeto – então era uma experiência multi e você olhar pros festivais de música, você acabava tocando em todas essas questões que estavam ali inerentes às práticas do Fora do Eixo.

No doutorado você não deu continuidade a esse estudo?

Aí eu vim aqui pras questões do rock de Teresina no século XXI. Esse era meu tema porque eu sabia já que existia uma produção muito grande, mas eram muito poucas sistematizadas as informações, ainda é, sobre a música no Piauí, mas era ainda pior porque você não tinha uma ideia, principalmente do volume, então até por isso a dimensão quantitativa, no meu trabalho, apareceu muito, ou seja trabalho de catalogação de quantos artistas dentro dessa produção autoral de rock atuaram aqui no século XXI, quantos produtos fonográficos foram lançados, porque a gente tem a disposição... porque a gente não tinha nada disso, só sabia que era muito, era bom, mas que ainda não existia um levantamento e eu resolvi me voltar pra isso. E confesso que também porque o Fora do Eixo tava... eu passei por uma experiência muito intensa, não foram só flores, seja com a pesquisa em si, seja com a prática de produção cultural, e eu tava emendando mestrado e doutorado e não me sentia à vontade com aquela temática, então por um lado você muda e tem o problema da dificuldade de um tema novo, mas por outro lado era uma questão mesmo pessoal, e querer voltar mais também pro meu contexto. Eu não sou de Teresina, mas vivi aqui muito tempo. Meu RG é Rio de Janeiro, eu nasci lá, mas me considero de Parnaíba, porque minha família é toda de lá. Eu morei no Rio de Janeiro e voltei, mas me considero. Morei em Parnaíba até os 18 anos e depois do Rio, voltei pra Parnaíba e fiquei ainda um ano e meio com o coletivo e essa loucura, e depois fui embora de novo.

Como se chamava seu coletivo em Parnaíba?

O coletivo chamava-se – porque acabou - Porto Salgado, como era conhecida a região do Porto das Barcas, acho que Brasil Colônia ainda, tem pessoas que explicam melhor isso, mas é como era conhecida aquela parte da Parnaíba antiga.

E que tipos de atividades vocês faziam?

Festivais de música e principalmente um trabalho de base, de formação de público. Qual foi o gargalo que a gente viu? O Piauí era muito pouco, na minha opinião ainda é muito pouco conectado com essas dinâmicas em rede que acontecem no Brasil, não só culturais. Claro que a gente sabe o que tá acontecendo, a gente tem ideia, mas pra você ter uma ideia, àquela altura, só Piauí e Maranhão não tinham coletivos Fora do Eixo, e a gente via esses artistas circulando, a gente querendo shows deles aqui e pô, porque eles pulam quando chegam no Ceará e vão pro Pará? Que negócio é esse aqui? E a gente queria muito fazer parte disso, trazer não só pra música... porque você faz formação também. Não é uma formação que você vai ter um certificado, mas você tando em contato com essas pessoas, você aprende muito sobre como lidar com gestores, com públicos, e essa questão de mentalidade mesmo: ninguém faz nada sozinho. Não sei se foi o Pablo que falou, mas alguém de lá falou que até pra você ser egoísta, meu amigo, você tem que trabalhar coletivamente. E a gente tava sozinho e queria fazer parte disso tudo e tomar contato com essa coisa que naquela altura era mais forte também, na minha opinião. Tava acontecendo no Brasil, uma rede de festivais de música que eram os festivais que eu queria ir, eu não queria ir no rock'n'Rio, não queria ir no Primavera Sound, da Europa, até tenho as pulseiras aqui como lembrança (aponta o braço), mas não era o caso. Eu queria aqueles, porque eram os artistas que nós gostávamos mais, e poxa, porque isso tá em todo lugar e

não tem aqui. Então essa era a motivação principal, tentar se conectar com essas coisas que acontecia em rede no Brasil

Eles davam orientações sobre como fazer pra organizar o festival, captar recursos?

Sim. Como existiam esses núcleos principais em cada região a gente tinha contato principalmente com o pessoal de Fortaleza, que era o pessoal que tava a frente da Casa Fora do Eixo Nordeste, e o pessoal todo, o Uira Porã (foi entrevistado nesta pesquisa), o Felipe Gurgel, que é um jornalista muito bom, do *O Povo*, de Fortaleza, que fez mestrado comigo, um ano depois... E por exemplo: eu tô precisando de uma planilha de orçamento, então olha aconteceu um problema aqui, tem uma banda dando trabalho – então desde essas coisas mais simples até o próprio modelo, por exemplo, quando a gente foi fundar a associação... o modelo mais adequado para uma associação de tipo cultural, como vai ser a diretoria, como vai ser regulamento... Mas não tinha aquela coisa de mamãe, papai. A gente acionava, eles dialogavam, mas não tinha um acompanhamento como se fosse uma empresa que estava prestando um serviço, não era dessa forma. Davam uma autonomia ligada a própria questão da precariedade da relação.

E tinha orientação sobre como obter recursos? Esses recursos depois tinham que ser partilhados com o Fora do Eixo?

No nosso caso, não tinha que partilhar. O que se conseguia era de lá. Eu não posso falar por outros, mas no nosso caso nunca aconteceu de ter que partilhar recursos.

E as bandas que participavam eram remuneradas como?

No nosso caso com dinheiro mesmo, mas sei que tinha casos que não eram. Mas isso era uma questão específica do coletivo. O que move esse mundo, o barbudo lá já estava certo, é dinheiro. Então não era talvez o cachê mais adequado, mas a gente fazia questão de pagar e... obviamente oferecer contrapartidas como hospedagem, alimentação, um passeio, alguma permuta, por exemplo, a gente tinha parceria com uma daquelas empresas do Porto das Barcas que faz passeio ao Delta, também com uma pessoa que tinha pousada no próprio Porto das Barcas. Então existiam as permutas nesse sentido, mas existia também cachê, que não era muito alto, mas existia em espécie.

Esse cachê era fruto do que arrecadavam na entrada?

Poderia ser feito por borderô – a divisão da bilheteria – ou poderia ser um valor pré acordado fixo, dependia do artista.

Vocês chegaram a realizar quantos festivais?

Eita... foram assim, vários. Antes do coletivo acabar, ele fez até um salão de humor, quando foi pra Parnaíba, quando o Albert foi morar lá e travou uma parceria. Mas eu não sei de cabeça quantos festivais.

No coletivo vocês produziam alguma coisa na parte de comunicação? O que?

Sim, agora eram outras pessoas... que coisa louca, eu era o vice-presidente e acabei ficando numa linha de frente de produção, de falar com a imprensa, gestores, e fiquei longe da parte de produção de conteúdo, mesmo sendo a minha área. Tinha um núcleo que produzia desde o cartaz de divulgação até o plano de comunicação de uma forma geral. Não fazia matéria jornalísticas não, era uma produção de conteúdo para as plataformas digitais principalmente. Instagram não tinha, mas usamos o Facebook principalmente.

Você avalia que o Fora do Eixo teve reflexos na produção cultural e na comunicação em Parnaíba?

Eu acho que... na altura a *Mídia NINJA* ainda não era o tcham da questão. O principal era mesmo a produção cultural e eu diria que na produção cultural, sim. Modéstia a parte eu conheço hoje o principal núcleo de produção autoral de Parnaíba e fomos nós que lançamos eles num projeto chamado *Quanto vale o show*, que era a questão da pessoa pagar o quanto achava, que era uma ação de educação e formação de público e esse pessoal da produção até hoje produz. E esse é só um dos exemplos. E eu lembro que a primeira banda dentro desse núcleo que é o principal, de produção autoral, foi lançado com a gente. A questão de comunicação eu diria que foi menor, até porque ela ainda não tava na pauta do dia do Fora do Eixo, quando eu participei.

Quando você diz que se distanciou e quis estudar outra coisa do doutorado porque não foram só flores, a que você se refere?

Eu acho que, eu não falo que é culpa deles, mas o que eu senti é que as vezes a romantização – e isso não só deles – é muito próximo do próprio capitalismo você romantizar a precarização, então eu e amigos próximos chegamos num certo momento que “gente, eu não tenho nada, mas eu tô trabalhando pra burro e não tenho como pagar as contas”. Não tô falando que é culpa, mas vamos discutir também essa questão enquanto problemática e não só como isso vai me permitir fazer o que eu quero porque eu não tenho chefe, até porque ninguém faz o que quer. O que me incomodou muito e deixou um pouquinho... um pouquinho não, eu quis me afastar, é falar não, eu vou procurar... eu pensava eu vou trabalhar com produção cultural, mas depois você tem um choque de realidade. E eu tinha essa dificuldade de talvez aquilo ser uma retórica da precarização, uma romantização da precarização e ela é gravíssima e tem que ser tratada como tal. Sim, há lados positivos de eu de repente ter um horário mais flexível de trabalho, mas são muito mais os lados negativos. E indo lá pra uma Europa da vida, onde a primeira aula que tenho, é de um professor de Sociologia Geral falando ô, nós tivemos depois da Segunda Guerra os trinta anos gloriosos, principalmente pros Europeus, pra nós nem tanto, mas que queria dizer principalmente estabilidade, horário de trabalho respeitado, uma série de direitos adquiridos, desde direitos trabalhistas até a próprio reconhecimento de pautas de minorias, e num determinado momento isso começa a ruir e eu não sei, e esse precarização do trabalho contemporâneo, isso que eu achava que me incomodava muito e que deveria ser tratado numa forma mais de crítica que de romantização.

Você ficou impactado com essas questões?

Bateu muito forte. Eu não tenho nenhum problema pra falar não, não tenho obrigação com ninguém lá e fui fazer um doutorado onde eu recebia um salário, foi quando eu percebi que a luta, pelo menos da minha parte, e eu acredito em todas aquelas coisas lá que são colocadas, ela seria feita melhor de dentro dessas estruturas talvez numa perspectiva mais convencional de trabalho. Mas é isso. O que me incomodou foi a precarização – a forma como era tratada. Não sei se mudou.

Não sei se você tem acompanhado os estudos da professora Roseli Fígaro sobre arranjos de trabalhos pra jornalistas, mas ela defende, entre outros pontos, a existência de uma política pública que ajude iniciativas de comunicação alternativa.

Não tenho nenhuma dúvida disso, até se você pegar a própria questão dos pontos de cultura, lá no início, em 2004, já era previsto o momento em que o ponto de cultura era escolhido, que tinha que ser um núcleo orgânico, que de fato produzia atividades naquele território já há algum tempo, ou seja reconhecido o trabalho naquele território e eles já

recebiam um computador com software livre, ou seja, já se pensava que faz parte desse tipo de ação a comunicação e vamos utilizar o termo: sim, bancada mesmo por política pública.

Tem a questão da precarização, da romantização, e você acha que, de alguma forma, tem algum tipo de emoção que envolve as pessoas que se envolvem nessa produção?

Sem sombra de dúvidas. Às vezes eu tenho medo das afirmações assim... eu tinha uma professora que dizia; ó, você coloca uma guilhotina no seu pescoço, mas eu vou bancar essa, sabe por que? Salvo aquelas exceções, os espíritos de porco que estão ali pra conseguir alguma coisa, mas eu entrevistei muita gente também e falava, tá bom, mas porque você largou seu trabalho convencional? Aí a pessoa falava e ia justamente nesse ponto trabalho-vida. A gente não distingue mais trabalho de vida, então se o meu trabalho é minha vida porque cargas d'água eu vou ficar num trabalho onde eu fico pensando a hora toda o momento que eu vou sair dali pra tomar uma cerveja, alguns diziam usar uma droga, pra esquecer daquilo? Então tem, eu acho que existe, sim, um forte componente emocional-afetivo que leva aquelas pessoas, porque aquela ideia também de estar produzindo algo no próprio ato de estar convivendo, não só o produto, que é um festival, mas tá produzindo também afetos a partir daquela convivência. Não são só afetos não, tá? Tem rancores e discórdias também (risos). Pra não ficar muito cor de rosa aí.

Rancores e discórdias são afetos também.

Isso.

Você acha que esse componente emocional ajuda a mobilizar as pessoas?

Sim, muita gente chega lá e fala: era isso que eu tava procurando. Mesmo quem trabalhava na produção cultural... Porque é muito sedutor. De repente eu tô me comunicando com os produtores culturais, principalmente o pessoal da música, que conhece esse cenário de música independente do Brasil, pô, eu tô conversando com o pessoal do Bananada, de Goiânia, ou posso ter contato com... agora eles brigaram, mas com o Porão do Rock, que é lendário no Brasil, de Brasília, ou mesmo a própria Feira da Musica de Fortaleza, que tem concertos maravilhosos. Dá pra eu chegar lá e marco um dia e passo dois dias dormindo na casa. Então com certeza, seduz, principalmente quem está nesses rincões, se sente inserido no discurso, na narrativa que se cria e que não é falsa, porque é experimentada por quem participa.

Quanto a questão da insatisfação devido a precarização, isso chega a ser discutido junto aos integrantes?

Muitas pessoas que saem fazem essa crítica e chega até eles. Realmente a crítica de fora, não digo que é menos legítima, pelo pesquisador sério e compromissado, não. Mas tem muita crítica também que são espíritos de porco também. Mas eu acho que sim, muita gente que saiu,... eu conheço pessoalmente pessoas que colocaram questões que orbitam em torno desse tema precarização do trabalho, que é um dos principais efeitos desse capitalismo contemporâneo, então porque um movimento social – não digo que está promovendo – mas por que não está combatendo isso? Eu acho que colocaram pra eles mesmo, mas eu não saberia dizer a reação ou como foi recebido, provavelmente ... eles sempre são muito fortes no responder também. O próprio Giuseppe colocou algumas críticas em fóruns de discussão, na altura tava muito forte aquela questão das obras pros megaeventos e como aquilo tava arrebatando a população pobre e, pelo menos, eu via ele nas quebradas, como a gente costuma falar, e isso eu valorizo, mas com certeza tinha uns posicionamentos bastante duros.

Entrevista realizada em Teresina, Piauí, dia 04 de setembro de 2019.

Uirá Porã

32 anos. Se apresenta como hacker. É Gestor de Tecnologias Livres da *Mídia NINJA*.

Nasceu em São Paulo e mora em Fortaleza desde 2007, tendo morado no Rio Grande do Sul e em Brasília.

