

## **A MÍDIA NINJA COMO EXEMPLO DE MÍDIA ALTERNATIVA: SURGIMENTO, ATUAÇÃO E FUTURO**

**PAULO GEOVANE DE CASTRO MATIAS<sup>1</sup>**  
**ALFEU SPAREMBERGER<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> *Universidade Federal de Pelotas – geovanecmatias@hotmail.com*  
<sup>2</sup> *Universidade Federal de Pelotas – alfeu.sparemberger@terra.com.br*

### **1. INTRODUÇÃO**

Mídia alternativa pode ser entendida como todo e qualquer canal de comunicação que não seja os considerados tradicionais. O conceito foi criado na segunda metade do século 20 para se nomear estes canais ou veículos de comunicação, ou seja, a partir desta definição o que não é veiculado em jornais, revistas, rádio ou televisão pode ser enquadrado como mídia alternativa.

No Brasil, o jornalismo alternativo pode ser observado desde o Império, marcadamente durante o Primeiro Reinado, com a publicação de um grande número de pasquins, panfletos e folhas avulsas que defendiam interesses dispersos e imediatos. Estas manifestações tinham um cunho político e ideológico, sem preocupação com a formatação jornalística. De curta existência, desapareciam após a concretização de suas causas ou então quando eram alcançados os objetivos a que se propunham, e sempre ocorreram com mais frequência em períodos de crise.

Criada há pouco mais de dois anos, a chamada Mídia Ninja – Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação –, vinculada à rede Fora do Eixo, que existe há mais de dez anos, ganhou grande projeção no primeiro semestre de 2013 durante as manifestações populares. Seus integrantes, que somaram cerca de 2 mil voluntários, utilizavam uma modesta estrutura, servindo-se apenas de celulares com câmera e conexão 3G. Com estes mecanismos básicos, realizaram transmissões das ruas em tempo real, via web, sem edição e sem cortes.

A Mídia Ninja trouxe em sua pauta a discussão acerca do papel do jornalismo na sociedade, a influência das mídias digitais e também a questão de sua sustentabilidade. O debate provocado pela ação dos Ninjas repercutiu na grande imprensa, culminando com a presença do jornalista e idealizador Bruno Torturra e do produtor cultural Pablo Capilé, um dos fundadores da rede Fora do Eixo, no programa Roda Viva na TV Cultura, exibido em agosto de 2013.

### **2. METODOLOGIA**

O presente trabalho tem como proposta tratar das recentes discussões sobre a Mídia Ninja enquanto modelo de mídia alternativa ou como mídia independente, sua atuação e futuro. Pesquisar o assunto não é tão simples, pois os estudos em comunicação no Brasil estão voltados para a chamada “grande imprensa”. Para tanto, serão utilizados artigos e notícias publicados em revistas, *blogs*, jornais impressos e *on-line*, bem como o que foi produzido pelo programa Roda Viva da TV Cultura. Todos os materiais serão considerados documentos.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Durante as manifestações que se espalharam pelo Brasil, iniciadas em junho de 2013, surgiu um fenômeno midiático. O coletivo Mídia Ninja, com seu modelo de transmissão dos acontecimentos sem cortes e sem censura, ao vivo e direto das ruas, atraiu a atenção de milhares de pessoas e ganhou uma surpreendente visibilidade, chegando a bater a marca dos 150 mil espectadores segundo seus idealizadores.

Apesar da repercussão do grupo ter sido impulsionada pela transmissão das manifestações populares, os Ninjas começaram anos antes na cobertura ao vivo da Marcha da Liberdade de São Paulo, ocorrida em maio de 2011. A experiência resultou no lançamento de um canal de transmissão de debates na Internet, chamado de Póstv, mantido pelos integrantes do coletivo Fora do Eixo, fonte dos recursos utilizados pelos ninjas. Já o Fora do Eixo nasceu, em 2006, como uma rede para organizar circuitos de música e impulsionar artistas independentes afastados do circuito cultural Rio de Janeiro-São Paulo. Anos depois, formaram uma organização que se fazia presente em várias cidades, com capacidade para realizar mais de 5 mil shows ao ano, e formada por mais de 270 coletivos.

Não é possível sustentar que a Mídia Ninja estabeleceu uma nova forma de fazer jornalismo, pois, a rigor, não há novidade em transmitir ao vivo imagens brutas, sem o processamento típico de um telejornal, por exemplo. O mesmo se pode dizer sobre o pioneirismo na busca por uma abordagem e espaços alternativos de veiculação de informações, como foi o caso da imprensa alternativa no período ditatorial pós-64. “A história de pessoas e grupos que tentam construir opções à mídia tradicional ou empresarial é longa, e seria, mais do que impreciso, injusto tratar os ninjas como pioneiros” (NECCHI, 2013).

O que pode distingui-los, em relação à mídia tradicional, é o fato de terem ficado mais próximos dos manifestantes, obtendo uma perspectiva praticamente inacessível aos jornalistas das grandes emissoras, que foram expulsos, agredidos e tiveram equipamentos quebrados e veículos das emissoras depredados em vários atos. Isso, no entanto, significa ainda que os ninjas escancararam o fato de que a “comunicação de grande alcance, e o jornalismo em particular, há muito deixou de ser prerrogativa de uma empresa ou de estrutura detentora de poder ou capital” (NECCHI, 2013).

