

Ferreira Neto Oliveira, Thaís Helena; Gadini, Sérgio Luiz
Considerações sobre a Folkcomunicação no campo da mídia alternativa: Mídia Ninja e a
plataforma digital
Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 12, núm. 26, septiembre, 2014, pp. 105-
120
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Ponta Grossa, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631768759009>

Considerações sobre a Folkcomunicação no campo da mídia alternativa: *Mídia Ninja* e a plataforma digital

Thaís Helena Ferreira Neto Oliveira¹
Sérgio Luiz Gadini²

RESUMO

O presente trabalho aborda a folkcomunicação, a partir de algumas de suas perspectivas teóricas, embasando práticas de comunicação alternativa, como a *Mídia Ninja*. Através de uma plataforma digital, o movimento pauta e dá subsídios de ser pautado, trazendo temas de interesses coletivos de grupos marginalizados, com foco em expressões culturais e sociais. Além dessa plataforma utilizada, há forte apelo do movimento e de correntes de mídia contra-hegemônica nas redes sociais, que agrupa seguidores a cada dia, fortalecendo as reflexões sobre a folkcomunicação no ambiente das sociedades em rede e da comunicação alternativa.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação - Mídia alternativa - Sociedades em rede.

Considerations about the Folkcommunication in the field of alternative media: *Mídia Ninja* and the digital platform

ABSTRACT

This paper is about the folkcommunication from some of its theories perspectives, basing alternative communication such as *Media Ninja*. Through a digital platform, the movement shows and gives subsidies to be guided, bringing issues of collective interests of marginalized groups, focusing on cultural and social expressions. Besides this platform used, there is strong appeal of the movement and its current counter-hegemonic media in social networks, which aggregates followers every day, strengthening reflections on folkcommunication of network societies and alternative communication.

KEY-WORDS

Folkcommunication - Alternative media - Network societies.

¹ Mestranda em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Graduada em Jornalismo pela UEPG e pós-graduada em Comunicação Empresarial pela PUC-PR. Jornalista da Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG), Observatório Social dos Campos Gerais (OSCG), Conselho Comunitário de Segurança de Ponta Grossa (Conseg), Movimento Campos Gerais de Igual para Igual (MCG), Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral (MCCE) e Conselho de Entidades.

² Professor do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

Reflexões conceituais: Folkcomunicação

A mídia está envolvida e atuante no cotidiano de comunidades. Sejam elas numerosas ou pequenas, os processos midiáticos fazem parte da vida social e cultural dos povos. Não que antes não era notada essa presença, mas hoje, com o advento e rapidez dos espaços eletrônicos, a difusão e percepção midiática são notáveis a todo instante.

De acordo com Osvaldo Trigueiro (2012, p.91), “no Brasil atual é quase impossível investigar-se o cotidiano de uma coletividade ou de uma cidade sem se incluir essas novas redes sociais de comunicação”.

O autor destaca que são infinitas as relações de interação entre sociedade e mídia e que desde as comunidades mais remotas há o cercamento dos processos midiáticos.

Com a aceleração do tempo e a aproximação do espaço, o estilo de vida da sociedade contemporânea mudou consideravelmente e agora estamos vivendo cada momento de atualidades quase sempre produzidas por processos midiáticos. São momentos de grandes mudanças em todos os segmentos da vida humana e mais especificamente nos sistemas de informação, de comunicação e de conhecimento, e querer simplesmente voltar atrás ou reinventar fatos culturais é impossível, é uma falsa aparência (TRIGUEIRO, 2012, p.92).

A inserção da mídia nas sociedades e nas cidades tem constante processo global com variações no tempo e no espaço. Esse recorte de tempo e espaço torna-se mais evidente com as transformações impostas pela internet e seus espaços virtuais. Através de novos dispositivos eletrônicos, evidenciam-se ainda mais agilidades aos processos midiáticos e, consequentemente, as sociedades precisam adaptar-se às novas tecnologias.