Participa do Fora do Eixo e da *Mídia NINJA* desde a criação.

Cursou graduação em Ciências Sociais até o sexto período e graduação em Sistemas e Mídias Digitais até o terceiro período na UFC (Universidade Federal do Ceará).

Participou da criação da Casa Fora do Eixo Nordeste, em Fortaleza, em 2012. A casa não está mais em atividade.

Conte como você conheceu Fora do Eixo e *Mídia NINJA*?

Desde o início. Em 2003 eu trabalhava no Ministério da Cultura, em Brasília. Era estagiário do ensino médio via CIEE, com um salário de R\$ 145,00. Particpei da concepção e implantação dos Pontos de Cultura. Na época, equipamentos como computador, de áudio e vídeo, acesso à internet, eram muito caros, então a implantação dos pontos de cultura foi muito importante. O Ministro era Gilberto Gil. Por conta desse trabalho eu conheci muitos coletivos de artistas, de comunicação, de pessoas ligadas a tecnologias. Conheci o Pablo Capilé e o Espaço Cubo, em Goiás, e achei muito interessante o modo como eles estavam pensando a cultura e se organizando, com uma outra forma de produção, inclusive com moeda própria e outras ideias novas, que depois geraram o Fora do Eixo e mais tarde a *Mídia NINJA*. O próprio Pablo Capilé reconhece a importância dos pontos de cultura para o surgimento do Fora do Eixo e da *Mídia NINJA*. Não que os Pontos de Cultura tenham criado exatamente essas organizações, mas eles possibilitaram o surgimento de diversas iniciativas em vários locais pelo Brasil, de pessoas que estavam produzindo, mas não tinham como se conectar a outras pessoas ou mostrar o que estavam fazendo. Mais tarde, já com a ministra Ana de Holanda e as dificuldades de se continuar essas políticas públicas de acesso à tecnologia, vários produtores digitais terminaram se aproximando e unindo pessoas dispostas a fazer coisas diferentes. Eu faço parte do Fora do Eixo e da *Mídia NINJA* desde o início e continuo a fazer parte. Eu faço coberturas colaborativas daqui de Fortaleza, mas meu principal trabalho é na tecnologia. Eu sou um hacker. Nunca morei em Casa Coletiva, mas estive na criação da casa coletiva de Fortaleza, que a gente chamava Casa Coletiva Nordeste. Hoje ela funciona por temporada, esporadicamente.

E o que faz um hacker na *Mídia NINJA*?

Eu desenvolvo tecnologias. Eu sou um hacker digital e da política. Eu estudo, elaboro a gestão de políticas públicas com uso de tecnologias e a participação das pessoas. Desenvolvo instrumentos colaborativos de participação pública. Já trabalhei em vários locais com isso: Banco Mundial, Governo do Rio Grande do Sul, Prefeitura de Fortaleza, Governo do Estado do Ceará.

O trabalho ou função do hacker ainda é um tanto desconhecida. Recentemente virou um tema de discussão, depois da divulgação, pelo *The Intercept*, de mensagens entre o ex-juiz Sérgio Moro e procuradores da justiça. Essa divulgação tem sido “acusada” por Sérgio Moro como um trabalho criminoso de hackers. Há uma incompreensão sobre o que faz um hacker?

O hacker cria e compartilha tecnologias. Tem um conceito, às vezes até deturpado, como se o hacker fosse um ladrão. Mas não se trata disso. A ética hacker tem manifesto, inclusive, e tem livros sobre isso, defendendo o compartilhamento de informações que sejam de interesse da sociedade. O trabalho do hacker é criar tecnologias e pensar políticas públicas com o uso da tecnologia. O hacker pensa a internet como espaço livre, que possa ser usado em benefício das pessoas. Não é esse uso que o Facebook tem feito, que é direcionando para um uso privado, de ganhar dinheiro. Eu estou trabalhando há mais de cinco anos tentando consertar a internet. É isso. Tentando encontrar outras apropriações. Sabemos que as redes são caras, tem um investimento, mas nosso trabalho de hacker é consertar a internet. Eu acredito nisso. Tem um pouco de utopia? Tem, mas foram os hackers que deram o melhor uso pra internet. Não foram os militares, não foi a academia. Quem possibilitou a democratização dos recursos da internet foram os hackers, criando aplicativos, criando tecnologias, encontrando soluções. O Gilberto Gil disse: sou ministro, sou músico, mas sou sobretudo um hacker - em espírito e vontade.

Como você se sente com essas discussões que colocam o hacker como criminoso enquanto você se assume hacker?

Eu estou acostumado... Antes era “só” criminoso. Agora tem mais gente que sabe que não é bem assim. E eu achei legal colocar luz sobre essa figura e esse tema. Sobre se assumir, tem muito a ver com o meu hackeamento. Eu sou hacker digital, mas também sou hacker da política, e foi um posicionamento político que tomei quando fui chamado pra ser consultor do Banco Mundial. Na hora de fazer meu currículo, vendo minha atuação militante, eu percebi que o que eu aprendi a fazer de melhor foi hackear: encontrar as brechas nos sistemas e conseguir fazer e implementar as mudanças que eu acho necessárias. E aí me toquei que se eu fosse aceito como hacker numa das mais tradicionais instituições financeiras do planeta, eu assumiria uma posição de poder ser exemplo justamente de um outro tipo de hacker: o hacker cívico, engajado, do bem... Defina como quiser, mas antes de tudo um hacker.

Você acha que podemos considerar que a *Mídia NINJA* tenha uma filiação ou herança do hacktivism?

Sim! Totalmente, 300 por cento! Na leitura do Capilé, de que o Fora do Eixo é resultado dos Pontos de Cultura e da cultura digital, essa cultura digital é criada com influência determinante da ética hacker. Como hacker nós já fizemos trabalhos com impacto no Brasil e que inspiraram gestões de governos no Brasil e no mundo, como com a criação do Gabinete Digital do Governo do Rio Grande do Sul. No Gabinete Digital eu era articulador de Políticas Digitais... um cargo que eu mesmo dei o nome e que, se você observar, eu carregou por onde vou.

(ele me envia por aplicativo seu currículo e o Manifesto Hacker).

O Gabinete Digital do Rio Grande do Sul continua em atuação?

Não. Foi descontinuado. Mas sabe qual a única coisa que foi mantida? O Login Cidadão, a identidade digital de código aberto que criamos.

(me envia por aplicativo link para o login cidadão e mais uma imagem que mostra a quantidade de 562.192 usuários, de 30 de junho a 2 de julho. Explica que o login cidadão é um cadastro único para todos os serviços do governo).

Atualmente estou trabalhando com o mapa da cultura do Ceará, para a Secretaria de Cultura do Estado *(envia por aplicativo o mapa da cultura do Ceará).*

Você diz, em sua apresentação no Facebook: “Sou contra a hegemonia do Facebook, uso por obrigação, mas é por pouco tempo”. Mas o Facebook ajudou a projetar a *Mídia NINJA*. O que você pensa disso?

O Facebook é horrível. Olha a diferença entre o Facebook e a Wikipédia, criada coletivamente, sem preocupação com dinheiro? O Facebook tá acabando, tem a força que ainda tem porque a gente tá lá, produzindo conteúdo, curtindo compartilhando. Essas plataformas são fortes porque a gente dá poder a elas. Inclusive essa é uma briga minha dentro da *Mídia NINJA*. A gente tem que parar de usar essas plataformas e criar os nossos espaços. A *Mídia NINJA* existe nessa mesma lógica do Facebook: porque as pessoas estão lá curtindo, comentando. No dia que as pessoas não quiseram, isso tudo acaba. Mas a *Mídia NINJA* nunca fez um post pago, todo o crescimento é orgânico, é natural, são as pessoas que acham que aquele conteúdo é relevante e participam, produzem, compartilham. Nós não pagamos pra viralizar nenhum conteúdo. Tem uma posição política nessa decisão. O Facebook e outras plataformas querem é ganhar dinheiro, não querem saber se é relevante, ou o que você precisa conhecer, discutir. E nós vamos continuar nele até quando? Até o homem lá (Zuckerberg) virar presidente? E eles estão controlando a visibilidade, então não é mais o que já foi. Agora o diabo é criar outras plataformas e convencer a pessoas a saírem do Facebook e irem pra lá. Tem um investimento nisso, demanda dinheiro, mas é o que a gente tem que criar. O Facebook não vai tá aí pra sempre, o Orkut já acabou. Quando eles pararem de ter repercussão, se dissolvem.

Que tipo de sentimento ou sensação participar da *Mídia NINJA* desperta, a ponto das pessoas seguirem engajadas?

Sentimento de saber que você pode fazer, de autonomia, de realização. E também de se sentir acompanhado, de saber que você não está só, que tem mais gente com você. Porque do jeito que a situação está, se você se sentir sozinho, você para. Então a gente sabe que tá junto com outras pessoas, que tem companhia, e que é potente. O que move é esse sentimento de estar junto e experimentar essa potência. As coisas funcionam, têm um resultado, tem um lado prático que você vê funcionando. Então é uma utopia, mas uma utopia que a gente tá realizando, uma utopia realizável. Nós acreditamos e mostramos que é possível fazer diferente.

O que você encontra nesse trabalho que não encontra em outros, mesmo com sua experiência em vários locais?

A autonomia pra desenvolver o trabalho. E a potência pra realizar o que a gente pensa em fazer. E é praticamente sem dinheiro que a gente faz tudo.

Participar do Fora do Eixo e da *Mídia NINJA* modificou a sua forma de compreender o mundo?

Mudou a minha vida, até meu casamento. Eu casei em 2010. Digo que se não tivesse casado logo, teria ido morar em uma casa coletiva. Mas a experiência e conhecer o modo de funcionamento do Fora do Eixo, da *Mídia NINJA* e das Casas coletivas, me ajuda no meu casamento: a pensar em como conviver com o outro, como respeitar, a entender comportamentos, como partilhar, como ajudar, como não ser tão individualista, como não ser machista, como colaborar.

Qual o papel das casas coletivas para a manutenção da *Mídia NINJA*?

É essencial. Porque tem o lado econômico, prático. E porque você convive o tempo todo com pessoas que estão ali pensando em como fazer o trabalho, o que cobrir, como narrar,

como conseguir recursos. Que outro trabalho tem isso? São pessoas que estão o tempo todo pensando no que estão fazendo. E aprendendo na convivência coletiva, que é muito rica. Às vezes é difícil, mas lhe faz crescer. Além disso, partilhar o dia a dia com várias pessoas, mexe com quem você é. Tem que aprender a lidar com situações diversas. É um casamento: tem que ter paixão, respeito, colaboração.

Que impacto você avalia que a *Mídia NINJA* tenha sobre a política e sobre a comunicação?

Ih, difícil Ela permite que outras pessoas falem e discutam temas que, às vezes, não estavam em discussão. Na comunicação, ela permite outras vozes, que vão apresentar outras narrativas, outras histórias. Acontece qualquer coisa no Brasil e a *Mídia NINJA* pode cobrir. Vai alguém e se voluntaria, sem receber pra isso, e pratica, e experimenta, e gosta, e mostra o que tá acontecendo. Quem mais consegue uma cobertura hoje em 200 cidades no Brasil? Nem a *Rede Globo*. E quando consegue é uma cobertura que custa caro, que exige investimento. E a *Mídia NINJA* consegue o que ninguém conseguia fazer.

Junho de 2013 tem interpretações diferentes, sendo visto ora como movimento progressista, ora como início de movimentos que resultaram na extrema direita. Como você interpreta?

Teve as duas coisas. Eu participei de junho de 2013 em várias cidades, coincidentemente. Vi protestos em Porto Alegre, Brasília, Rio e Fortaleza. Não tava exatamente fazendo cobertura. Eu acho que a interpretação de que sejam movimentos à direita partiu, até sem querer, de uma fala da Marilena Chauí, coitada, e depois foi usada por outras pessoas. Até Lula, em entrevistas mais recentes, comprou essa ideia, que é uma interpretação equivocada do que foi Junho de 2013. Eram, a princípio movimentos que aconteciam todos os anos, contra o aumento da tarifa, mas que não reuniam tanta gente e não tinham grande repercussão. Naquele ano houve uma conjunção de fatores. Teve a violência da polícia, que já batia, mas naquele ano foi tudo filmado e mostrado, e a grande maioria das pessoas nunca tinha visto. Teve a tecnologia, que permitiu filmar e mostrar isso. E teve outra coisa: o Facebook começava a testar a criação de eventos. Então a pessoa ia lá e criava qualquer evento – churrasco tal – e muita gente dizia que ia, porque não precisava mesmo ir, e aquilo possibilitou que muita gente se conectasse, que se falasse com pessoas diferentes. Então Junho de 2013 foi também uma grande experimentação do uso dos grupos de eventos no Facebook. Mas é injusto avaliar Junho de 2013 como movimento da direita, como algo planejado que depois ia dá no que deu. Não foi. Ele foi depois apropriado por grupos assim. Alguns perceberam cedo o potencial que tinha aparecido ali. Eu vi Bolsonaro numa manifestação no Rio de Janeiro, aquele bosta! Mas Junho de 2013 teve a grande importância de cortar o discurso único da mídia. Isso é muito importante e não pode ser esquecido. Depois a *Globo*, que ficou acuada um tempo, percebeu que podia mobilizar grupos e ajudou a criar a *Mídia NINJA* dela: o MBL. Tudo o que eles faziam, ela cobria, dava repercussão. Tudo que os movimentos de esquerda faziam, ela escondia.

Como você ver a *Mídia NINJA* de 2013 e agora, em termos de repercussão?

Ah, cresceu demais! Basta você pegar quantos seguidores tem hoje. A *Mídia NINJA* supera a repercussão de veículos tradicionais como Folha de São Paulo, Veja. A quantidade de seguidores só cresce! Claro que o número dos que estão seguindo não significa a quantidade dos que viram. A porra do Facebook mexeu na visibilidade. Eles dizem que é pra possibilitar que as pessoas vejam mais publicações pessoais – mentira! É pra eles ganharem dinheiro. Mas nós não usamos post pago, então a repercussão é muito

grande. Todos os comentários, compartilhamentos, curtidas são orgânicos. Por aí você avalia o poder que tem. E a gente não para, tá sempre se reinventando, criando algo novo.

Que futuro você vê para a *Mídia NINJA*?

