

---

# JORNALISMO ALTERNATIVO ONLINE E MILITÂNCIA POLÍTICA: OS CASOS MÍDIA NINJA E BARÃO DE ITARARÉ

Claudio Luis de Camargo Penteado<sup>1</sup>  
Paulo Roberto Elias de Souza<sup>2</sup>

## Resumo

O objetivo deste trabalho é analisar a estrutura, formas de organização e ações políticas de dois coletivos surgidos na internet. O grupo *Mídia NINJA* e o *Barão de Itararé* se organizam e atuam na rede produzindo conteúdo jornalístico alternativo e ações políticas com o objetivo de possibilitar outros olhares sobre determinados fatos políticos, mas também mudar as estruturas internas no campo jornalístico através de uma produção mais coletiva e horizontal na internet. Através da pesquisa e análise dos sites destes grupos, buscou-se compreender o *modus operandi* destes coletivos, seus principais atores e agentes, assim como suas principais formas de produção de conteúdo e ações políticas. Os resultados indicam que os coletivos estão desenvolvendo novas formas de produção jornalística na rede, assim como ações contestadoras à hegemonia e narrativa do campo jornalístico tradicional.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ação política na internet; *Barão de Itararé*; ciberativismo cultural e informacional; *Mídia NINJA*.

## ABSTRACT

*This paper intends to analyze the structure, the forms of organization and political actions of two groups that emerged on the Internet. The Mídia NINJA and the Barão de Itararé organize themselves and act on the Web producing alternative news content and political actions in order to allow other views on certain political facts, but also to change the internal structures in the journalistic field through a more collective and horizontal production on the Internet. Through research and analysis of the websites of these groups, we sought to understand the modus operandi of these collectives, its main actors and agents, as well as their main forms of content production and political actions. The results indicate that the collectives are developing new forms of journalistic production on the Internet, as well as actions against the hegemony and narrative of the traditional journalistic field.*

**KEYWORDS:** political action on the Internet; *Barão de Itararé*; cultural and informational cyberactivism; *Mídia NINJA*.

---

<sup>1</sup>Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professor da UFABC.

<sup>2</sup>Doutorando em Ciências Humanas e Sociais pela UFABC. Bolsista Capes.

## INTRODUÇÃO

No campo da política estão surgindo novos atores e práticas que se utilizam da arquitetura rizomática da internet para promover ações políticas articuladas por meio de processos colaborativos, interativos e distribuídos dentro do ciberespaço. Nessa nova configuração, os atores políticos se organizam por meio de coletivos que atuam dentro do paradigma de rede como forma de ampliar sua capilaridade e capacidade de mobilização. Assistimos nos últimos anos contestações aos sistemas políticos em diversos âmbitos e contextos: protestos contra ditaduras na África, Ásia e Oriente Médio, e contestações à eficiência das democracias-liberais como na Islândia, Espanha e nos EUA, e no Brasil (Castells, 2013; Haro Barba & Sampedro Blanco, 2011; HARVEY et al, 2012).

Todos estes levantes e movimentos contaram com uma emergente forma de interação em nível global: a autocomunicação de massas: interativa onde muitos podem enviar mensagens para muitos, em tempo real e com a possibilidade utilizar a comunicação ponto-a-ponto (P2P). É comunicação de massas porque com recursos hipertextuais disponíveis na internet, é possível produzir e recuperar conteúdo na rede, disponibilizando mensagens com linguagem própria, capaz de alcançar uma audiência global e porque aquele que gera a mensagem define os receptores (Castells, 2009).

Muitos desses novos atores atuam em oposição às instituições hegemônicas e se manifestam como uma forma de *contrapoder*, “a capacidade de atores sociais para desafiar e eventualmente mudar as relações de poder institucionalizadas na sociedade”. (Castells, 2009, p. 248). Com a internet, os movimentos sociais superaram seu espaço limitado de ação para um espaço global de fluxos que lhe permitem aderir a redes sociais em todo o planeta.

No campo jornalístico, a consequência do advento da internet é uma reestruturação radical do campo, desde a hierarquia das empresas até a emergência de novos canais alternativos conduzidos por até um indivíduo até novos grupos produzindo notícias de forma independente das grandes empresas de mídia. Especialmente a mídia impressa enfrenta uma crise crescente que tem como consequência desde a redução das equipes de redação até o fechamento. Mas, por outro lado, abre-se um novo caminho para o jornalismo alternativo que tem no baixo custo de produção na internet um importante aliado, diante das necessidades materiais de outrora que fizeram a maior parte do jornalismo alternativo sucumbir no Brasil, além de aportar novas práticas que se estruturam de forma colaborativa e interativa.

Neste artigo parte-se de uma leitura da sociedade como uma estrutura em que diversos campos sociais compõem a sociedade como um todo, se influenciando entre si (Bourdieu, 2007). Assim, destaca o campo jornalístico, especialmente o político, profundamente impactado pelas tecnologias de informação e comunicação, no qual grupos e coletivos estão desenvolvendo novas formas e práticas de produção e veiculação de conteúdo hipertextual, que questionam as coberturas da mídia tradicional, mas também instituições políticas tradicionais, agregando produção jornalística e militância política com o objetivo de influenciar diretamente na política

brasileira.

Dentro dessa abordagem, esse trabalho apresenta uma avaliação das ações de produção de jornalismo alternativo, atrelado ao ciberativismo informacional de dois coletivos que utilizam as ferramentas de comunicação da internet para promover seu formato inovador de produção jornalística: a *Mídia NINJA* e o *Barão de Itararé*.