A possibilidade de transmissão de informação “criada” pelos ninjas implica redefinição dos papéis dos veículos tradicionais de informação e do modo de atuação dos jornalistas “tradicionais”:

A redefinição do papel dos veículos tradicionais decorre da acelerada e disseminada digitalização da comunicação, da expansão da internet e da transferência de muito do que se pensa e faz para o ambiente das redes sociais, gerando novas formas de processamento da vida em sociedade. O que ocorre circunscrito à internet também é vida, expressão de sujeitos contemporâneos, mesmo que o senso comum alcinhe de virtual essa parcela da vida e tente dissociá-lo do que é prosaico e cotidiano. E o que se faz em casa ou em qualquer lugar por meio de um smartphone, de um tablet, de um computador ou de qualquer artefato similar pode ecoar no círculo mais íntimo, na comunidade ou no mundo (NECCHI, 2013).

Quanto ao “recado dos ninjas” dirigido aos “jornalistas profissionais”, cabe registrar o engajamento dos primeiros, seu comprometimento e formas de ação. Não há ocultação dos propósitos e mascaramento do procedimento engajado, o que garante a credibilidade. Assim, a lição é clara se pensarmos pelo viés da transparência e da criticidade da imprensa:

(...) os ninjas deixam um recado bem claro aos jornalistas profissionais e às redações que prometem ser independentes: as motivações de cada órgão de imprensa devem ser total e radicalmente transparentes. O jornalismo brasileiro será melhor se, ao contrário dos ninjas, souber se distanciar criticamente dos fatos que cobre – e se, exatamente como os ninjas, for capaz de explicitar com todas as letras os compromissos que tem. Se cuidasse disso, talvez tivesse mais trânsito nas fronteiras (BUCCI, 2013).

Em uma das muitas entrevistas concedidas, quando questionado sobre o que fariam depois do calor das manifestações públicas, Torturra declarou: “(...) O plano é simples. Dar cada vez mais ênfase à palavra/ação que integra o nome do grupo. É seguir com o que já temos feito nos últimos dois anos em São Paulo, sem usar o nome Ninja. Estamos pensando em transmitir cada vez mais aulas públicas, programas ao vivo na rua, experimentar programas de auditório na rua, debater pautas abertamente”.

#### 4. CONCLUSÕES

Assim como em outros momentos da História, fica evidente que a Mídia Ninja nasceu em mais um tempo de crise no Brasil, em consequência das manifestações que solicitavam soluções imediatas aos seus anseios. Os Ninjas foram o modelo de comunicação alternativa desse momento. Foi um instante único e os ninjas tiveram sua visibilidade e sobrevivência garantida enquanto a movimentação existiu.

Após o fim dos protestos, ou eles se profissionalizam ou se extinguem, repetindo um trajeto comum na História dos processos midiáticos alternativos. Com a profissionalização, deixam de ser alternativa e tornam-se um veículo independente e, mesmo com o possível retorno dos protestos em 2014, como apostavam seus idealizadores, seria outro momento, outro capítulo do jornalismo alternativo.

O que se deve salientar é que, mesmo com grande resistência aos meios alternativos de comunicação, eles conseguiram entrar na pauta teórica e nos debates acadêmicos. Percebe-se que os estudos têm avançado, e posteriormente será possível compreender melhor este fenômeno, que não é recente, tanto na cultura quanto na política.

#### 5. REFERÊNCIAS

BBC. **Brasil**. Sob holofotes, Mídia Ninja quer ampliar alcance, 5 ago. 2013. Disponível em: <[http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130805\\_midia\\_ninja\\_cc.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130805_midia_ninja_cc.shtml)> Acesso em: 18 dez. 2013.

BLOG JORNALISMO NAS AMÉRICAS. **Mídia Ninja**: um fenômeno do jornalismo alternativo que emergiu dos protestos no Brasil, por Natalia Mazotte. Publicado em 5/7/13 às 20h31min. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14113-midia-ninja-um-fenomeno-de-jornalismo-alternativo-que-emergiu-dos-protestos-no-rio-de->>. Acesso em: 22 dez. 2013.

BUCCI, E. O recado dos ninjas, **Época**, p. 18, ago. 2013.

DW. **Brasil**. Ascensão da Mídia Ninja põe em questão imprensa tradicional no Brasil, 1º ago. 2013. Disponível em: <<http://www.dw.de/ascens%C3%A3o-da-m%C3%ADdia-ninja-p%C3%B5e-em-quest%C3%A3o-imprensa-tradicional-no-brasil/a-16989948>>. Acesso em: 12 dez. 2013.

ESTADÃO CONTEÚDO. **Cidades**. Grandes protestos voltarão em 2014, diz fundador do Mídia Ninja, 14 out. 2013. Segundo Caderno. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/cidades/grandes-protestos-voltarao-em-2014-diz-fundador-do-midia-ninja-14102013>>. Acesso em: 3 nov. 2013.

ESTADÃO.COM.BR. **Opinião**. Mídia Ninja e o futuro desfocado, 16 ago. 2013. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,media-ninja-e-o-futuro-desfocado-,1064592,0.htm>>. Acesso em: 4 nov. 2013.

NECCHI, Vitor. Cultura, mídia e sociedade. Atuação de coletivos de jornalistas está mudando o modelo de imprensa, **Zero Hora Digital**, 27 ago. 2013. Segundo Caderno. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2013/08/atuacao-de-coletivos-de-jornalistas-esta-mudando-o-modelo-de-imprensa-4237880.html>>. Acesso em: 3 nov. 2013.

O GLOBO. **País**. Ninjas querem verba oficial para sobreviver, 4 ago. 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/pais/ninjas-querem-verba-oficial-para-sobreviver-9343258#ixzz2iY1lvxal>>. Acesso em: 21 nov. 2013.