Futuro? No Brasil tá difícil ver até o presente... Mas eu acho que é lidar com o imprevisível, sem precisar está burocratizando muito como será, e saber que tem potência, que já foi testada, experimentada, provada. Há cinco anos atrás você acreditaria se alguém lhe dissesse que uma das maiores mídias no Brasil, com repercussão maior que grandes veículos como *Veja*, *Folha*, seria uma mídia alternativa produzida em coletivo, em formato colaborativo, onde as pessoas participariam sem receber salário e onde pessoas do Brasil inteiro colaborariam de graça? Uma organização sem CNPJ, sem uma constituição formal? Ninguém acreditaria nisso.

Você acha que uma postura mais autoritária, demonstrada pelo governo Bolsonaro, pode criminalizar movimentos sociais? E nesse caso, tem receio de que atividades como a de hacker, a de coletivos de comunicação, possa refluir?

Eu tô olhando agora pra três vasilhinhos aqui onde eu plantava três pés de maconha. Antes a gente vivia num país onde isso não era um problema, não era um crime. Eu nunca nem fumei dessas plantinhas, elas nunca nem cresceram direito. Mas ter isso na minha casa, falava sobre mim, sobre minha identidade, minha posição, o que eu penso. E agora não pode mais. Eu tirei porque fiquei com medo, porque eu não sei, podem criar algo pra criminalizar e prender a pessoa, eu não sei o que pode acontecer. Mas acho que *Mídia NINJA* tem um trabalho também de resistência. Nos momentos que você achava que não restava muita coisa a fazer, a *Mídia NINJA* vai lá e faz. Foi assim em 2013, foi assim em 2016 - com o golpe – a gente só cresce.

O que é ser um Ninja?

É ser um hacker da comunicação.

No currículo enviado tem:

Hacker Autodidata, tem 15 anos de experiência atuando junto a governos e movimentos cívicos, aprendendo e inovando com a Transformação Digital. Como diferencial, alia seus conhecimentos em Tecnologia da Informação e Experiência de Usuário às novas formas de organização em rede e interação política na internet. Também atua na promoção e defesa do conhecimento livre, dos códigos abertos e da colaboração em rede, tendo idealizado e participado da criação de diversos coletivos, ambientes, aplicativos e sistemas, além de diversos projetos e eventos na área da cultura e da tecnologia. Consultor especialista em Políticas Digitais, tem experiência como gestor público, já tendo atuado no governo federal, em Brasília, e em governos municipais e estaduais nos estados de Minas Gerais, São Paulo, Rio Grande do Sul e Ceará. É gestor de tecnologias livres da *Mídia NINJA* e do Fora do Eixo, e fundador do Instituto Brasileiro de Políticas Digitais - Mutirão.

Entre as experiências o currículo cita: Consultor de Políticas digitais do Banco Mundial; Articulador de Políticas Digitais do Gabinete Digital do Governo do Rio Grande do Sul (criou o login cidadão e organizou a consulta Orçamento Participativo Digital - nesse processo se define, por meio do voto direto, o destino de parte do orçamento do Estado. De 2 a 4 de junho de 2014, a consulta teve 255.751 votantes e foi considerada a maior consulta pública da Internet no país e o maior processo de orçamento participativo digital do mundo); Coordenador de inovação pública e social da Coordenadoria de Ciência,

Tecnologia e Inovação da Prefeitura de Fortaleza; Secretário executivo do Comitê Fortaleza Digital e Criativa, da Prefeitura de Fortaleza; bolsista da Ação Cultural Digital do programa Cultura Viva, do Ministério da Cultura, em Brasília (entre as atividades: implementação da ação Cultura Digital no programa Cultura Viva e dos kits multimídia, oficinas para utilização de software livres e do kits multimídias para a produção de conteúdo pelos Pontos de Cultura (2004-2007); estagiário de Comunicação e Cultura digital do Ministério da Cultura (2003-2004).

Entrevista realizada Teresina-PI/Fortaleza-CE, dia 01 de julho de 2019.

Victória Henrique de Jesus

20 anos. Faz Jornalismo na UFF (Universidade Federal Fluminense - vai fazer quarto período).

É carioca, mora em Niterói e Rio de Janeiro.

Estreou apresentação do programa *Estudantes NINJA* no dia 18 de julho, pelo canal *TV Mídia NINJA* no Youtube, programa com transmissão ao vivo e duração de uma hora, que pretende ser exibido toda terça, 20h. O primeiro, numa quinta, foi um programa de teste. Mostrou matérias sobre o Congresso da UNE, recém realizado em Brasília, manifestação de estudantes na Esplanada, contra a reforma da Previdência e anúncio de cortes na educação, e entrevistou Ivana Bentes sobre Future-se, programa proposto pelo Governo Federal para as universidades públicas federais.

Como foi a estreia do programa Estudantes NINJA e o que vocês pretendem com ele?

A gente quer fazer uma coisa bem despojada, quer trazer o público jovem, porque a *Mídia NINJA* ainda não conseguiu muito trazer esse público pro canal no Youtube, então a gente lançou a rede Estudantes há três meses atrás, por conta de todas aquelas mobilizações que aconteceram. A gente viu que tem grande chance da gente se aproximar cada vez mais desse público, não só do público jovem, porque estudante não se limita só a isso, mas a gente quer entrar um pouco nesse universo das universidades, dos institutos federais, então a rede de estudantes foi uma iniciativa pra que a gente pudesse fazer coisas depois. Aí a gente teve a ideia de fazer esse programa no Youtube. A *Mídia NINJA* tá crescendo muito no Youtube, a gente tá começando a focar muito nessa plataforma, e também a gente conversou pra criar um podcast, que é outra coisa que vem crescendo, inclusive a gente vê pelas reportagens, porque várias reportagens e sites já tem ali um podcast, mesmo que seja do Google, já é alguma coisa. Então esses dois projetos já estão praticamente prontos. O podcast a gente vai lançar também agora e aí a gente vai adaptando, tentando melhorar, enfim.

(Link do primeiro programa no Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=goadw4PYx-M&list=PLmsK4TGRR2BHR90xR1JEvsgDg8rEuYXys>)

Como você conheceu a *Mídia NINJA*? Já tinha participado de alguma forma antes do Estudantes NINJA?

Já tinha participado quando aconteceu aquele ato das mulheres contra Bolsonaro no ano passado, em setembro (Movimento Ele Não, 2018). Eu fiz uma cobertura voluntária, eu e mais uma colega de turma, a gente fez uma cobertura voluntária e eu mandei foto pra *Mídia NINJA*, pelo Facebook mesmo, uma coisa super informal. Só que eles não publicaram, mas de certa forma eu estava ali na cobertura. Só que nesse ano (2019) eu também fiz outra cobertura voluntária, junto com a mesma colega de turma, e a gente foi pra aquele ato que aconteceu em Niterói, eu não sei se você soube, dos alunos que protestaram contra os cortes, porque a UFF foi ali uma das primeiras atingidas, e aí teve

um ato no dia 08 de maio, se eu não me engano, e eu fiz essa cobertura voluntária, fiz uma reportagem audiovisual e mandei pra galera da *Mídia NINJA*, e eles fizeram a reportagem e foi a partir daí que eu comecei a ter mais contato com eles mais diretamente.

E como você entrou no Estudantes NINJA?

Então, aí logo depois vieram todas essas manifestações do 15M e 30M e umas duas semanas antes do 15M eles lançaram um chamado, porque eles são muito fortes nas redes sociais – Facebook, Instagram, principalmente no Instagram – e lançaram um chamado com uma ficha de inscrição e eu vi, e era mais ou menos assim: estudantes que querem participar da cobertura colaborativa das manifestações e da rede Estudantes NINJA: se inscrevam aqui. E aí você abria esse documento e preenchia com as suas informações, com o que você podia colaborar também e enfim. Aí eu vi isso, adorei a ideia, porque eu já tinha feito essa cobertura voluntária do dia 8, e acabei me inscrevendo, coloquei os meus dados, e foi assim que começou a se formar uma rede. Hoje a gente chama de Redes Estudantes NINJA, porque é uma rede, a gente tem em torno de 600 membros no Telegram, fora que a gente tem grupo no Facebook pra oficinas ao vivo, mas foi assim que eu e todos os estudantes entramos nessa rede, porque eles fizeram um chamado público nas redes sociais.

Você já foi em casa coletiva?

Já. Não morei, mas eles têm uma casa coletiva em Santa Teresa (Rio de Janeiro) onde realizam vários eventos, e inclusive a maioria dos programas são filmados ali, por exemplo, o programa do Estudantes NINJA é filmado ali. Outros programas também costumam ser filmados ali. Então eles têm essa casa coletiva onde realizam várias coisas diferentes. Mas morar, eu nunca morei.

Quem me deu seu contato foi Clayton, que eu conheci em Brasília. Ele morava na casa coletiva de Brasília, mas agora está na casa coletiva do Rio.

Ah, ele é ótimo. Eles ficam indo de uma casa pra outra, porque as vezes tem um evento aqui no Rio, as vezes em São Paulo, as vezes em Brasília, então, como eles têm essas sedes fica bem mais fácil deles se locomoverem.

Você já fez estágio em meio de comunicação?

Não. Eu fiz curso de Técnico em Telecomunicação na Faetec (Fundação de Apoio à Escola Técnica, vinculada ao Governo do Estado do Rio de Janeiro. Tem Ensino Técnico de Nível Médio e Qualificação Profissional na Educação Superior). Terminei em 2016, aí cheguei a fazer um estágio na *Rádio Globo*, só isso. O estágio foi referente ao técnico em telecomunicações, relacionado ao jornalismo mesmo não fiz estágio ainda não. Eu fico fazendo coberturas voluntárias, faço parte de alguns projetos, faço parte de um projeto de fotografia no Morro da Providência, aqui no Rio, participo de um grupo de pesquisa, mas estágio mesmo, não.

O que você sente, o que lhe mobiliza a participar de coberturas colaborativas e agora o envolvimento com Estudantes NINJA, onde você tá apresentando o programa. O que lhe estimula a participar?

Eu sempre tive muita vontade de conhecer mais sobre mídia independente e alternativa. Eu não sei como isso se dá nas outras universidades, mas, falando pela UFF, o curso de

jornalismo é um curso muito crítico, então os professores, quando levam discussões pra sala, falam sobre a *Mídia NINJA*, sobre o *Intercept*, o *247*, *Agência Pública*..., então eles não focam só em grandes mídias, em mídias hegemônicas. Então, a partir desse debate, junto com os professores e a partir também daquilo que eu acredito no jornalismo, eu sempre tive vontade de entender o funcionamento dessas mídias, até porque a gente não tem noção como é a coisa por trás do Instagram, por exemplo. Então, vindo de perto e fazendo parte disso, a sensação que eu tenho é maravilhosa, é de que eu tô cumprindo uma responsabilidade social que o jornalista tem que ter, porque o jornalismo causa um impacto muito grande na vida das pessoas, e através dos projetos que a *Mídia NINJA* já vem elaborando isso se torna cada vez mais claro. Eu vejo, por exemplo, eu fiz uma reportagem na faculdade sobre mulheres negras no 15M, eu mandei pra *Mídia NINJA*, porque eu já tava tendo contato com o pessoal de lá e eles publicaram no site e diversas pessoas vieram falar comigo, disseram obrigada pela matéria, porque como eu falei de mulheres negras as pessoas se sentiram representadas, e agradecendo e achando legal, então isso é um pequeno exemplo do impacto que a *Mídia NINJA* proporciona na vida das pessoas. E saber que de alguma forma eu tô colaborando pra que isso aconteça é muito bom, é muito gratificante, porque vai ao encontro de tudo aquilo que acredito no jornalismo, e eles nem são uma grande empresa – eu nem sei se eles se consideram uma empresa, eu creio que não, eles se consideram um coletivo – eu também não sei muito bem a definição, porque em algumas reuniões que eu já fui, eles sempre falam que são pessoas que se reúnem pra fazer comunicação, nem se referem só a jornalismo, então é algo muito orgânico, são pessoas jovens fazendo grandes coisas, publicando matérias no Instagram que têm alcances de 10 milhões de pessoas, como por exemplo foi a transmissão das coberturas 15M e 30M. A gente alcançou cerca de 10 milhões de pessoas e a gente publicou mais de 770 coisas em todas as redes sociais. A gente fez uma mobilização enorme e isso só aconteceu porque a gente tem muitas pessoas por trás disso tudo, fazendo com que isso tudo aconteça. Então saber que eu sou uma dessas pessoas é muito gratificante. Ainda mais sendo aluna de jornalismo, ainda mais podendo trazer um pouco da visão de alguém que estuda essa área. Pra mim é algo muito orgânico, são pessoas ali que conversam e fazem reuniões e a partir daquilo sai algo, sai algum produto, gera uma consequência boa. Eu não sei se eu fugi muito do que você me perguntou.

Como estudante de jornalismo, você acha que existe, nos estudantes de jornalismo, algum tipo de queixa ou decepção em relação a mídia hegemônica? Por que?

Existe. Muito. Existe muito porque ... eu acho que isso tem muito a ver também com a ascensão das redes sociais e da internet, porque o que a mídia hegemônica produz é... não representa aquilo que a gente vê, por exemplo, na internet, porque quando você entra na internet você vê pessoas negras, pessoas da comunidade LGBT, pessoas com deficiência falando e querendo ser representadas e aí quando você entra no site de uma mídia hegemônica ou quando você liga a TV você não vê essa representatividade. E eu vejo que por mais que a gente esteja tendo esse desmonte da universidade pública, ainda há um conteúdo no jornalismo muito reflexivo, essas questões ainda são muito debatidas na sala de aula, então o aluno acaba pensando da seguinte forma: caramba, eu tô aqui debatendo sobre representatividade, mas quando eu vejo algum produto no meio de comunicação, não tem nada que eu conheço. Então acho que tem sim, uma decepção. Acho que, trazendo para um lado bom, é um grande passo, de certa forma, pra mídia independente alternativa crescer, porque eles trazem esse contraponto, trazem outras visões. Eu vejo

muito, na UFF, que os alunos têm muita vontade de estar trabalhando, colaborando nessas mídias, justamente por causa de toda essa desilusão que as mídias hegemônicas causam nesses alunos.

Como você definiria o que é ser um Ninja?