Para tanto, este artigo está estruturado em quatro partes, além da introdução. Na seção inicial, é apresentada uma discussão teórica sobre as transformações que as TICs estão produzindo sobre as práticas políticas, destacando-se a ampliação de canais de participação na vida pública via dispositivos comunicacionais da internet e a eclosão de um formato inovador de novas formas de jornalismo *online* e de ativismo político, que se articulam e se apropriam das ferramentas digitais e da própria cultura interativa e colaborativa da internet em suas ações. Na parte seguinte, discutem-se as ações ciberativistas do *Barão de Itararé* e *Mídia NINJA*, a partir de sua organização, objetivos, identidade, inimigo, visibilidade e críticas direcionadas para esses grupos. Na parte três é apresentada a análise da atuação desses dos grupos, seguida da descrição e análise da estrutura de ambos, similitudes e diferenças a fim de identificar seus perfis. Nas considerações finais, são expostas algumas características conclusivas de acordo com a análise dos coletivos, seus agentes e atores, além dos meios de comunicação destes na internet.

## **1. Política na Internet: da participação *online* ao ciberativismo**

As relações de poder na Sociedade em Rede estão sofrendo importantes transformações, produzindo a emergência de novos atores e práticas políticas que se desenvolvem dentro do ambiente virtual da rede mundial de computadores dentro do paradigma de rede. Nesse contexto, a capacidade de comunicação (persuasão) se torna um elemento central no jogo político contemporâneo (Castells, 2009), principalmente dentro de regimes democráticos, no qual o processo de legitimação política passa por um processo de eleição, ou nos termos de Manin (1997), um processo de distinção, de escolha dos candidatos que mais se destacam.

No espaço informacional da internet pode-se identificar 5 diferentes tipos de ação política (institucional e não institucional): produção de informação política, governo eletrônico, formação de uma esfera pública, comunicação política e ciberativismo (Penteado et al, 2011).

As informações são importantes elementos na formação da opinião pública e orientam o comportamento político do cidadão. Na internet o processo comunicativo é caracterizado pela fluidez e polissemia no fluxo da informação. A arquitetura em rede agiliza e simplifica o processo de comunicação, bem como torna esse processo mais interativo, no qual o usuário da rede tem um papel mais ativo na produção e circulação de informações. Penteado et al (2011) identificam 4 fontes de informação política no ciberespaço: portais de internet, sites da imprensa tradicional, sites de política e *blogs* de política. Atualmente, é necessário introduzir mais uma fonte: as redes sociais, onde grupos políticos (partidos, movimentos sociais, ONGs, sindicatos, etc), empresas de mídia,

coletivos de jornalismo e mesmo o cidadão comum, produzem e discutem conteúdos políticos.

A facilidade e baixo custo de operação dos recursos da internet possibilita o uso de seus canais para a atuação política de grupos da sociedade civil na defesa de suas causas, que podem atuar por meio de sites de associações cívicas, sites de movimentos sociais, *blogs* de ativismo, sites de mídia independente, divulgação de lista de e-mail, práticas de hacktivismo (Penteado et al, 2011). Ao disponibilizar o acesso grandes quantidades de informações a Web tem a capacidade de promover a descentralização e a diversidade de informações e conteúdos, facilitar a inter-relação entre os cidadãos e fornecer um espaço de comunicação que favorece o envolvimento político.

O ciberativismo pode ser compreendido como um conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas em defesa de causas específicas, uma nova cultura de ligação com os assuntos de uma cidadania em contexto global, na qual o poder de comunicação é o elemento central da ação desse novo formato de ativismo político (Araújo & Freitas, 2012). Nessa perspectiva, a internet se configura como um campo de disputa (informacional) entre redes que se utilizam de seus recursos e conexões na promoção de suas ações política, principalmente por meio de práticas discursivas alternativas que vão questionar a identidade legitimadora (cf. Castells, 1999) produzida pelas instituições dominantes e produzir seu próprio discurso de autodefinição de sua identidade a ser compartilhada entre seus apoiadores e simpatizantes.

Para Ugarte (2008) o ciberativismo se caracteriza como estratégia de busca de visibilidade midiática e social para suas causas. As TICs possibilitam a criação de polos abertos de produção de informação que por meio dos fluxos informacionais. Nessa mesma direção, Barba & Blanco (2011) indicam que as TICs se configuram como ferramenta fundamental de *contrapoder*, através da mobilização tecnopolítica organizada por meio da lógica de rede. Uma das formas de ativismo nessa lógica remete à criação de sistema alternativo de comunicação organizado de forma horizontal, no qual os usuários são produtores e consumidores de conteúdos, que permite escapar ao controle dos grupos midiáticos empresaria. Essa esfera comunicacional alternativa tem condições de questionar o *mainstream* midiático, dar “voz” aos diferentes atores coletivos e propor visões alternativas de interpretação da realidade, contestando e criando novas formas de representação política.

## 2. Ciberativismo informacional e jornalismo alternativo online

Citando a tipologia criada por Sandro Vegh, Cavalcante (2010) identifica 3 modalidades de ciberativismo: conscientização/ apoio, organização/ mobilização, e ação/ reação. Na primeira, os ativistas digitais utilizam internet como espaço alternativo de notícia e pesquisa de informação, na qual os indivíduos e grupos participantes de mobilizações sociais utilizam para divulgar e difundir suas proposições, posições e ações, que na maioria dos casos são ignorados pelos meios de comunicação de massa tradicionais e pelas instituições políticas. A segunda modalidade, organização/ mobilização, está associada a formação de uma rede de mobilização e organização que pode atuar dentro do ambiente *offline* e *online*. Os dispositivos de comunicação da internet (*blogs*, sites,

perfis em redes sociais etc) podem ser eficientes meios para a divulgação e convocação para eventos que podem ocorrer em espaços físicos como protestos, passeatas, *flash mobs* ou mesmo em ações dentro do ciberespaço por meio de petições *online*, envio de e-mails para autoridades públicas e divulgação de campanhas de mobilização. Por fim, a última está associada as ações de hacktivismo como a invasão de sites e derrubadas de sistemas (DoS)<sup>3</sup>. Contudo, como adverte a pesquisadora, as fronteiras entre essas 3 modalidades são fluídas, muitas vezes um mesmo grupo ou coletivo pode utilizar mais de uma modalidade em sua práxis política.