Eu brinco com as pessoas que nós somos ninjas mesmo, porque, quando a gente olha quem tá por trás de toda essa produção de vídeos no Youtube, fotos postadas no Instagram, a gente vê que são pessoas, entre aspas, normais, que fizeram faculdades, que cursaram determinada graduação, e que pensam muito grande e que conseguem, pro outro lado do Brasil cobrir, por exemplo, cobrir uma manifestação do MTST, uma ocupação, ao mesmo tempo tá em Brasília cobrindo o Conune. Então ser ninja é você consagrar de certa forma tudo o que tá acontecendo no Brasil, que é relacionado aquilo, que as grandes mídias não mostram. Então eu acho que isso é ser ninja: é você mostrar essas visões das minorias, é você postar uma foto no Instagram sobre a ocupação da UniLab que tá acontecendo, quando ao mesmo tempo você liga a TV no *Jornal Nacional* e eles não estão nem falando disso. Ou falar de algo que a grande mídia já fala, mas mostrando o outro lado, trazendo um contraponto. Eu acho que isso é ser ninja. Acho que definição melhor que essa não há. Acho que ninja é a gente trabalhar, a gente se mobilizar pra dar voz a pessoas que são historicamente excluídas da sociedade, são criminalizadas, marginalizadas. As nossas pautas são muito voltadas pra isso sempre.

Como estudante, você acompanha exemplos recentes de manifestações que foram cobertas pelas mídias alternativas e não foram notícia na grande mídia...

Um grande exemplo disso foi ano passado, na manifestação do Ele Não, que tinha uma diversidade de pessoas, foi enorme, uma manifestação muito rica, pacífica, sobretudo, e quando eu entrei no *GI* pra ver o que eles tinham dado, foi inacreditável. Eles fizeram uma notinha e disseram: ah, aconteceram manifestações a favor e contra Bolsonaro, contra na Cinelândia e a favor em Copacabana, sendo que a *Mídia NINJA* tava ali postando fotos, entrevistas, fazendo vídeos, o tempo todo, trazendo uma ideia completamente diferente daquela imposta pelo *GI*, pelo *Jornal Nacional*. Quando você olha, por exemplo, pras mobilizações do dia 15 e 30 de maio, nós fizemos mais de 700 publicações, fizemos, além disso transmissões ao vivo que duraram, sei lá, quase 12 horas, e eu tive presente nessa transmissão ao vivo, com a galera da *Mídia NINJA* no dia 30, mostrando Bahia, Ceará, Paraíba, Acre, mostrando de tudo e a grande mídia não fez nem 10%, e uma coisa que a gente conversa muito é que os grandes jornais começaram a contar quantas cidades participaram dos atos por causa da *Mídia NINJA* e outros veículos alternativos que já fazem isso há um tempo. A gente colocou lá: foram 225 cidades no dia 30 e aí o *Jornal Nacional* deu isso depois, mas porque a gente pautou, de certa forma isso.

Sobre o programa de TV que vocês já estrearam e o podcast que vão estreiar, como eles são criados, partem de sugestões de vocês, Estudantes Ninja?

Isso. O que acontece? A gente tem o grupo em torno de 600 membros que se chama Estudantes NINJA, que tem pessoas de diversos locais do Brasil, e temos também um grupo da *TV NINJA*, que tem pessoas que são residentes na *Mídia NINJA*, que mexem com designe, edição, com coisas mais técnicas, e alguns estudantes que se interessaram e participam desse grupo, porque nem todo mundo que tá no grupo - que é enorme, esse de

600 membros-, se interessa pra ficar ali à frente da produção da *TV NINJA* – que é o nome do canal de Youtube da *Mídia NINJA*. Então a gente fez uma convocação e umas 15 pessoas disseram a gente quer fazer parte e a gente adicionou nesse grupo, mas as pautas faladas nos programas, os convidados, isso são produtos de conversas que a gente tem diariamente, a gente também faz reunião por *hangout*, então a gente vem conversando, é orgânico mesmo, os estudantes trazem ideias, tá acontecendo isso na faculdade de Goiás, a gente vai ver o que tá acontecendo e traz pro programa ou faz uma nota no nosso Instagram, que a gente tem quase 32 mil seguidores já, nesse novo Instagram, @estudantesninja (a *Mídia NINJA* tem 1 milhão e 300 mil seguidores no Instagram. Estudantes Ninja está com 35 mil seguidores. Dia 15 de setembro de 2019). Então são sugestões próprias dessa galera mesmo. Por exemplo, no programa da semana que vem a gente vai fazer uma roda de conversa, vai mudar um pouco o esquema – já dando o spoiler – a gente vai fazer uma roda de conversa com dois alunos, um de um instituto federal e outro de uma universidade pública e, além disso, a gente vai trazer uma professora que tá à frente da Associação dos Docentes da UFF, que é a Nina. Então a gente vai fazer uma coisa mais despojada, colocar uns pufs, trazer um negócio mais colorido, então eu coloquei lá no grupo: gente, preciso de dois alunos, então os estudantes que participam da rede já arranjaram. Então é assim. A mesma coisa com pauta: a galera da *Mídia NINJA* dá a primeira mobilizada e aí depois a gente vai conversando e é assim que vai funcionando.

A criação do Estudantes Ninja pode ser interpretada como um jeito de aproximar a *Mídia NINJA* de um público mais jovem?

Também, mas não só isso. Essa criação da rede, especialmente, é porque a gente achou muito necessário tornar a educação uma editoria, um tema a ser debatido, porque ainda não havia na *Mídia NINJA* a editoria de educação, e quando a gente parou pra pensar, disse: caramba, tá acontecendo todo esse desmonte e a gente não sabe o que vai vir para o futuro. Provavelmente são políticas públicas que não vão colaborar pra se ter uma educação pública de qualidade, então a gente precisa tornar a educação um tema do nosso site, enfim, um tema a ser debatido pela *Mídia NINJA*. E foi através dessa rede que a gente viu que haveria essa possibilidade. Então, além de ter essa vontade de trazer um público jovem, o que também não significa excluir o público adulto, a gente quer que todo mundo faça parte, trazendo uma linguagem que aproxime a gente do público jovem. A gente também quer debater assuntos relacionados a educação, até muito pelo que a *Mídia NINJA* acredita, ela acredita nessa cobertura colaborativa e a gente acha que a partir da mobilização de 600 estudantes, até agora, a gente pode provocar um diálogo, provocar um debate com autoridades, enfim, a gente quer colaborar mesmo, de certa forma, pra que esse cenário melhore. Então seriam essas duas ideias: trazer esse público jovem e falar mesmo sobre educação através das plataformas digitais que estão em ascensão: Instagram, Youtube, Twitter, porque a gente é multiplataforma. Ontem a gente tava num canal do Youtube, com esse programa, mas a gente também tava no Twitter pegando as minhas melhores aspas ou as melhores aspar da pró-reitora que foi lá conversar com a gente, e a gente tava no site dando uma pequena matéria que tava tendo um programa sobre educação e também no Facebook. Então é isso, é mobilizar a galera e chamar a atenção para esse desmonte que a educação pública vem sofrendo, além de querer também tornar essas coisas mais claras, porque, por exemplo, quando a gente olha pra o programa Future-se, quando a gente vai lá consultar ele, já que ele tá em consulta pública, ele tem

uma linguagem complexa, nem todo mundo entende, pras pessoas que estão fora do debate acadêmico ou não têm aproximação com esse assunto, fica muito difícil a compreensão. Então o que a gente fez? Levamos uma pró-reitora, da UFRJ (Ivana Bentes), que consegue dialogar com essas pessoas e que pudesse falar sobre o programa Future-se, de uma maneira super leve, com uma linguagem super ok, justamente pra gente mostrar pras pessoas: olha, a gente tá tentando entender e explicar. Muito melhor do que você está ali... Escutar um debate desse e depois ir lá olhar o programa, participar da consulta pública, já melhora o entendimento, já colabora pra que realmente se tenha um debate. Acho que é esse o propósito. E o tempo de consulta pública é pouco, até 15 de agosto, a gente tem menos de um mês. E eu tava dando uma olhada, a linguagem é muito difícil, então realmente as pessoas ficam impedidas de compreender, e acaba sendo uma coisa imposta e não uma coisa conversada. Então é isso: a gente quer que as pessoas entendam, que as pessoas realmente falem, debatam sobre educação, entendendo o assunto, e por isso a gente trouxe essa galera nova, e convidados e professores, a gente tá querendo levar deputados também. A gente não tá querendo fazer um programa limitado, a gente quer que ele seja amplo, mas é mais por e para estudantes de universidade que estão sofrendo esse desmonte, estão vivenciando tudo isso.

Qual a vantagem ou recompensa que você considera que usufrui ao atuar na *Mídia NINJA*?

Eu vi uma entrevista uma vez do Lula que ele diz assim: eu tenho certeza que o juiz Sérgio Moro não dorme com a cabeça leve. E aí eu vou pegar essa frase dele e vou mudar um pouco. Eu tenho certeza que eu tô utilizando o jornalismo da melhor forma possível e impactando de maneira positiva a vida das pessoas, porque o que a *Mídia NINJA* já me proporcionou eu não sei nem o que falar, eu tenho a agradecer, porque eu já entrevistei desde o ambulante que tá ali na rua vendendo a bebida e não faz a mínima ideia do que significa aquela manifestação, porque foi exatamente assim que aconteceu comigo, eu fui entrevistar um rapaz que tava vendendo bebidas na manifestação a favor da educação, fui perguntar pra ele se ele tinha ideia e ele não fazia a menor ideia do que estava acontecendo, então eu expliquei pra ele, depois eu realizei a entrevista, então eu entrevistei esse rapaz e entrevistei o Guilherme Boulos, que foi candidato a presidente em 2018 e é coordenador do MTST. Então eu tô impactando a vida das pessoas, não só daquelas que eu tô entrevistando, mas de toda essa galera que a gente chama que é o comentariado, que são aquelas pessoas que ficam comentando e assistindo a gente, e que de certa forma acabam refletindo sobre aquilo que a gente tá falando. Então é isso: é usar o jornalismo com responsabilidade social mesmo, é olhar pro jornalismo e querer fazer diferente do que as grandes mídias estão fazendo, até porque essas grandes mídias estão mudando. Hoje elas tentam representar mais as minorias, de forma completamente questionável, mas estão tentando, estão, por exemplo, colocando notícias no *Jornal Nacional* que anos atrás não colocavam. Então é isso: é fazer diferente para que as outras pessoas também façam diferente e impactar a vida das pessoas através da profissão que eu escolhi pra mim, que é o jornalismo, e que eu sempre acreditei que eu poderia fazer diferente. Até antes de dormir eu sempre pensava: caramba, será que eu sou muito idealista. Porque tem isso, dizem: ah, tem 20 anos, é jovem, estuda em universidade pública, quer salvar o mundo... Mas quando você olha pra *Mídia NINJA*, que é um grande veículo de comunicação e que tem quase 3 milhões de seguidores no seu Instagram (é 1,2 milhão. Estudantes NINJA: 35 mil. *Revista Fórum*: 167 mil. *Estadão*: 1,1 milhão. *Folha*

de São Paulo: 1,5 milhão. *GI*: 3,5 milhão), você vê que é possível, você vê que não é um jovem doido, porque tem muitas pessoas que pensam igual ou parecido.

Em relação a seus colegas estudantes de jornalismo na UFF e seus colegas Estudantes NINJA, você percebe diferenças?

Eu vejo uma grande diferença entre meus colegas de turma, da Universidade Federal Fluminense, e os meus colegas da rede Estudantes NINJA, porque por mais que tenha esse debate dentro da sala de aula, por mais que os professores tragam exemplos relacionados a essas mídias alternativas e independentes, eu ainda vejo que pros alunos da minha turma, não é uma saída muito clara, não é uma opção de trabalho muito clara. Me parece que eles ainda vão precisar recorrer as mídias hegemônicas. Já os alunos da rede Estudantes NINJA, eu percebo que pra eles é isso: pra eles a mídia independente alternativa é um trabalho e ponto. Não há mais a possibilidade ... – talvez essa frase seja muito forte... mas há uma pequena possibilidade agora deles irem para as grandes mídias. Óbvio, tem a questão de dinheiro, de necessidade, se der arruma um trabalho, é uma opção, mas eles já sabem como funciona uma mídia independente, entendeu? Eles estão dentro, até por fazerem parte de uma rede. Já a galera da universidade eu vejo que tem uma pressão, que você tem que trabalhar na grande mídia, porque o salário é melhor, e porque isso e aquilo. Então, quando eu trabalho com essa galera e com o pessoal da rede, eu vejo essa diferença. Eu vejo que o pessoal da rede realmente acredita no que eles fazem, eles passam horas e horas elaborando um programa, dias e dias, porque eles realmente estão crendo que aquilo vai dar certo. Agora, se eu sento com o pessoal da minha turma, talvez eles não fossem depositar tanta esperança nesse programa de TV antes dele ter realmente acontecido. Talvez se eu fizesse uma reunião com essa galera da minha turma e falasse assim: gente, estamos querendo criar um programa de TV no Youtube da *Mídia NINJA*, eles fariam: ah, fala sério, eu não sei vai dar certo, olha aí o Jornal Nacional, olha aí outro programa de educação, entendeu? Então, haveria essa preocupação e essa dúvida. Já a galera da rede, não. Se eu falar gente vamos fazer um programa que fale sobre o projeto Future-se, eles iriam falar caramba, vamos, porque vai dar certo. Justamente porque já estão mais imersos nisso, porque fazem parte de uma rede, tudo isso. Então essa é a grande diferença que eu vejo.

Da UFF só tem você no Estudantes NINJA?

Tem uma galera, mas poucos, umas quatro pessoas. E tem aquelas pessoas que são realmente ativas. A gente tem 600 membros, mas nem todo mundo tá ali conversando, se mobilizando. Se cem pessoas fazem isso já é um número ok, porque é difícil também você lidar com um grupo muito grande, as pessoas têm as suas prioridades, responsabilidades, então mobilizar isso é muito difícil.

É claro que você é muito nova e as vezes a gente vai mudando durante os percursos, mas hoje, você projeta trabalhar em mídia convencional ou isso estaria fora de seus planos, hoje?