Nessa perspectiva, identificamos três práticas de ativismo informacional: um primeiro voltado para a produção de informações que questionam os conteúdos produzidos pelos meios de comunicação tradicionais controlados pelos conglomerados midiáticos empresariais, como é o caso do *Barão de Itararé*; o segundo se caracteriza pela criação de novos formatos de organização e mobilização social que se utiliza das ferramentas interativas e colaborativas da Web, como é o caso da *Mídia NINJA*; e um terceiro que possui habilidades de programação, produzindo intervenções por meio de práticas hackers (hacktivismo), que tem como identidade a defesa da livre informação (Silveira, 2010), como os *Anonymous*.

Essas três práticas de ativismo possuem características distintas: enquanto que no primeiro os especialistas acabam se destacando, no sentido de conseguir maior audiência e replicação de seus conteúdos, no segundo vê-se a emergência de um novo formato de jornalismo que abre espaço para novos “jornalistas”. Já o terceiro rompe com o formato do jornalismo e propõe uma nova tática de atuação informacional.

## 2.1 Barão de Itararé: produção jornalística e democratização da mídia

Com a internet, a produção da notícia ganhou uma dinâmica diferenciada, criando novos formatos de produção de conteúdos, não mais dependentes dos formatos tradicionais de jornalismo, pelos quais diversos profissionais da área se apropriaram dessas ferramentas para produzir conteúdo jornalístico de forma autônoma, independente e/ou alternativa.

Especialmente a partir de 2006, jornalistas conhecidos por longos e conhecidos trabalhos em grandes empresas de mídia do Brasil passaram a utilizar especialmente *blogs* para produzir contrainformação política ante à mídia tradicional, desenvolvendo outros olhares e narrativas sobre determinados fatos políticos (Souza, 2013).

As relações históricas nas redações e alinhamento ideológico possibilitou o surgimento de um grupo de blogueiros cujo objetivo inicial era formar uma rede ampla de produção e difusão de jornalismo alternativo, informação e contrainformação política, autodenominados “Blogueiros Progressistas”. Mas diante da conjuntura política brasileira em relação à regulação da mídia, além da postura das grandes empresas na cobertura da

<sup>3</sup> DoS é a sigla do termo inglês que pode ser traduzida por ataque de negação de serviço (Denial-of-service attack), que refere-se a uma ação hacktivista que sobrecarrega servidores web de empresas ou governos, fazendo com que eles não funcionem. Um exemplo foi a Operação PayBack, na qual o grupo Anonymous “derrubou” os serviços da MasterCard e PayPal em represália ao boicote ao site Wikileaks (Machado, 2014).

política nacional, o grupo agregou outros agentes e atores da sociedade civil e deu origem ao “Centro de Estudos da Mídia Alternativa *Barão de Itararé*”, agregando também a atuação em favor do que consideram uma verdadeira democratização dos meios de comunicação no Brasil.

O “*Barão de Itararé*” coloca como objetivo a luta pela democratização da comunicação, por meio da pluralidade e diversidade informativa e cultural no país, atuando em 5 eixos: luta pela adoção de políticas públicas de regulação social da comunicação em favor da democratização da comunicação, fortalecimento dos fóruns de democratização da comunicação, reforço e apoio as mídias alternativas, comunitárias e públicas (principalmente os *blogs* progressistas), investir na formação de novos comunicadores ativistas informacionais, e por fim, aprofundar o estudo sobre o papel da mídia na atualidade.

O nome é uma homenagem a Apparício Torelly, o autointitulado *Barão de Itararé*, ícone da imprensa alternativa e da ética jornalística, o Centro de Estudos da Mídia Alternativa atua na militância social no fortalecimento da mídia alternativa, especialmente na internet, mas também nos formatos tradicionais.

O *Barão de Itararé* agrega uma rede de blogueiros, autodefinidos como “progressistas”, espalhados por quase todos os estados brasileiros, destacando-se os blogs: Viomundo (Luiz Carlos Azenha), Blog do Miro, Maria Frô, Imprensa, entre outros. Contam com o apoio de políticos de esquerda, jornalistas, representantes da sociedade civil e acadêmicos.

As ações do *Barão* ganharam maior visibilidade durante as eleições presidenciais de 2010, quando a rede de blogueiros teve um papel ativo na produção de informação alternativa, principalmente funcionando como contraponto da cobertura dos noticiários televisivos, normalmente contrários a candidatura de Dilma e apresentando novos dados e informações sobre seus adversários. José Serra (PSDB), principal candidato da oposição, chegou a chamá-los de “*blogs sujos*”, que estariam sendo financiados pelo governo petista para difundir informações caluniosas contra ele (Souza, 2013).

As críticas endereçadas ao *Barão* se concentram no recebimento de propaganda de empresas estatais, que compromete sua autonomia e seu discurso de neutralidade jornalística. Também se critica a atuação, muitas vezes militante, dos blogueiros desse coletivo na defesa de políticos ou pessoas ligadas a partidos políticos. Essas críticas levam a acusação de que os blogueiros do *Barão* estariam sendo financiados por partidos com dinheiro público, atuando ideologicamente na defesa de interesses de grupos políticos específicos. Nas eleições de 2010, o candidato da oposição, José Serra (PSDB), chegou a chamá-los de “*blogs sujos*”, por estarem fazendo o jogo do governo federal.

Em poucas palavras, o “*Barão de Itararé*” se apresenta como uma heterodoxia no campo, mas de forma anômala, isto é, a partir de agentes e atores com capital acumulado nos próprios meios de comunicação (junto com outros colaboradores do coletivo) lutam contra os quais disputam visibilidade e o poder simbólico para pautar o jornalismo político nacional. Por outro lado, recentemente emergiu a *Mídia NINJA*, outro grupo com característica mais puras, na concepção bourdiana.

## 2.2 Mídia NINJA: novas formas de fazer jornalismo, novas formas de ação

Oriunda do grupo ativista Fora do Eixo, a “Mídia NINJA – Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação” é um grupo de mídia ativista informacional que atua na produção de informações alternativas aos meios de comunicação tradicionais. Fundado em 2011, a partir do projeto PósTv do Fora do Eixo, no qual os colaboradores fizeram a cobertura da Marcha da Maconha e da Marcha da Liberdade, utilizando câmeras de celulares e exibição ao vivo das manifestações via internet.

O “Fora do Eixo” tem na internet um elemento central em suas atividades, além da dinâmica de organização em rede descentralizada, a qual permite o compartilhamento dos recursos, a criação de atividades coletivas e colaborativas, criando condições para que artistas que não inseridos na indústria cultural tenham oportunidades de apresentarem seus trabalhos. Com seu braço jornalístico o processo é semelhante: pessoas que não participam do coletivo ativamente, mas que se disponha a colaborar ativamente em determinadas ações tem seu trabalho compartilhado através dos canais do coletivo na rede, contribuindo para uma produção mais ampla e, se possível, uma maior disseminação e alcance do conteúdo jornalístico produzido pela Mídia NINJA. Por quê?

Porque a Mídia NINJA se caracteriza por utilizar técnicas inovadoras na cobertura jornalística dos eventos. Suas transmissões são realizadas em fluxo de vídeo em tempo real pela internet, usando os aparelhos celulares de diversos colaboradores para as filmagens que dão maior dinamismo para o seu jornalismo. Seu principal meio de divulgação são as redes sociais.

O coletivo conseguiu grande visibilidade na cobertura das manifestações de junho de 2013. Seus vídeos realizados durante os protestos tiveram ampla repercussão nas redes sociais, principalmente nos primeiros protestos ao trazerem imagens da violência policial contra os manifestantes. Suas imagens conseguiram produzir visões alternativas dos protestos, conseguindo apresentar a perspectiva dos próprios manifestantes, geralmente estigmatizados e acusados pela cobertura da mídia tradicional de incitar e/ou iniciar confrontos violentos contra a polícia e patrimônio público e privado. A agilidade do formato também possibilitou que suas imagens em alguns casos conseguissem pautar a cobertura dos próprios grandes meios de comunicação (cf. Romão, 2013)<sup>4</sup>.

Esse tipo de jornalismo colaborativo e livre também desperta crítica, principalmente de setores mais conservadores da profissão. A falta de controle do fluxo das informações (gatekeeper), segundo seus críticos, leva a produção de um jornalismo de baixa qualidade, pois qualquer um, sem uma formação profissional, pode produzir conteúdos que serão disponibilizados na rede. Esse tipo de informação desqualificada ajudaria a manipulação ideológica e colocaria em risco a credibilidade de todo o jornalismo. Existe também a crítica em

---

<sup>4</sup>Destaque para a entrevista de Pablo Capilé (FDE) e Bruno Torturra (NINJA) para o programa Roda Viva de 05/-8/13. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vYgXih8QI8M>. Acesso em 12/08/14.

relação a atuação militante dos colaboradores que acabariam influenciando negativamente na cobertura dos eventos, pois muitos dos que contribuem na captação de imagens e depoimentos são pessoas que também estão participando dos protestos e eventos. Esse tipo de envolvimento, segundo a crítica, levaria a uma distorção dos eventos, privilegiando um enquadramento específico.

Os dois exemplos de ciberativismo, *Barão de Itararé* e *Mídia NINJA*, se caracterizam pela produção de meios alternativos de informação que encontram dentro do ciberespaço um campo para sua intervenção política, criando um formato novo de participação (informacional) que age fora das instituições políticas tradicionais, articuladas em redes colaborativas.

### 3. Novos atores políticos: Barão de Itararé e Mídia NINJA

Visando entender as novas práticas políticas emergentes que se utilizam da internet para realizar suas ações, abaixo é apresentado um estudo dos grupos ciberativistas informacionais como atores políticos.

O primeiro grupo analisado foi a *Mídia NINJA*, uma rede de ativistas que produzem conteúdo jornalístico em todo o Brasil e que cultiva elos com outros grupos semelhantes em outros países. Esse grupo se utiliza de uma rede colaborativa e descentralizada de trabalho que encontra no ciberespaço um ambiente para sua atuação. A escolha da *Mídia NINJA* ocorre principalmente para efeito de comparação com o Barão, que teve um papel central na divulgação de informações sobre as manifestações de junho de 2013.

O outro coletivo avaliado foi o *Barão de Itararé*. Formado por blogueiros que lutam pela democratização da comunicação, seu ativismo é voltado para ampliar e diversificar os canais de informação. O uso da internet por esse coletivo é voltado para a produção de informações alternativas ao conteúdo produzido pelo *mainstream* midiático. Sua principal bandeira de atuação política é voltada para a adoção de políticas públicas voltadas para a regulação democrática da comunicação e a crítica à concentração do poder dos grandes conglomerados de mídia.