Fora dos meus planos não, porque colocando bem o pé no chão e sendo bem realista, obviamente, se surgir alguma oportunidade, assim como surgiu quando eu fiz o técnico em telecomunicação na rádio *Globo*, eu vou aceitar a proposta, até porque eu acho que é uma experiência. Eu acho que pra você fazer algo diferente, pra você ter a ideia de criar uma mídia alternativa como a *Mídia NINJA*, é porque você já esteve ali ocupando espaço

numa mídia hegemônica e você viu algo que você não concordava, e daí você pensou caramba, eu quero fazer algo diferente, então foi por causa de uma certa experiência que você já vivenciou, que você já teve. Então eu considero, sim, essa possibilidade de trabalhar em mídia convencional, grande mídia. Pra mim isso não é descartado, mas sabendo muito bem que ... como eu posso falar... que o que eu acredito no jornalismo é algo bem diferente do que eles fazem ainda. Não significa que eu condene todos os programas, por exemplo, da *Globo*. Não, eles fazem belíssimas reportagens, ali dentro tem profissionais incríveis, capacitadíssimos, eu tenho completa consciência disso, até porque é uma discussão que se tem dentro da UFF, no curso de jornalismo. Mas não me identifico tanto com esse tipo de trabalho, me identifico com as mídias independentes, alternativas, comunitárias, com esse lado. Mas não descarto de tá ocupando o outro espaço também.

Você entrou na UFF por cotas?

Sim. Eu estudei meu ensino médio todo em escola pública, na FAETEC, e também entrei com cotas de negros.

Que futuro você imagina pra *Mídia NINJA* e pras mídias alternativas de modo geral no Brasil?

Eu acho, Samária, que olhando pra um lado mais positivo, trazendo um aspecto mais legal, diante de todo esse cenário que a gente vem vivenciando, eu creio que é uma boa oportunidade pras mídias independentes crescerem, porque eu acho que talvez o único – não sei se a gente pode dizer o único... - mas elas são o meio que está trazendo novas visões, além mesmo da própria pessoa tá ali na internet postando uma foto e mostrando o que tá acontecendo, que a gente chama que essas pessoas são comunicadoras, né, mas trazendo um olhar pra esses veículos, eu acho que eles estão crescendo, eles estão tendo essa possibilidade e, independente do futuro político que a gente tem aí, eu acho que a *Mídia NINJA* só tende a crescer, porque eles são extremamente organizados. Por exemplo, no Youtube a gente tá pensando em uma grade de programação, a gente tem horário pra entrar um programa, pra sair outro. Organização é essencial e eles tem, eles têm vontade, fazem trabalhos belíssimos, a gente faz trabalhos belíssimos. Então eu acho que é um futuro promissor, independente de toda essa situação complexa e grave em que a gente está imerso, né. Mas só tende a melhorar pros veículos independentes. Até porque hoje, se você conversa, sei lá com 20 pessoas, eu acho que, no mínimo umas cinco vão saber sobre mídia independente, esse nome talvez - *Mídia NINJA* não-, mas assim: você já ouviu falar em mídia alternativa? Eu acho que as pessoas já captam a ideia, acho que já conseguem saber que mídia alternativa foge um pouco, por exemplo, do que o *Jornal Nacional* faz, olhando assim pra um senso comum. Eu acho que é um processo de crescimento mesmo, de amadurecimento, de conhecimento de erro, caramba, a gente errou, em que a gente pode melhorar. Acho que uma massa de mídias alternativas sabe usar muito bem as redes sociais. A gente tava até discutindo isso, eu acho que a Folha de São Paulo ou Estadão, não sei, tem mais seguidores do que a *Mídia NINJA* no Instagram, mas as visualizações e publicações tem alcance menor. A *Mídia NINJA* tem alcance muito maior. Então eles sabem trabalhar em rede, não só *Mídia NINJA*, mas *Agência Pública*, *The Intercept* – ainda mais depois dessas reportagens sobre a Vaza Jato, sabem trabalhar bem com isso, o canal 247. Então eles sabem trabalhar bem com essas plataformas, as

grandes mídias ainda estão se adaptando, até porque muitos vieram de impressos e tão fazendo a transição. Eu acho que eles já têm ali o queijo e a faca, é esse o ditado?

A faca e o queijo.

Eu troquei. Então a gente já tem a faca e o queijo ali na mão, só tem que ir amadurecendo, o que pode fazer, o que tem que fazer. A gente usa bem tecnologias. A *Mídia NINJA* tá apostando muito em designes, em hackers, é isso.

A *Mídia NINJA* é como você imaginava antes de começar a participar?

Eu acho que a *Mídia NINJA* é bem orgânica mesmo. Quando eu entrei, era uma visão minha, o que mais me chocou é que são pessoas jovens, que moram todas juntas, numa casa coletiva, e que tem crianças nessas casas, porque as pessoas têm filhos, e que fazem trabalhos incríveis e produzem coisas e quando você olha, não imagina que vá sair algo assim tão bem elaborado, tão bom. Isso me chocou. Isso é uma visão minha, bem particular, que eu tô trazendo. E é isso. Eu espero ter contribuído de alguma forma. Tem todo esse estereótipo, um monte de jovem, umas quinze pessoas morando numa casa, deve ser uma desorganização imensa. Muito pelo contrário, são extremamente organizados. Não tem um início, meio e fim no tempo do trabalho, ah, eu comecei agora, vou ali depois termino. Não, a todo momento eles estão ali, com computadores ligados, se surge uma nova notícia, e talvez isso que esteja fazendo a diferença, não sei, porque as pessoas que estão à frente da *Mídia NINJA* é bem necessário todas elas morarem juntas, porque faz a diferença, você se conecta de maneira mais intensa com a pessoa que tá li do seu lado e acho que a troca deve ser melhor, não sei. Mas me chamou muito a atenção, a organização e a casa coletiva, quando eu olhei falei assim: caraca, o que que tá acontecendo aqui?!

A *Mídia NINJA* iniciou de fato em 2013, no boom das Jornadas de Junho. Você era muito nova nesse período, você lembra de alguma coisa da *Mídia NINJA* de 2013? Ou quando você tomou consciência de que eles existiam e o que faziam?

Em 2013, eu lembro, mas não sabia que era a *Mídia NINJA* que tinha feito aquela cobertura muito grande das manifestações. Eu não conseguia associar a cobertura à *Mídia NINJA*, mas eu sabia que alguém tinha feito aquilo, mas consciência mesmo, eu comecei a conhecer o trabalho, comecei a seguir nas redes sociais, foi em 2014, 2015, porque também foi o ano que eu entrei na FAETEC, e a FAETEC, sendo uma instituição pública, tem essa questão do movimento estudantil muito forte, do grêmio. Eu peguei uma época boa, em 2014. Em 2015 o negócio começava a desmontar, e eu comecei a estar muito dentro da política, comecei a entender mais, comecei a procurar formas de eu me informar mesmo e a *Mídia NINJA* foi uma delas. 2013 eu já sabia que alguém estava fazendo alguma coisa diferente, porque eu tinha escutado que as manifestações de 2013, alguém fez as coberturas de uma maneira muito diferente, mas eu não sabia que era “a” *Mídia NINJA*.

Entrevista realizada Teresina-PI/Rio de Janeiro-RJ, dia 19 de julho de 2019.

Vitor Campos Menezes (Vitor Cadillac)

28 anos. Diz que sua formação é na Universidade Livre Fora do Eixo.

Trabalha com produção cultural desde os 15 anos, com música independente em Goiânia, e, a partir daí começou a interagir com Fora do Eixo, através da rede de festivais de música independente, que surge logo no início do Fora do Eixo, se organizando em cidades do interior do país.

Nasceu e mora em Goiânia, Goiás.

Faz produções para eventos do Fora do Eixo e *Mídia NINJA*.

Conte como você conheceu o Fora do Eixo e *Mídia NINJA*?

Com 15 anos eu comecei a trabalhar com festival de música independente em Goiânia, chamado Vaca Amarela, que é um dos festivais mais longevos de música independente no país. Esse festival foi um dos primeiros a aderir a rede Fora do Eixo, foi um dos primeiros festivais a começar a colaborar e participar desse processo de trocas que a rede permitiu. Enquanto Rio Branco, no Acre; Cuiabá, Uberlândia, tavam começando a se organizar, o Vaca Amarela já fazia parte dessa conversa. Eu chego um pouco depois do início dessa conversa. Quem começa isso é o João Lucas, um outro colaborador aqui do festival e produtor de música também. E logo que eu começo a participar da produção do festival, as tarefas nas quais eu me destacava e estava disponível para realizar, eram as mais ligadas a uma articulação em rede, conversando com outros festivais, organizando as turnês dos artistas, e principalmente fazendo a comunicação, a assessoria de imprensa. Na época, que a gente começa a aprender como se faz também através de cartilhas e das experiências que a gente trocava quando nos encontrávamos com os outros produtores e realizadores por aí, Brasil afora, e aqui também. Esse é um tipo de profissão que a formação acadêmica é muito recente e que a maioria dos profissionais da área realmente são formados numa base empírica mesmo, na experiência, no fazer, e também a experiência do aprender. Minha formação é essa: a vida e a Universidade Livre Fora do Eixo. Então eu começo muito envolvido nessa coisa da música, mas sempre flanando muito da comunicação, que era a tarefa que eu desempenhava naquele momento. Então os desafios eram: como que a gente vai conseguir fazer um festival no interior do país ter visibilidade e dar visibilidade aos artistas na grande imprensa? Mas também como a gente construiria nossos próprios caminhos, nossas próprias plataformas de comunicação e, através delas, a gente garantiria uma produção de conteúdo 100% autoral? Naquele momento a gente começa a criar essas frentes dos blogs que a gente escrevia, frente com jornalistas, com quem escrevia pra música. Tinha figuras que, na época, escreviam muito pra música na grande imprensa e abriram as portas pra gente, como gente que escrevia pra Folha de São Paulo. A Trama virtual surge naquela época também (um dos primeiros sites a permitir que bandas e artistas independentes divulgassem seu trabalho. Deixou de existir em 31 de março de 2013). Então o trabalho ficava bem nessa área mesmo, da gente falar de música, entender como a gente organizaria a cadeia produtiva aqui no território, mas também como a gente conseguiria dar visibilidade na imprensa pra esses artistas, que eu acho que é uma relação legal com a experiência de ser um ninja também, pois a gente tá nesse mesmo universo.

E o que ser um Ninja?

Acho que é admitir a responsabilidade que a nossa geração tem de conseguir disputar as narrativas da cultura, da política. Ser um ninja é assumir a responsabilidade de ser um midialivrista, de garantir a articulação com midialivristas do território, conseguir produzir conteúdo pra que a gente aborde e provoque debates fundamentais em relação a temas essenciais nesse momento. Ser um ninja é militar – se a gente fosse trazer pra um conceito mais da política – seria militar através da comunicação. Eu acho que ser um ninja é colaborar nessa disputa de narrativas que as nossas juventudes têm como questões e temas urgentes e emergentes. É nesse sentido que eu vejo como é ser um ninja fora das casas, ser um ninja que faz parte da rede, que viu tudo acontecer, que participou da construção do processo, mas que tá nesse limite aí do compartilhar, da coletividade. Então é um pouco diferente a relação que a gente tem em comparação com a relação que o povo da casa tem, que você deve ter entrevistado e viu um pouco mais como funcionam as casas, né?

Você chegou a morar em casas coletivas?

A gente já teve uma casa coletiva aqui em Goiânia, que era a Fábrica Cultura Coletiva. Ela acabou se tornando uma associação, mas nessa casa a gente não vivia e morava na casa, a gente juntou a nossa produtora, nosso coletivo, e vários outros coletivos da cidade, coletivos de designer, de teatro, de moda, a gente conseguiu juntar esse pessoal numa casa, em torno de uma associação e ali a gente compartilhava, de forma coletiva, todos os custos da casa, como também buscava criar condições pra casa arrecadar, pra casa capitalizar, com ações, com projetos, e em formação coletiva, só que sem essa experiência de morar numa casa, sem essa experiência que em breve eu tenho vontade de fazer, mas ainda não chegou a hora.

Mas você se considera um ninja fora da casa?

Isso, um ninja fora da casa. Porque eu acho que, na verdade, ser um ninja vai pra além da questão pragmática, cartesiana, de ‘agora eu sou um ninja, passei por tal etapa’, não é isso. Eu acho que todos somos ninjas, então desde a galera do comentariado, que manda conteúdo pra gente inbox todos os dias, a galera que manda conteúdo por e-mail, dos pesquisadores que querem falar sobre o midialivrismo e do midiativismo, e até chegando as pessoas mais orgânicas que moram nas casas, eu acho que todas as pessoas que participam desse processo de alguma forma, elas são ninjas. Eu sou um ninja fora da casa.

Como é a sua participação hoje?

Eu colaboro fortemente nesse processo de articulação com os colaboradores aqui no Estado, na mobilização e produção dessas mobilizações de encontros. Por exemplo, quando houve a Imersão em Brasília, todo o time que foi de Goiás pra lá, foi um trabalho colaborativo também entre eu e o Clayton, que é ninja orgânico, mora numa casa. Naquele momento a gente se destacou nessa tarefa e conseguiu fazer essa mobilização, que vai desde conseguir um ônibus pra levar a turma, até o processo de convite, de visita aos coletivos da cidade, o bate-papo com os colaboradores, no sentido de tentar conseguir montar esse time de pessoas que estão dispostas a debater. Então, na verdade, minha função é muito coringa, eu vejo isso como uma coisa que diferencia o Fora do Eixo e, por consequência, a *Mídia NINJA*, dos outros movimentos sociais que a gente encontra por

aí. A questão é que todo mundo pode realizar qualquer tarefa a qualquer momento. Essa capacidade de ser uma carta coringa, na realização dos projetos, na articulação política, enfim, num debate numa universidade, acho que todo mundo se capacita dia após dia e vem se capacitando ao longo desses últimos anos pra realizar qualquer tarefa dentro dessa estrutura. Acho que a participação de todo mundo que se aproxima de alguma forma de uma estrutura organizacional mais bem definida – como eu disse: eu vejo que todo mundo que colabora de alguma forma é ninja- mas tem esse time, que fica um pouco mais próximo, numa estrutura organizacional mais bem definida, e o pessoal orgânico, de dentro das casas. Eu acho que eu tô nessa linha anterior, que é esse círculo um pouco maior de pessoas que participa de forma mais cotidiana – acho que é melhor dizer de forma cotidiana que definida. Acho que todos nós desempenhamos funções coringa, porque a gente vem se formando desde a época dos festivais com estrutura independente, organizados por todo o país, no momento da Abrafim – Associação Brasileira de Festivais Independentes- que o Fora do Eixo participou fortemente, com seus festivais, até o surgimento da *Mídia NINJA*; chegando aos dias de hoje, com toda essa história das casas e os desdobramentos que nós conseguimos ver. Eu acho que todos nós aprendemos diversas funções. Eu, por exemplo: faço cobertura, sou produtor, organizo a produção das mobilizações que a gente faz por aí, se é pra levar um ônibus pra algum lugar, se é pra conseguir apoio local, dar cobertura, dar apoio aos colaboradores – ser um Ninja também é estar pronto pra desempenhar qualquer função desse universo à medida da necessidade. Então eu realmente vejo que a minha relação com a *Mídia NINJA* é essa: uma carta coringa, porque acaba que a gente faz um pouco de tudo. E é esse o espírito da coisa também, eu acho, quando a gente fala de horizontalidade, de colaboração, de coletividade, quando a gente quer trazer a coisa pra um âmbito mais rizomático, olho no olho, eu acho que isso é fundamental também pra experiência e muda nossa vida. Ser um ninja, ser um Fora do Eixo, é uma experiência que realmente constrói e desconstrói visões e posicionamentos que a gente tem em relação ao mundo todo o tempo, que a gente acaba ficando diante de histórias, de pessoas, de situações que nos tocam profundamente. E o trabalho, sendo um trabalho muito dinâmico, eu acho que colabora muito pra esse processo de formação desses indivíduos que de alguma forma se relacionam com a rede cotidianamente.