Utilizando as categorias de análise de ação ciberativista proposta por Ugarte (2008), as quais ele identifica como “tripé ciberativista” (discurso, ferramenta e visibilidade), é possível classificar os grupos estudados conforme o quadro abaixo:

Quadro 01: Classificação

Ator político	Discurso	Ferramenta	Maior Visibilidade
Barão de Itararé	Anti-mídia tradicional	Internet: blogs; redes sociais	Eleições 2010
Mídia NINJA	Anti-mídia tradicional	Internet: RSI; redes sociais	Junho de 2013

O *Barão de Itararé* e a *Mídia NINJA*, apesar de apresentarem um discurso semelhante de crítica à atuação das grandes corporações midiáticas e defesa da liberdade da informação, a forma de ação dos grupos são diferenciadas. Enquanto o Barão tem seu campo de *performance* dentro de uma rede de blogueiros, a



*Mídia NINJA* se articula pelo uso criativo das redes sociais de internet. Contudo, em ambos os casos estudados a internet se apresenta como um espaço de atividade política. Cabe destacar ainda que os dois grupos possuem características de organização descentralizada, flexibilidade e atuam dentro do paradigma de rede.

O *Barão de Itararé* e a *Mídia NINJA* atuam politicamente na produção de conteúdos informativos e culturais alternativos às grandes corporações de comunicação, construindo um novo espaço para expressão do discurso político, afirmação de identidades e produção de novas subjetividades. O poder desses dois coletivos está associado à sua capacidade de construir ações coletivas em rede, que amplificam o alcance de seus conteúdos e formando redes de articulação e colaboração, ou nos termos de Castells (2009), atuarem como *switchers*, com capacidade de conectar e garantir a cooperação entre redes através de compartilhamento de ideais e recursos.

Visando sistematizar a atuação política dos grupos analisados, o quadro 03 apresenta uma síntese das características desses:

Quadro 02: Características

Ator Político	Objetivo	Inimigo	Estratégia de visibilidade	Problemas / Dilemas
Barão de Itararé	Democratização da informação	Grandes corporações de mídia	- Jomalismo independente; - Uso da internet na denúncia e desconstrução da cobertura da grande mídia	- Processos contra os blogueiros; - Recursos de propaganda de empresas estatais compromete o discurso da neutralidade; - atuação na defesa de políticos ligados a partidos políticos
Mídia NINJA	Democratização da informação	Grandes corporações de mídia	- Jomalismo colaborativo; - Uso da internet na denúncia e desconstrução da cobertura da grande mídia	- realização de um jomalismo não profissional; - falta de qualidade na produção de suas informações - militância dos colaboradores influência na cobertura

Como podemos notar no quadro acima, os grupos analisados compartilham a luta pela democratização da informação no Brasil, além de combater as grandes corporações de mídia dominantes no campo do jornalismo no país. A utilização da internet é a principal ferramenta de ambos e a produção de contrainformação e conteúdo alternativo àquele veiculado pela grande mídia são de grande importância nos dois coletivos.

Em ambos os casos, os dilemas e problemas enfrentados giram em torno da dita neutralidade jornalística. No *Barão de Itararé*, o posicionamento favorável, por vezes militante, ao governo federal e ao PT, geram diversas críticas; que se acentuam quando alguns destes blogueiros e/ou empresas de mídia a que estes são ligados recebem recursos através de propagandas de empresas estatais. No caso da *Mídia NINJA*, a crítica é mais estética e profissional, isto é, o questionamento é maior quanto à qualidade do conteúdo produzido. Porém, a interferência dos ativistas também é frequentemente destacada pelos críticos do coletivo, na grande mídia, mas também na internet.

Entretanto, é importante destacar algumas distinções essenciais entre o *Barão de Itararé* e a *Mídia NINJA*. O quadro seguinte destaca as principais diferenças, a começar pelo essencial: enquanto o primeiro destaca-

se por uma produção cotidiana, baseada essencialmente no dia-a-dia político liberal-democrático, isto é, na política institucionalizada. A *Mídia NINJA* ganhou visibilidade e ganhou espaço como um importante canal de jornalismo alternativo das ruas, isto é, das manifestações que se tornaram frequentes desde Junho de 2013 e, por consequência de movimentos sociais mais distantes da política institucional e de novos emergidos das manifestações. Somam-se ainda outros movimentos que emergiram e emergem crescentemente em decorrência do desapontamento e falta de crença na democracia-liberal institucionalizada. Desde movimentos sociais tradicionais até novos coletivos que buscam algum tipo de protagonismo político, utilizando a internet como um importante canal de autocomunicação de massas.

Quadro 3: Forma e Conteúdo

Ator Político	Agentes produtores	Forma de produção predominante	Cenário Político Prioritário
Barão de Itararé	- Jornalistas profissionais e conhecidos; - Ativistas; - Entusiastas; - Militantes;	- textos.	- Cobertura do dia-a-dia da política institucional;
Mídia NINJA	- Jornalistas emergentes; - Ativistas; - Entusiastas; - Militantes; - Manifestantes	- hipertextos.	- Dia-a-dia da política de grupos emergentes; - Cobertura de manifestações; - Cobertura de reuniões e ações de movimentos sociais;

De acordo com o quadro acima é possível notar que enquanto o *Barão de Itararé* reproduz muito mais um formato tradicional de jornalismo, isto é, baseado predominantemente na produção e compartilhamento de textos majoritariamente produzidos por jornalistas profissionais, alguns conhecidos na grande mídia, além de articulistas e intelectuais. Ativistas, militantes e entusiastas ocupam uma função secundária, mas não menos importante, de reprodução e difusão dos textos e campanhas dos blogueiros em *blogs* e redes sociais.

Por outro lado, a *Mídia NINJA* se apresenta como um jornalismo hipertextual, utilizando as mais variadas ferramentas e redes sociais disponíveis na internet, priorizando o conteúdo audiovisual, utilizando textos escritos como apoio complementar ao primeiro. No quadro seguinte é possível notar a diferença entre ambos a partir das ferramentas e redes sociais que utilizam na rede.

Quadro 4: Ferramentas Utilizadas

Ator Político	Ferramenta / Descrição
Barão de Itararé	- Sítio oficial: hipertextual – compartilhamento de informações sobre o coletivo e conteúdo de blogueiros associados e outros canais de jornalismo alternativo; - Twitter: microblog; - Facebook: rede social.
Mídia NINJA	- Sítio oficial: hipertextual – compartilhamento de textos, fotos, vídeos etc. e interação entre internautas; - Twitter; - Facebook; - Twitcasting Live: rede social de compartilhamento de vídeos em tempo real (ao vivo); - Tumblr: rede social de compartilhamento de fotos; - Pós-TV: sítio próprio de compartilhamento de vídeos; - Youtube: canal próprio na rede social de compartilhamento de vídeos.

Como podemos notar o *Barão de Itararé* recorre a ferramentas mais consolidadas na internet, tais como sítio oficial e perfil no Facebook e no Twitter, enquanto que a *Mídia NINJA* utiliza estas ferramentas, mas também outras aumentam as possibilidades de produção de conteúdo e alcance, tanto para um público médio como para um público mais interconectado, especialmente o público mais jovem.

Outro fator importante de distinção entre os grupos diz respeito às estruturas internas e *modus operandi* destas. O quadro abaixo demonstra que o *Barão de Itararé* mantém uma estrutura hierárquica mais tradicional, isto é, verticalizada, enquanto a *Mídia NINJA* é mais horizontalizada:

Quadro 5: Estrutura Organizacional

Ator Político	Estrutura Hierárquica	Descrição	Principais lideranças (2014)
Barão de Itararé	Tradicional (Verticalizada)	- Presidência; - Secretaria-Geral; - 05 Diretorias; - Conselho Fiscal (3 membros + 3 suplentes); - Conselho Consultivo (87 membros);	- Altamiro Borges (Presidente); - Renata Mielli (Secretária-Geral); - Rita Casaro; - Rodrigo Vianna; - Leonardo Severo; - Sônia Corêa;
Mídia NINJA	Semi-horizonta (Horizontalizada)	- Conselho editorial (não identificado)	- Bruno Torturra; - Pablo Capilé.

O quadro acima demonstra uma diferença significativa no que diz respeito à organização dos dois coletivos: enquanto o *Barão de Itararé* é organizado em uma estrutura hierárquica tradicional, semelhante a partidos políticos e movimentos sociais tradicionais, a *Mídia NINJA* expõe uma estrutura rizomática, isto é, espalhada horizontalmente, sem controle ou centralização. Enquanto o primeiro conta com presidente, secretário-geral, diversas diretorias e conselhos, a segunda sequer tem atores oficializados em seus canais de comunicação na rede. As figuras de Bruno Torturra e Pablo Capilé são aqui consideradas lideranças em razão da atuação e do destaque que ganharam da mídia tradicional nas Jornadas de Junho de 2013, mas também porque ambos se apresentaram como porta-vozes do coletivo, além da liderança reconhecida de Capilé no Fora do Eixo.

Assim, a organização política *Barão de Itararé* pode ser vista como um modelo de transição entre o tradicional e aqueles oriundos exclusivamente da rede, isto é, conserva a estrutura verticalizada, ao mesmo

tempo em que os agentes tem autonomias de ação e produção de conteúdo sem mediadores diretos como gatekeepers das redações ou líderes diretos de partidos políticos. O quadro seguinte apresenta as características do nada menos do que noventa e sete agentes envolvidos na gestão e atuação do *Barão de Itararé*:

Quadro 6: Agentes do Barão de Itararé

Ator Político	Perfil do Agente				Total
	Jornalista / Blogueiro	Acadêmico / Intelectual	Membro da Sociedade Civil	Outros	
Barão de Itararé	47	17	31	2	97

Enquanto o *Barão de Itararé* tem uma estrutura baseada em agentes ligados a alguma atividade profissional (jornalista/blogueiro; acadêmico/intelectual) ou política (membro da sociedade civil) conectada à militância desempenhada pelo coletivo, a *Mídia NINJA* tem uma atuação mais espalhada, apesar de alinhada mais a demandas de esquerda, não foi possível identificar muitos agentes ligados à *Mídia NINJA*.

Esta estrutura tem consequências reais nas ações e atividades dos grupos como um coletivo coeso de agentes com interesses em comum mais bem definidos. Ao analisar a organização como movimento ativista, é possível notar uma agenda organizada de modo tradicional no *Barão de Itararé*, com a realização de reuniões até encontros nacionais próprios em que blogueiros se reúnem e contam ainda com a participação de políticos, entusiastas e outros agentes da sociedade civil. Por outro lado, não foi identificada nenhuma informação acerca de encontros e reuniões específicas entre membros e/ou agentes de grupos semelhantes à *Mídia NINJA*. O Quadro abaixo elenca os principais eventos organizados pelo *Barão de Itararé*:

Quadro 7: Eventos organizados pelo Barão de Itararé

Evento	Local e Data	Principais pautas
1º Encontro de Blogueiros Progressistas	São Paulo, Agosto de 2010	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoio à implementação do Marco Regulatório de Mídia;</li> <li>- Apoio à aprovação PNBL - Plano Nacional de Banda Larga;</li> <li>- Posição contra qualquer censura ou restrição ao acesso à internet (contra o "AI-5 Digital");</li> <li>- Reivindicação de Políticas Públicas de incentivo à blogosfera e democratização da mídia;</li> <li>- Cobrança pela implementação da 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom);</li> <li>- Instituição do encontro anual dos blogueiros progressistas;</li> <li>- Instituição de um núcleo jurídico para proteção dos blogueiros progressistas.</li> </ul>
2º Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas	Brasília, Junho de 2011	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoio à implementação do Marco Regulatório de Mídia;</li> <li>- Apoio à aprovação PNBL;</li> <li>- Luta contra a aprovação do "AI-5 Digital";</li> <li>- Militância pelo Marco Civil da Internet;</li> <li>- Repúdio ao projeto de Lei de regulamentação de <i>Lan Houses</i>;</li> <li>- Fortalecimento da "blogosfera progressista".</li> </ul>
1º Encontro Mundial de Blogueiros Progressistas	Foz do Iguaçu, Outubro de 2011	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Luta pela liberdade de expressão;</li> <li>- Luta contra a perseguição política a ativistas digitais;</li> <li>- Luta por novos marcos regulatórios de comunicação;</li> <li>- Luta pela banda larga universal de qualidade;</li> <li>- Luta contra a censura da internet e pela neutralidade na rede.</li> </ul>