Você considera que você, como pessoa, mudou desde que começou a se envolver com esse trabalho junto a Fora do Eixo e *Mídia NINJA*?

Essa experiência, além de um grande privilégio – melhor do que um privilégio, a gente não tem palavra pra isso, mas é mais do que um privilégio, é um privilégio de livre adesão, onde qualquer um pode fazer parte. Mas esse privilégio revolucionou a minha vida e a de um monte de gente por aí. Eu acho que a experiência da gente ver resultados no ativismo, numa militância, em relação aos temas que a gente acredita, é poderoso demais. Eu sou um ativista da cultura e eu consigo ver situações de avanço a todo tempo, a gente constrói em formações coletivas, e essa experiência do Fora do Eixo, experiência de debater com pessoas de todo canto do país, todo canto do mundo, diversas situações, e a gente ter base de pessoas que conseguem colaborar em nossos projetos locais, como nós localmente apoiamos também e construímos juntos processos mais amplos, tudo isso vai contando pra gente um pouco de como a vida pode ser mais, de como os sonhos podem ser reais, de como transformar os sonhos em realidade, acho que é um pouco disso. Acho que a gente acaba se estimulando numa felicidade interna bruta, vamos dizer assim, à medida

que a gente vai se relacionando com esses processos todos do Fora do Eixo e *Mídia NINJA*, e à medida que a gente vai vendo também as coisas todas surgindo e acontecendo, e cada vez mais gente estimulada e querendo se aproximar. De um grupo antes pequeno de pessoas que debatiam cultura e festivais para esse grupo de milhares de pessoas que hoje colabora com a *Mídia NINJA* – olhar pra isso é lindo! Então eu vejo como a revolução dos sonhos mesmo. É isso!

Você acha que, para determinados grupos, a *Mídia NINJA* é uma experiência não de todo aceita?

Eu tenho certeza. Pra todo mundo que não vive isso, cai até numa coisa meio clichê, mas todo mundo que não vive essa experiência vai ter um pouco de dificuldade de entender, em especial as pessoas que estão acostumadas com os modelos que estão apresentados. Revolucionar o fazer das coisas é também um papel que a *Mídia NINJA* cumpre, cumpriu nas juventudes, inclusive comigo, muito interessante. Então eu acho que a falta de compreensão das pessoas é a falta de interação mesmo, a falta de comunicação com comunicadores e ativistas dessa área. A dificuldade que as pessoas têm de entender a *Mídia NINJA* é uma dificuldade que as pessoas têm também com o novo. Mas acho que é normal, a controvérsia faz parte da construção e do crescimento, tanto interno quanto nas relações externas.

O que um jovem estudante de comunicação pode experimentar ou sentir via *Mídia NINJA* que ele não experimentaria num meio de comunicação convencional?

Eu acho que, em primeiro lugar, essa experiência 360 graus, holística, participar de diversas frentes de uma mesma máquina de produção de conteúdo. Enquanto um jornal tem funções bem definidas: fotógrafo, jornalista, editor, enfim, a galera da impressão. Quando você vem pra história coletiva e colaborativa da *Mídia NINJA* e Fora do Eixo, você passa a experimentar, viver e, por consequência, se formar em diferentes frentes dessa estrutura de produção de conteúdo. O que eu acho que é fundamental pra gente dar independência para o indivíduo. Acho que um jovem estudante de comunicação, na carreira dele, tem a opção de ser um jornalista, um fotojornalista, como também tem a opção de empreender num pequeno site, um site de agenda cultural da cidade, ou numa cobertura de um perfil que lhe interesse. Então eu acho que participar das questões todas, isso só é possível em situações como a do Fora do Eixo e *Mídia NINJA*. Isso acaba permitindo uma formação dessa juventude que garante uma independência muito maior do que ela poderia ter dentro de uma carreira tão bem definida como é o mercado de trabalho.

Você não morou nas casas coletivas, mas você as conhece. Como você avalia o papel que as casas coletivas cumprem para a *Mídia NINJA*?

Nunca morei numa casa Fora do Eixo, mas estive em várias delas, dormi em algumas casas e tenho uma relação muito próxima com todo mundo, porque a gente tem um chat – é o chat Fora do Eixo – tem alí, sei lá, umas 50 pessoas o tempo todo falando sobre esses temas do dia a dia, cotidiano, a dinâmica da coisa. Então eu acho que as casas coletivas cumprem um papel fundamental na otimização do tempo e ela garante com que essas pessoas possam viver a utopia de ser ativista e militar através da comunicação, porque se elas tivessem, por exemplo, cada uma nas suas casas, pra manutenção dessas pessoas, com salário, seria números astronômicos. Então eu acho que esse encontro de

generosidades, esse encontro de doação de tempo, de talento, de estrutura que o Fora do Eixo, junto com os colaboradores, fazem, isso é um ganho fundamental e imprescindível para a existência da *Mídia NINJA*. O fluxo de conteúdo que passa todos os dias nas nossas timelines, mas principalmente nos nosso inboxes, nos inboxes da *Mídia NINJA*, e a relação com esses grupos, como o Estudantes NINJA, até os grupos locais, o fluxo é muito intenso. Então pra dar tempo, pra gente dar conta disso é fundamental uma organização de tempo e também um ambiente de acolhimento e onde essas pessoas possam fazer isso e ao mesmo tempo todo mundo vai estar desempenhando alguma função com esse propósito. Então a casa otimiza tempo, mantém a chama da vontade de fazer, mantém a chama do desejo de mudar o mundo. Acho que as casas são radicais do ponto de vista das pessoas que nunca experimentaram e ninguém tem obrigação de escolher uma vida coletiva, mas acho que a partir do momento que você entra nessa história o crescimento vai pra campos que... a gente tem que passar até a nomeá-los, talvez, esses campos de estímulos, de investimento na felicidade interna bruta das pessoas, esses campos de entender até questões mais subjetivas, pô, tem dia que você não tá bem, e a casa toda tem que entender que você não tá bem naquele dia e todo mundo tem que colaborar de alguma forma não só na garantia de trabalho, mas sobretudo na garantia do bem estar das pessoas que vivem nessas casas. Fora a experiência de estar em contato com pessoas que entram e saem dessas casas participando dos processos de formação, debatendo questões. Ser um morador dessas casas é um privilégio muito maior do que a gente consegue as vezes entender não estando ali. A casa colabora nesses sentidos todos e muitos outros, também. Como, por exemplo, a garantia de que você não precisa se preocupar como vai ser o dia de amanhã, como a maioria dos trabalhadores do Brasil têm que se preocupar. Nas casas, enquanto todo mundo tiver ali entregando um pouco de tempo e dedicação, a máquina como um todo vai tratar de cuidar de todo mundo. Acho que é um pouco disso também. Eu não sei até que ponto o que eu tô dizendo, o meu discurso, tá batendo com o que a galera tá falando, mas é justamente por isso mesmo, a minha relação com o Fora do Eixo, com a *Mídia NINJA*, sempre foi nesse campo assim de uma independência muito grande. Ao mesmo tempo que eu dedico, todos os dias, algumas horas do meu dia, pra *Mídia NINJA* e Fora do Eixo, eu não estou lá no dia a dia da casa, então acaba que as visões realmente são diferentes.

Você acha que a casa tem tanto uma função mais objetiva quanto uma função subjetiva pras pessoas que vivem lá?

Organizando melhor o pensamento, é isso. Ela tem uma função objetiva, de garantir a produção de conteúdos, os fluxos acontecendo, o trabalho em si, mas ela tem uma função subjetiva também, de fazer com que ativistas tenham zonas autônomas pra viverem na totalidade e na mais profunda verdade sua utopia. Então acho que a casa cumpre essas funções. E uma outra função subjetiva é essa: é o lugar que as pessoas sabem que elas têm de acolhimento, então vira uma família.

Tem uma certa utopia nesse envolvimento com a *Mídia NINJA*? Isso gera algum tipo de problema?

Tem utopia e a utopia é fundamental pra existência e avanço do mundo. Como Freud disse: a incompletude é o que nos move. Ou seja: aquilo que me falta é o que me faz dar um passo adiante, o sonho e a utopia são isso. E o Fora do Eixo e *Mídia NINJA* são essas máquinas que te aproximam desse horizonte que é a utopia e o sonho. Como Galeano

dizia também: a utopia tá no horizonte, e a medida que eu dou um passo a diante, esse horizonte se afasta um passo de mim, mas eu só dou esse passo porque existe diante de mim um horizonte utópico. Se pra Freud a incompletude e a falta nos move e faz dar esse passo adiante, pra gente do ativismo é o sonho e a utopia que são fundamentais pra manter as pernas firmes e fortes. Dei uma viajada, mas deu pra entender, né?

Você tem um trabalho formal, além de estar na produção cultural?

Eu sou assessor parlamentar, hoje, de uma vereadora de Goiânia e eu escolhi trabalhar com ela também porque a história dela é muito interessante. É a Dra Cristina Lopes Afonso, o namorado dela jogou fogo nela nos anos 80 e ela se tornou um símbolo dessa luta pelos direitos das mulheres (teve 85% do corpo queimado, quando ainda era estudante. O caso obteve repercussão internacional). Infelizmente ela está no PSDB, mas meu trabalho com ela é a migração dela para o campo da esquerda – acho que isso nem importa pra conversa. O que importa é que eu sou assessor parlamentar hoje e eu descobri como participar como um agente hacker, uma figura hacker da política, era fundamental. E eu descobri isso também no Fora do Eixo e *Mídia NINJA*. Em 2016 eu fui candidato a vereador aqui em Goiânia pelo PSOL. A gente conseguiu 1.886 votos. Foi uma campanha voltada pra ideia de coletividade, com a construção da plataforma das propostas de campanha também com informação coletiva. Então eu acho que a minha profissão hoje também é um resultado da revolução que a *Mídia NINJA* e Fora do Eixo causaram em mim. Se hoje eu me vejo dentro do ambiente da política como um profissional é porque eu me formei nessa área dentro do Fora do Eixo e *Mídia NINJA*. É porque dentro do Fora do Eixo e *Mídia NINJA* eu descobri que são esses espaços que a gente tem que hackear, tem que garantir o diálogo, pra conseguir conversar com quem tem a caneta na mão e propor, construir juntos, e ocupar espaços de poder. Ou seja, nós que somos minorias, eu - que sou gay, por exemplo, vejo como fundamental a ocupação dos espaços de poder por mais pessoas LGBTs. Então à medida que eu, como agente hacker, ocupo esse espaço com essa ideia, com esse DNA, a gente consegue reorganizar as estruturas pouco a pouco. Então eu vejo que minha profissão e essa tarefa que eu carrego na vida, que é de hackear os espaços de poder e os espaços da política, eu vejo isso como resultado da participação no Fora do Eixo também.

Eu entrevistei Uirá Porã e ele se apresenta como um hacker e se diz um hacker da comunicação e das políticas públicas. Como você acha que se consegue hackear a política e a comunicação?

O Uirá, claro! Eu acho que em diferentes áreas. Se a gente fala de comunicação, a gente consegue hackear as campanhas políticas na construção dos planos de comunicação que necessariamente vão envolver a construção das propostas e plataformas de campanha. Então acho que um midiativista, quando começa a participar de campanhas políticas, ele consegue provocar novas ideias no candidato, consegue conectar candidatos que em outros momentos não teriam esse diálogo, porque a comunicação tem esse poder. Então eu acho que quando a gente fala do ponto de vista do que é participar do dia a dia da política mesmo, acho que nos debates - acho que é um outro caminho por onde a gente consegue hackear política. Ou seja, alguém como Fora do Eixo, como *Mídia NINJA*, vai participar do debate público, levanta a mãozinha e começa a bater um papo e mapear melhor quem são as pessoas do mesmo campo e pensar como a gente pode fazer com que a nossa utopia seja mais interessante para diferentes candidatos. Outro ponto é o estímulo

que o Fora do Eixo dar para todo mundo que se dispõe a ocupar espaços de poder. Da Marielle Franco a Áurea Carolina (PSOL-MG), que hoje é deputada federal, passando pelo Guilherme Boulos, pela Sônia Guajajara, diversos outros candidatos, passaram, de alguma forma, pelo sistema, pelo hardware Fora do Eixo, *Mídia NINJA*, vamos dizer assim, porque por exemplo, nas eleições de 2016, na do ano passado (2018) a *Mídia NINJA* criou plataformas que aglutinavam esses candidatos desde o “vereadores que queremos” até “mulheres na política” a gente conseguiu criar plataformas que conectassem as ideais e as próprias figuras, os próprios players- digamos assim, os próprios jogadores. Então eu acho que a gente consegue hackear política chegando por várias portinhas que a gente consegue perceber e entrar. Pra além de tudo isso, a própria *Mídia NINJA* passa a dar um peso na opinião pública que por sua vez a opinião pública vai hackear também ou direcionar a caminhada dos representantes. Então é a opinião pública que vai definir se um deputado vai votar contra ou a favor de um projeto, muitas vezes infelizmente. Então, também ocupar esse espaço de formadores de opinião por parte dos players, a *Mídia NINJA*, como estrutura organizacional, é uma outra forma também de hackear política. E talvez a mais forte e mais importante delas seja esse hackeamento através da construção de narrativas que vão ajudar a opinião pública a entender quais são os caminhos possíveis e necessários para os próximos passos da coletividade que é a sociedade.