3º Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas	Salvador, Maio de 2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoio à implementação do Marco Regulatório de Mídia;</li> <li>- Apoio à aprovação PNBL;</li> <li>- Luta contra a aprovação do “AI-5 Digital”;</li> <li>- Militância pelo Marco Civil da Internet.</li> </ul>
4º Encontro Nacional de Blogueiros e Ativistas Digitais;	São Paulo, Abril de 2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoio à implementação do Marco Regulatório de Mídia;</li> <li>- Exigir a convocação da 2ª Conferência da Confecom;</li> <li>- Acompanhamento da implementação Marco Civil da Internet;</li> <li>- Promover maior participação feminina na blogosfera;</li> <li>- Denunciar e combater a violência contra blogueiros e ativistas digitais no Brasil;</li> <li>- Reforçar a articulação entre blogueiros e ativistas da América Latina;</li> <li>- Defender a utilização de software livre, o fim da espionagem e a neutralidade na rede;</li> <li>- Defender a aprovação da Lei que anistia blogueiros de pagamentos de multas eleitorais;</li> <li>- Criar um grupo de estudo para viabilizar um portal de notícias alternativo nacional; <ul style="list-style-type: none"> <li>- Defesa da universalização da banda larga;</li> </ul> </li> <li>- Exigir pagamento de impostos atrasados pela Rede Globo de Televisão; <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoiar e recolher assinaturas pela Reforma Política;</li> <li>- Criar um observatório de tecnologia;</li> </ul> </li> <li>- Reivindicação de inclusão de conteúdo da blogosfera e mídia alternativa no clipping diário da EBC – Empresa Brasileira de Comunicação;</li> <li>- Condenação do julgamento da AP 470 (Mensalão).</li> </ul>

De acordo com o quadro acima é possível notar que o *Barão de Itararé* organizou quatro eventos nacionais e um mundial de blogueiros alinhados politicamente. Percebe-se também que há uma evolução nas pautas de objetivos do grupo desde 2010 – coincidindo com o período em que o grupo passou a ganhar destaque – até o mais recente em 2014: o Marco Civil foi aprovado, o “AI-5 digital” rechaçado são dois pontos que ocorreram de acordo com o posicionamento do coletivo. Entretanto, questões como a banda larga universal de qualidade, políticas de incentivo à mídia alternativa na rede estão distantes, além do complicado tema de regulação da mídia que cada dia parece mais distante. Outras demandas surgiram, variando de questões mais específicas como a interlocução com outros blogueiros e blogueiras no Brasil e no restante da América Latina até outras de cunho mais ideológico como a condenação do julgamento do Mensalão e a campanha pelo pagamento de uma dívida da Rede Globo com a Receita Federal. Cabe destacar ainda que existem outros encontros entre blogueiros a nível estadual e municipal.

Por outro lado, a *Mídia NINJA* ainda não organizou eventos como aqueles organizados pelo *Barão de Itararé*. No entanto, desde as Jornadas de Junho de 2013 é frequente a cobertura de encontros de grupos políticos e movimentos sociais cobertos por agentes do grupo: debates políticos com ativistas, sindicalistas, candidatos; manifestações classistas, feministas, pró-maconha ou indígena; ocupações etc. são exemplos de presença da *Mídia NINJA* nos últimos meses.

#### Considerações finais

No campo jornalístico o acesso à mídia tradicional ainda é predominante, mas o acesso a conteúdos alternativos não está mais em poucas bancas de jornal, na porta da fábrica ou no grêmio estudantil, limitado a um público específico e local, mas sim na janela ao lado, dentro das populares redes sociais de internet, ou na

própria página da mídia tradicional na Web, onde alguém insere um *link* nos comentários indicando uma leitura diferente daquele mesmo tema político ali apresentado.

Novas formas de participação política são desenvolvidas frequentemente por meio de dispositivos comunicacionais da internet. Os canais de representação institucionais e extras institucionais e os meios de comunicação tradicionais estão perdendo sua capacidade de mobilização e influência simbólica para esses novos atores políticos, que atuam de forma mais flexível e fragmentada. Entretanto, isso não quer dizer necessariamente uma ruptura radical com os modelos anteriores: a *Mídia NINJA* apresenta novas formas de produção jornalística, mas também de performances de novos agentes que emergem na cena política nacional pós-Junho/2013 buscando rupturas e emergência de novas formas de ação política; o *Barão de Itararé* se organiza de forma tradicional, buscando influenciar institucionalmente, respeitando o Estado de Direito e suas regras, além de manter uma *modus operandi* de jornalismo profissional, privilegiando informações objetivas e textos claros.

Ambos anteciparam uma tendência que passou a aparecer no jornalismo tradicional da grande mídia; o posicionamento político claro da linha editorial, abandonando paulatinamente o discurso de neutralidade editorial, tal como a *Folha de S. Paulo* passou a fazer também<sup>5</sup>.

As redes, grupos e coletivos ciberativistas, além de questionar o monopólio da informação pelos meios de comunicação tradicionais, têm uma atuação importante dentro do contexto político, pressionando e/ou operando em parceria com os agentes institucionais na promoção e produção de políticas públicas, assim como sua capacidade de mobilização, produção de informação alternativa e a criação de novas formas atuação que se realizam por meio do uso criativo, interativo e colaborativo do ciberespaço.

No entanto, a organização e deliberação obtida pelos ativistas mais tradicionais, como os do *Barão de Itararé*, indicam que é necessário algo além do questionamento e da desqualificação da política e do jornalismo tradicional para promover mudanças significativas nos campos políticos e sociais, isto é, os eventos e performances são muito importantes, mas os objetivos políticos se apresentam mais possíveis na medida em que são organizados e os caminhos até eles delimitados.

Os ativistas mais tradicionais que em algum momento se apropriaram da rede, como os blogueiros do *Barão de Itararé*, certamente contribuíram para a instituição das regras explícitas e implícitas do campo jornalístico o que contribui para a legitimação dessa mídia alternativa independente. Por outro lado, os Ninjas são a heterodoxia inevitável do jornalismo na rede, adaptando para a linguagem dominante daqueles para o qual o ambiente da internet é como o quintal de casa para os antigos.

Deste modo, podemos considerar que o *Barão de Itararé* e seus blogueiros uma mídia alternativa tradicional, semelhantes aos jornais operários, revistas alternativas e pasquins que nasceram e morreram no século XX no Brasil, ressignificados na internet, beneficiados pela liberal-democracia contemporânea, pelo baixo custo e amplo alcance da internet, enquanto que a *Mídia NINJA* pode ser considerada uma forma vanguardista

<sup>5</sup>Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/especial/2014/oqueafolhapensa/>>. Acesso em 30/08/2014.

de um jornalismo alternativo emergente e que, provavelmente, ocupará um lugar de destaque na rede em um futuro não muito distante, do mesmo modo que novas demandas políticas começam a emergir e cobrar seu espaço e ressignificar o campo político contemporâneo. Em poucas palavras, o *Barão de Itararé* é a mídia alternativa do presente, e a *Mídia NINJA* se apresenta como o modelo do futuro.

## Bibliografia

ARAÚJO, W.; FREITAS, E. C. "**Quanto custa mudar o mundo?**" análise da dimensão discursiva do ciberativismo na WikiLeaks. *Revista Fronteiras*, vol. 14, n. 2. 2012.

**Barão de Itararé.** (2014). Sítio do Centro de Estudos da Mídia Alternativa *Barão de Itararé*.

BARBA, C.; BLANCO, V. S. **Activismo político en Red:** del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, vol.8, n.2: 157-175.

BOURDIEU, P. A **Distinção: crítica social do julgamento.** São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**, vol. 2. Editora Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **Comunicación y Poder.** 1 ed. - Madrid, España: Alianza, 2009.

\_\_\_\_\_. **Redes de Indignação e Esperança.** *Movimentos Sociais na era da internet.* Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CAVALCANTE, R. F. **Ciberativismo:** como as novas formas de poder comunicação estão a contribuir para a democratização da comunicação. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2010.

GOHN, M. da G. "**Movimentos sociais na contemporaneidade.**" *Revista Brasileira de Educação*, vol. 16, n. 47, 2011: 333-361.

GOMES, W.; MAIA, R. **Comunicação e democracia:** problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

HALL, S. **A identidade cultural na pós modernidade.** 11 ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2006.

HARO BARBA, C.; BLANCO, V. S. **Activismo político en Red:** del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 2011, vol. 8, n.2: 157-175.

HARVEY, D. et al. **Occupy: movimentos de protestos que tomaram as ruas.** Boitempo Editorial, 2012.

MACHADO, M. B. **Anonymous Brasil: poder e resistência na sociedade de controle.** Salvador, Editora da UFBA, 2014.

MANIN, B. **The principles of representative government.** Cambridge University Press, 1997.

MARICATO, E. et al. **Cidades Rebeldes:** Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. Boitempo Editorial, 2013.

*Mídia NINJA.* (2014) Sítio da NINJA – **Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação.**

PENTEADO, C. L.; SANTOS, M. B. P.; ARAÚJO, R. A., & SILVA, Sidney J. **Ação política na internet brasileira.**

**Perspectivas em Ciência da Informação**, vol. 16, n.1, 2011: 111-132.

ROMÃO, W. de M. #naovaitercopa: manifestações, Copa do Mundo e as eleições de 2014. *Agenda Política: Revista de Discentes de Ciência Política da UFSCAR*, vol. 1, n. 2, 2013, p. 152-167.

SAMPAIO, R. C. **Participação política e os potenciais democráticos da internet**. *Revista Debates*, Porto Alegre, v. 4, n. 1, 2010.

SCHERER-WARREN, I. **Das mobilizações às redes de movimentos sociais**. *Sociedade e Estado*, vol. 21, nr. .1, 2006, p. 109-130.

SILVEIRA, S. A. **Ciberativismo, cultura hacker eo individualismo colaborativo**. *Revista USP*, nr. 86, 2010: 28-39.

SOUZA, P. R. E. de. **Do Blog Sujo à Coletiva do Planalto**: um estudo de caso de contrainformação política através de blogs. Dissertação de Mestrado. UFABC, 2013.

UGARTE, D. **O poder das redes**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

ZIZEK, S. **A tinta vermelha**: discurso de Slavoj Zizek aos manifestantes do movimento Occupy Wall Street. Blog da Boitempo. 11/10/2011. Disponível em <http://blogdaboitempo.com.br/2011/10/11/a-tinta-vermelha-discurso-de-slavoj-zizek-aos-manifestantes-do-movimento-occupy-wall-street/>.