Você participou da campanha do Guilherme Boulos e Sônia Guajajara à presidência (2018)?

Sim, claro. Eu fiz parte do núcleo. Por ser tanto do PSOL – é uma coincidência – quanto por ser *Mídia NINJA*, porque a campanha do Boulos e Sônia foi uma campanha que tinha o MTST, a *Mídia NINJA*, o PSOL e o PCB. Então, pela primeira vez na história do Brasil, a gente conseguiu criar uma chapa de candidatura à presidência com uma mulher indígena, com representante de sem teto, e com organismos que não são partidos e isso é muito louco – hackear até a ideia de partido também, porque os partidos políticos, em sua formação, em sua história, têm uma ideia centralista das decisões serem só dentro do partido. Então, pela primeira vez na história do Brasil, eu arrisco dizer que o PSOL, a *Mídia NINJA*, o MTST e PCB, conseguiram construir uma série de propostas e estratégias de campanhas que não foram decididas só por um partido, que enriquece muito a campanha e coloca muito mais gente participando. Então eu participei pelo PSOL, como organização partidária mesmo, com distribuição de panfletos, formação de equipes, mapeamento de áreas, reuniões, como vai funcionar; e pela *Mídia NINJA* eu participei ativamente nessa coisa de produção e distribuição de conteúdo - distribuição mais que produção. Foi meio louco, acabou que eu tive que desempenhar duas tarefas: a tarefa do militante do partido, a tarefa do *NINJA*, numa mesma campanha. Isso reforça a ideia de carta coringa.

No período da Campanha de Boulos e Sônia, a *Mídia NINJA* ficou muito dedicada à campanha, deixando um pouco de lado outros conteúdos?

Eu não sei te dizer isso com muita certeza, se esse tempo foi tão deslocado pra campanha. Eu acho que a gente conseguiu organizar o nosso tempo e puxar mais gente pra trabalhar com a gente, pra gente dar conta de tudo, tanto da produção de conteúdo da *Mídia NINJA*, que muitas vezes tava falando de outro candidato, como o Haddad, por exemplo. A gente criou debate com o Haddad durante a campanha, a gente botou a Manuella D’ávila como

uma das figuras principais na nossa timeline todos os dias, a gente garantiu que Boulos e Sônia estivessem fortes ali também. Então me dá um pouco de medo de dizer que a gente se dedicou um pouco mais à campanha e dificultar o entendimento de... não é que a campanha virou prioridade e a gente resolveu apoiar um candidato. A gente apoiou um campo, fundamental, neste momento. Então todos os candidatos que naquele momento estivessem dispostos a caminhar conosco na construção de um mundo melhor, um novo mundo possível, eles eram bem-vindos e tinham visibilidade dentro do tempo. Eu acho que sim, a gente se dedica ao período eleitoral, porque ele é o momento importante pra construção da política e desse novo mundo possível, o que não quer dizer que os outros conteúdos até extra eleitorais não tiveram prioridade ou destaque na nossa produção de conteúdo. Então a gente continuou falando de movimentos, sobre as notícias de todo o território, continuou construindo a ideia de viajar pelo país e nos reunirmos com as pessoas. Eu vi assim.

E que futuro você imagina pra *Mídia NINJA*?

Acho que o futuro é agora. O futuro é agora. E a capacidade da gente conseguir ser um termômetro da sociedade, das inovações, das tecnologias, da comunicação, nos permite algo muito mais poderoso do que definir o que será o nosso futuro. A gente constrói junto com os movimentos, com os grupos, esse futuro. E a esperança é o futuro. Se fosse pra responder mais objetivamente em relação ao que vai ser da estrutura da *Mídia NINJA*, eu acho que o próximo passo é o mundo (risos), porque inclusive a gente tá agora em Portugal, com uma casa muito bacana, e essa casa tá movimentadíssima, cheia todos os dias, a gente tá conseguindo dialogar... inclusive, pra te ajudar a entender o meu papel coringa na *Mídia NINJA*. A gente fez uma ponte super legal com Vhils, que é um artista contemporâneo de rua, que fez a Marielle Franco lá em Portugal bem grandona. Ele trabalha com Banksy, e é um dos maiores e mais bem pagos artistas contemporâneos do mundo. E a gente se conecta com esse cara e ao mesmo tempo tá se conectando com os deputados federais de Portugal, com os músicos históricos do Brasil. Então acho que a construção desse futuro com a *Mídia NINJA* é cada vez mais espaços, mais gente, mais vontade de ver a coisa acontece.

Tem um processo em curso no Brasil que tende à criminalização de movimentos sociais e de movimentos à esquerda, após a eleição de Bolsonaro. Isso não intimida vocês?

Claro que não, porque ganha mais corpo. Eu acho que é cada dia mais difícil, cada dia mais penoso, cada dia é mais energia que a gente tem que dedicar, porque essa turma que aí, da bancada da bíblia, bala, boi, super conservadora, extrema direita, eles realmente estão dispostos a acabar com o livre pensamento e a livre comunicação. O midiativismo garante a existência do livre pensamento. A gente consegue ter conversas enormes sem falar o nome do Bolsonaro uma só vez. A gente passa a conversa toda falando de sonhos, de construção, de organização. Eu acho que essa é capacidade de criar musculatura mesmo diante de um momento de seca, se manter hidratado mesmo num momento de seca – seca de ideias. Eu acho que a gente cria mais forças, mesmo porque não tem outra saída, as pessoas começam a olhar umas pras outras e dizer pôxa, eu preciso me conectar com algum lugar. E talvez esse seja o grande imã da *Mídia NINJA* e Fora do Eixo na atração das juventudes que querem inventar um novo mundo. Talvez seja esse fato mesmo de perceber pô, é aqui onde eu vou dedicar essa energia que tá reservada pra construir o

mundo e não pra outra coisa, e talvez esse seja o segredo de não termos diminuído de tamanho e nem de importância nesse processo, que vai até, por exemplo a questão da Ancine. Você pega hoje a questão do Bolsonaro, a relação que ele tem com o cinema e com a cultura como um todo, você percebe que é fundamental ter audiovisual, comunica

Que impacto você acha que podemos considerar que a *Mídia NINJA* tenha sobre o jornalismo hoje?

Eu acho que seria um pouco generoso dizer que seria só a *Mídia NINJA*. Acho que os midialivristas, midiativistas, os veículos e comunicação alternativa criaram na imprensa como um todo uma nova experiência que faz tanto com que nós crescamos, mas que também provoca a imprensa tradicional a pensar novas formas de se comunicar. O que a gente tá falando, no frigar dos ovos, é também um pouco sobre estética, um pouco como o conteúdo vai ser lido. Eu acho que pensar forma e estética também foram construções da *Mídia NINJA*, do *Jornalistas Livres*, desses grupos todos. E agora com diálogos com a imprensa tradicional, por exemplo, nos vazamentos da vaza jato, que o *The Intercept* dialoga com a *Veja*. O *Jornal Nacional*, em 2013, ... quando um manifestante foi preso com uma mochila, que se dizia que tinha explosivos e as imagens da *Mídia NINJA* depois conseguiram provar que não, nem mochila tinha. O *Jornal Nacional*, numa terça feira tinha dito que esse é o cara que tinha sido preso com explosivos, e na quinta feira teve que colocar as imagens da *Mídia NINJA* e dizer que não. Ou seja: a gente dá outra visão dos fatos. Se o objetivo da imprensa é falar sobre os fatos, a gente consegue garantir olhos em todos os cantos e visões diferentes do mesmo fato. Então essa é outra contribuição que *Mídia NINJA* deixa também pro jornalismo como um todo.

A gente tem visto hoje as mídias alternativas com muitas campanhas de financiamento coletivo, de doações. Essa outra forma de viabilizar a produção e distribuição de conteúdos, é sustentável?

Acho que quando o conteúdo que chega na sua timeline, na tela do seu celular ou computador, é empático a você, ou seja, você se identifica com ele, você passa a acreditar naquele projeto. Ou seja: ler uma matéria na *Folha de São Paulo*, é muito diferente que ler uma matéria na *Mídia NINJA*. A experiência do leitor também muda. Então eu acho que essa experiência faz com que as pessoas queiram cada vez mais colaborar. Porque muita gente quer colaborar com a gente, mas não sabe tirar uma foto, não tem tempo pra dedicar, não sabe escrever um texto. Então às vezes, se a pessoa tem um dinheiro, ela vai ajudar com dinheiro, pra manutenção dessas casas, as viagens. Eu acho que é a experiência do leitor que muda também quando a gente constrói comunicação do ponto de vista do midialivrisimo, do midiativismo, mas principalmente do ponto de vista da narrativa empática às pessoas. Então, quando a gente fala do tema da questão do gênero nas palavras, até o momento que a gente consegue mudar o termo correto pra falar de determinados recortes sociais, a gente garante o diálogo tanto com os indivíduos implicados como com os indivíduos progressistas do país e do mundo. Os indivíduos implicados são, por exemplo, as travestis que demoraram anos e anos e anos pra serem chamadas nos jornais de as travestis. Os indivíduos progressistas são aqueles que acreditam, que sim, a gente tem que criar uma comunicação mais empática. E esses indivíduos vão querer financiar isso porque eles acham que isso é fundamental pro mundo que eles vão querer ver amanhã. E é nesse lugar que eu acho que o olhar de todo mundo pro futuro se encontra.

Você quer acrescentar algo que eu não tenha perguntado?

Não, acho que você tocou em pontos fundamentais. Tá entendendo até mais que eu (risos). Mas acho que é fundamental a Academia entender mais a gente, se aproximar mais e registrar sobre isso. E me coloco a disposição. Conta comigo, pode me ligar a qualquer momento.

Entrevista realizada Teresina-PI/Goiânia-GO, dia 22 de julho de 2019.

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar da pesquisa "Mídia NINJA: engajamento na arena da comunicação" de responsabilidade de Samária Araújo de Andrade, aluna de doutorado da Universidade de Brasília. O objetivo desta pesquisa é tentar compreender a atuação da Mídia NINJA estudando o engajamento de seus participantes. Assim, gostaria de consultá-lo(a) sobre seu interesse e disponibilidade de cooperar com a pesquisa.

Você receberá todos os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, e lhe asseguro que o seu nome não será divulgado, sendo mantido o mais rigoroso sigilo mediante a omissão total de informações que permitam identificá-lo(a). Os dados provenientes de sua participação na pesquisa, tais como questionários, entrevistas, possíveis materiais gravados, ficarão sob a guarda do pesquisador responsável pela pesquisa.

A coleta de dados será realizada por meio de entrevista com questionário semi-estruturado. É para estes procedimentos que você está sendo convidado a participar. Sua participação na pesquisa não implica em nenhum risco.

Espera-se com esta pesquisa compreender a atuação da Mídia NINJA sob um novo aspecto, diferente de aspectos econômicos, tecnológicos, ou sobre processos e práticas, já estudados em outras pesquisas, e adotando como relevante compreender as relações e o engajamento dos participantes.

Sua participação é voluntária e livre de qualquer remuneração ou benefício. Você é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. A recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios.

Se você tiver qualquer dúvida em relação à pesquisa, você pode me contatar através do telefone (86) 99957-5525 ou pelo e-mail samaria.andrade@hotmail.com

A equipe de pesquisa garante que os resultados do estudo serão devolvidos aos participantes por meio de apresentação dos resultados aos envolvidos (conforme seja do interesse dos participantes) e disponibilização dos dados finais obtidos, podendo ser publicados posteriormente na comunidade científica.

Este projeto foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília - CEP/IH. As informações com relação à assinatura do TCLE ou os direitos do sujeito da pesquisa podem ser obtidos através do e-mail do CEP/IH cep_ih@unb.br.

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com o(a) pesquisador(a) responsável pela pesquisa e a outra com o senhor(a).


Assinatura do (a) participante


Assinatura do (a) pesquisador (a)

Brasília, 18 de dezembro de 2018

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar da pesquisa "Mídia NINJA: engajamento na arena da comunicação" de responsabilidade de Samária Araújo de Andrade, aluna de doutorado da Universidade de Brasília. O objetivo desta pesquisa é tentar compreender a atuação da Mídia NINJA estudando o engajamento de seus participantes. Assim, gostaria de consultá-lo(a) sobre seu interesse e disponibilidade de cooperar com a pesquisa.

Você receberá todos os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, e lhe asseguro que o seu nome não será divulgado, sendo mantido o mais rigoroso sigilo mediante a omissão total de informações que permitam identificá-lo(a). Os dados provenientes de sua participação na pesquisa, tais como questionários, entrevistas, possíveis materiais gravados, ficarão sob a guarda do pesquisador responsável pela pesquisa.

A coleta de dados será realizada por meio de entrevista com questionário semi-estruturado. É para estes procedimentos que você está sendo convidado a participar. Sua participação na pesquisa não implica em nenhum risco.

Espera-se com esta pesquisa compreender a atuação da Mídia NINJA sob um novo aspecto, diferente de aspectos econômicos, tecnológicos, ou sobre processos e práticas, já estudados em outras pesquisas, e adotando como relevante compreender as relações e o engajamento dos participantes.

Sua participação é voluntária e livre de qualquer remuneração ou benefício. Você é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. A recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios.

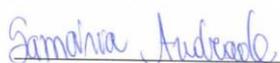
Se você tiver qualquer dúvida em relação à pesquisa, você pode me contatar através do telefone (86) 99957-5525 ou pelo e-mail samaria.andrade@hotmail.com

A equipe de pesquisa garante que os resultados do estudo serão devolvidos aos participantes por meio de apresentação dos resultados aos envolvidos (conforme seja do interesse dos participantes) e disponibilização dos dados finais obtidos, podendo ser publicados posteriormente na comunidade científica.

Este projeto foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília - CEP/IH. As informações com relação à assinatura do TCLE ou os direitos do sujeito da pesquisa podem ser obtidos através do e-mail do CEP/IH cep_ih@unb.br.

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com o(a) pesquisador(a) responsável pela pesquisa e a outra com o senhor(a).


Assinatura do (a) participante


Assinatura do (a) pesquisador (a)

Brasília, 14 de novembro de 2018

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar da pesquisa "Mídia NINJA: engajamento na arena da comunicação" de responsabilidade de Samária Araújo de Andrade, aluna de doutorado da Universidade de Brasília. O objetivo desta pesquisa é tentar compreender a atuação da Mídia NINJA estudando o engajamento de seus participantes. Assim, gostaria de consultá-lo(a) sobre seu interesse e disponibilidade de cooperar com a pesquisa.

Você receberá todos os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, e lhe asseguro que o seu nome não será divulgado, sendo mantido o mais rigoroso sigilo mediante a omissão total de informações que permitam identificá-lo(a). Os dados provenientes de sua participação na pesquisa, tais como questionários, entrevistas, possíveis materiais gravados, ficarão sob a guarda do pesquisador responsável pela pesquisa.

A coleta de dados será realizada por meio de entrevista com questionário semi-estruturado. É para estes procedimentos que você está sendo convidado a participar. Sua participação na pesquisa não implica em nenhum risco.

Espera-se com esta pesquisa compreender a atuação da Mídia NINJA sob um novo aspecto, diferente de aspectos econômicos, tecnológicos, ou sobre processos e práticas, já estudados em outras pesquisas, e adotando como relevante compreender as relações e o engajamento dos participantes.

Sua participação é voluntária e livre de qualquer remuneração ou benefício. Você é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. A recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios.

Se você tiver qualquer dúvida em relação à pesquisa, você pode me contatar através do telefone (86) 99957-5525 ou pelo e-mail samaria.andrade@hotmail.com

A equipe de pesquisa garante que os resultados do estudo serão devolvidos aos participantes por meio de apresentação dos resultados aos envolvidos (conforme seja do interesse dos participantes) e disponibilização dos dados finais obtidos, podendo ser publicados posteriormente na comunidade científica.

Este projeto foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília - CEP/IH. As informações com relação à assinatura do TCLE ou os direitos do sujeito da pesquisa podem ser obtidos através do e-mail do CEP/IH cep_ih@unb.br.

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com o(a) pesquisador(a) responsável pela pesquisa e a outra com o senhor(a).



Assinatura do (a) participante



Assinatura do (a) pesquisador (a)

Miade

Brasília, 13 de maio de 2019

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar da pesquisa "Mídia NINJA: engajamento na arena da comunicação" de responsabilidade de Samária Araújo de Andrade, aluna de doutorado da Universidade de Brasília. O objetivo desta pesquisa é tentar compreender a atuação da Mídia NINJA estudando o engajamento de seus participantes. Assim, gostaria de consultá-lo(a) sobre seu interesse e disponibilidade de cooperar com a pesquisa.

Você receberá todos os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, e lhe asseguro que o seu nome não será divulgado, sendo mantido o mais rigoroso sigilo mediante a omissão total de informações que permitam identificá-lo(a). Os dados provenientes de sua participação na pesquisa, tais como questionários, entrevistas, possíveis materiais gravados, ficarão sob a guarda do pesquisador responsável pela pesquisa.

A coleta de dados será realizada por meio de entrevista com questionário semi-estruturado. É para estes procedimentos que você está sendo convidado a participar. Sua participação na pesquisa não implica em nenhum risco.

Espera-se com esta pesquisa compreender a atuação da Mídia NINJA sob um novo aspecto, diferente de aspectos econômicos, tecnológicos, ou sobre processos e práticas, já estudados em outras pesquisas, e adotando como relevante compreender as relações e o engajamento dos participantes.

Sua participação é voluntária e livre de qualquer remuneração ou benefício. Você é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. A recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios.

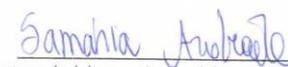
Se você tiver qualquer dúvida em relação à pesquisa, você pode me contatar através do telefone (86) 99957-5525 ou pelo e-mail samaria.andrade@hotmail.com

A equipe de pesquisa garante que os resultados do estudo serão devolvidos aos participantes por meio de apresentação dos resultados aos envolvidos (conforme seja do interesse dos participantes) e disponibilização dos dados finais obtidos, podendo ser publicados posteriormente na comunidade científica.

Este projeto foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília - CEP/IH. As informações com relação à assinatura do TCLE ou os direitos do sujeito da pesquisa podem ser obtidos através do e-mail do CEP/IH cep_ih@unb.br.

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com o(a) pesquisador(a) responsável pela pesquisa e a outra com o senhor(a).


Assinatura do (a) participante


Assinatura do (a) pesquisador (a)

1518

Brasília, 15 de novembro de 2018

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar da pesquisa "Mídia NINJA: engajamento na arena da comunicação" de responsabilidade de Samária Araújo de Andrade, aluna de doutorado da Universidade de Brasília. O objetivo desta pesquisa é tentar compreender a atuação da Mídia NINJA estudando o engajamento de seus participantes. Assim, gostaria de consultá-lo(a) sobre seu interesse e disponibilidade de cooperar com a pesquisa.

Você receberá todos os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, e lhe asseguro que o seu nome não será divulgado, sendo mantido o mais rigoroso sigilo mediante a omissão total de informações que permitam identificá-lo(a). Os dados provenientes de sua participação na pesquisa, tais como questionários, entrevistas, possíveis materiais gravados, ficarão sob a guarda do pesquisador responsável pela pesquisa.

A coleta de dados será realizada por meio de entrevista com questionário semi-estruturado. É para estes procedimentos que você está sendo convidado a participar. Sua participação na pesquisa não implica em nenhum risco.

Espera-se com esta pesquisa compreender a atuação da Mídia NINJA sob um novo aspecto, diferente de aspectos econômicos, tecnológicos, ou sobre processos e práticas, já estudados em outras pesquisas, e adotando como relevante compreender as relações e o engajamento dos participantes.

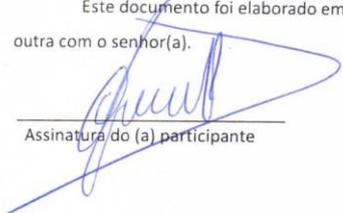
Sua participação é voluntária e livre de qualquer remuneração ou benefício. Você é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. A recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios.

Se você tiver qualquer dúvida em relação à pesquisa, você pode me contatar através do telefone (86) 99957-5525 ou pelo e-mail samaria.andrade@hotmail.com

A equipe de pesquisa garante que os resultados do estudo serão devolvidos aos participantes por meio de apresentação dos resultados aos envolvidos (conforme seja do interesse dos participantes) e disponibilização dos dados finais obtidos, podendo ser publicados posteriormente na comunidade científica.

Este projeto foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília - CEP/IH. As informações com relação à assinatura do TCLE ou os direitos do sujeito da pesquisa podem ser obtidos através do e-mail do CEP/IH cep_ih@unb.br.

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com o(a) pesquisador(a) responsável pela pesquisa e a outra com o senhor(a).


Assinatura do (a) participante


Assinatura do (a) pesquisador (a)

Brasília, 15 de novembro de 2018

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar da pesquisa "Mídia NINJA: engajamento na arena da comunicação" de responsabilidade de Samária Araújo de Andrade, aluna de doutorado da Universidade de Brasília. O objetivo desta pesquisa é tentar compreender a atuação da Mídia NINJA estudando o engajamento de seus participantes. Assim, gostaria de consultá-lo(a) sobre seu interesse e disponibilidade de cooperar com a pesquisa.

Você receberá todos os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, e lhe asseguro que o seu nome não será divulgado, sendo mantido o mais rigoroso sigilo mediante a omissão total de informações que permitam identificá-lo(a). Os dados provenientes de sua participação na pesquisa, tais como questionários, entrevistas, possíveis materiais gravados, ficarão sob a guarda do pesquisador responsável pela pesquisa.

A coleta de dados será realizada por meio de entrevista com questionário semi-estruturado. É para estes procedimentos que você está sendo convidado a participar. Sua participação na pesquisa não implica em nenhum risco.

Espera-se com esta pesquisa compreender a atuação da Mídia NINJA sob um novo aspecto, diferente de aspectos econômicos, tecnológicos, ou sobre processos e práticas, já estudados em outras pesquisas, e adotando como relevante compreender as relações e o engajamento dos participantes.

Sua participação é voluntária e livre de qualquer remuneração ou benefício. Você é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. A recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios.

Se você tiver qualquer dúvida em relação à pesquisa, você pode me contatar através do telefone (86) 99957-5525 ou pelo e-mail samaria.andrade@hotmail.com

A equipe de pesquisa garante que os resultados do estudo serão devolvidos aos participantes por meio de apresentação dos resultados aos envolvidos (conforme seja do interesse dos participantes) e disponibilização dos dados finais obtidos, podendo ser publicados posteriormente na comunidade científica.

Este projeto foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília - CEP/IH. As informações com relação à assinatura do TCLE ou os direitos do sujeito da pesquisa podem ser obtidos através do e-mail do CEP/IH cep_ih@unb.br.

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com o(a) pesquisador(a) responsável pela pesquisa e a outra com o senhor(a).



Assinatura do (a) participante



Assinatura do (a) pesquisador (a)

Raissa Galvão

Brasília, 14 de maio de 2019

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar da pesquisa "Mídia NINJA: engajamento na arena da comunicação" de responsabilidade de Samária Araújo de Andrade, aluna de doutorado da Universidade de Brasília. O objetivo desta pesquisa é tentar compreender a atuação da Mídia NINJA estudando o engajamento de seus participantes. Assim, gostaria de consultá-lo(a) sobre seu interesse e disponibilidade de cooperar com a pesquisa.

Você receberá todos os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, e lhe asseguro que o seu nome não será divulgado, sendo mantido o mais rigoroso sigilo mediante a omissão total de informações que permitam identificá-lo(a). Os dados provenientes de sua participação na pesquisa, tais como questionários, entrevistas, possíveis materiais gravados, ficarão sob a guarda do pesquisador responsável pela pesquisa.

A coleta de dados será realizada por meio de entrevista com questionário semi-estruturado. É para estes procedimentos que você está sendo convidado a participar. Sua participação na pesquisa não implica em nenhum risco.

Espera-se com esta pesquisa compreender a atuação da Mídia NINJA sob um novo aspecto, diferente de aspectos econômicos, tecnológicos, ou sobre processos e práticas, já estudados em outras pesquisas, e adotando como relevante compreender as relações e o engajamento dos participantes.

Sua participação é voluntária e livre de qualquer remuneração ou benefício. Você é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. A recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios.

Se você tiver qualquer dúvida em relação à pesquisa, você pode me contatar através do telefone (86) 99957-5525 ou pelo e-mail samaria.andrade@hotmail.com

A equipe de pesquisa garante que os resultados do estudo serão devolvidos aos participantes por meio de apresentação dos resultados aos envolvidos (conforme seja do interesse dos participantes) e disponibilização dos dados finais obtidos, podendo ser publicados posteriormente na comunidade científica.

Este projeto foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília - CEP/IH. As informações com relação à assinatura do TCLE ou os direitos do sujeito da pesquisa podem ser obtidos através do e-mail do CEP/IH cep_ih@unb.br.

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com o(a) pesquisador(a) responsável pela pesquisa e a outra com o senhor(a).


Assinatura do (a) participante


Assinatura do (a) pesquisador (a)

Brasília, ___ de _____ de _____
Terceira, 04 de setembro 2019

ENC: Autorização

Samária Andrade <samaria.andrade@hotmail.com>

Qua, 12/02/2020 17:33

Para: André Revestrés <andrepiui@hotmail.com>

De: Clayton Nobre <clayton@foradoeixo.org.br>

Enviado: domingo, 2 de fevereiro de 2020 00:42

Para: Samária Andrade <samaria.andrade@hotmail.com>

Assunto: Re: Autorização

Olá Samária,

Autorizo a utilização.

Qualquer necessidade, só avisar.

Att

Em seg., 27 de jan. de 2020 às 15:54, Samária Andrade <samaria.andrade@hotmail.com> escreveu:

Olá, Clayton,

Estou concluindo pesquisa de doutorado na UnB estudando o engajamento na Mídia NINJA. Preciso de sua autorização para utilizar postagens de seu perfil pessoal no Facebook. Essa autorização pode ser fornecida sem burocracia, apenas com a resposta a este e-mail, confirmando a autorização de uso.

Estou disponível para qualquer dúvida e aguardo sua resposta, agradecendo desde já pelos contatos sempre prestativos.

Obrigada,

Samária Andrade

Jornalista e professora de jornalismo.

Mídia NINJA <midianinja@gmail.com>

Sex, 28/02/2020 22:05

Você; Mídia NINJA ✓

Olá Samária,

está autorizado o uso de publicações feitas nas redes sociais da Mídia NINJA para a pesquisa em questão.

Att.

Raissa Galvão <raissa@foradoeixo.org.br>

Sex, 28/02/2020 17:42

Você; Mídia Ninja ✉

Boa tarde Samária,

Também autorizo o uso da entrevista realizada comigo para o trabalho em questão.

Att.

--

Raissa Galvão

Fora Do Eixo | Mídia NINJA

(21) 97238.0249

Em sex., 28 de fev. de 2020 às 16:22, Samária Andrade <samaria.andrade@hotmail.com> escreveu:

Olá,

Estou na fase final da pesquisa de doutorado, produzida na UnB, em que investigo a Mídia NINJA.

Talles Lopes <planejamento.goma@gmail.com>

Sex, 28/02/2020 19:56

Você ∨

Boa noite,

Autorizo o uso da entrevista e postagens individuais para o uso em pesquisa da **Midia Ninja**

Nome: Talles Pereira Lopes

Email: planejamento.goma@gmail.com

Fone: 31 997456668

Att,

Talles Lopes

Oliver Kornblihtt <oliver@foradoeixo.org.br>

Qua, 04/03/2020 02:27

Você; Mídia NINJA



Oi Samária,

Autorizo o uso da entrevista realizada comigo e das minhas postagens em redes sociais para o trabalho em questão.

Att.

Oliver Kornblihtt

Mídia NINJA / Fora do Eixo