De acordo com Trigueiro (2012, p.98), “as novas tecnologias, por incrível que pareça, possibilitam a continuidade das manifestações culturais populares – folk – com outras formas de representações, estruturas e processos, mas com funções próximas às suas experiências tradicionais”.

Nessa perspectiva o estudo da folkcomunicação deve se voltar para a observação do consumo dos produtos simbólicos e materiais da sociedade midiatizada e interpretar como a sociedade tradicional incorpora, pelos diferentes processos, esses

produtos midiáticos na sua dinâmica cultural e econômica (TRIGUEIRO, 2012, p.98).

As mudanças também são vivenciadas pelos ativistas folkcomunicacionais. Para Trigueiro (2012, p.98), eles estão sempre inovando, “adaptando aos contextos e às interações em seus entornos, como resultados dos processos sociais que se esbarram dialeticamente entre o novo e o antigo, o local e o global”. Há diferentes processos sociais e culturais de incorporação de produtos midiáticos nas sociedades contemporâneas.

É nesse processo sociocultural de apropriação e incorporação dos produtos midiáticos, simbólicos e materiais, lícitos ou ilícitos, que se intensifica o papel do ativista midiático da rede folkcomunicacional, como operador nos sistemas de informação, de comunicação e de conhecimento do local, possibilitando a inovação no estilo de vida do local (TRIGUEIRO, 2012, p.98)

A interface mídia e movimentos sociais relata nas expressões folkcomunicacionais o estudo de grupos populares marginalizados. Luiz Beltrão (2004, p.73), desde 1960, traz conceitos e estudos que nortearam e embasaram a folkcomunicação como um “processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”.

No sistema de folkcomunicação, embora a existência e utilização, em certos casos, de modalidades e canais indiretos e industrializados, as manifestações são, sobretudo, resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão desenvolve horizontalmente, tendo-se em conta que os usuários característicos recebem mensagens por um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão (BELTRÃO, 2004, p. 73-74)

Neste contexto estabelecido da folkcomunicação, o movimento *Mídia Ninja* traz através de sua nova plataforma digital orientações para movimentos sociais e culturais. Dialogando com as perspectivas teóricas apresentadas, o *Mídia Ninja* possibilita tematização de conceitos que dificilmente teriam o mesmo olhar na mídia hegemônica. A plataforma traz orientações a outros movimentos, valorizando questões de gênero, raça, credo, cultural e socialmente intrínsecas à sociedade contemporânea.

Mídia Ninja: vozes na mídia alternativa

Em junho de 2013, o Brasil tem o primeiro contato com a nomenclatura *Mídia Ninja*. Em um mês conturbado pelas manifestações de todas as ordens e temas, o País passa a conhecer uma alternativa de mídia independente. Como eles intitulam-se³, “os brasileiros buscaram nas redes novas representações, cansados de apresentadores que os chamavam de vândalos”, indo além de manifestações por 20 centavos⁴. Mas, na prática, são 15 anos de Mídia Livre no Brasil, em que a rede teve outras nomenclaturas, envolvendo outros movimentos de ordem social e cultural.

Ainda de acordo com denominação própria, “os ninjas criaram uma rede de colaboração em todo o Brasil, pelo interior e capitais, transformando o *streamming*, a linguagem do fotojornalismo e a cobertura em tempo real das ruas em uma nova forma de mobilização”⁵. Assim, o *Mídia Ninja* participa de discussões na rede com ativistas e movimentos em todo País, fortalecendo lutas e o movimento midialivrista.

Com os coletivos políticoculturais – Fora do Eixo⁶ – o Ninja é parte de um movimento amplo que eles denominam midialivismo⁷. Com as manifestações de 2013, há uma procura maior para compreender e acompanhar o *Mídia Ninja*, contribuindo com a visibilidade do movimento.

Melucci (2001), aborda que os movimentos populares podem dar vida nova às sociedades. Neste cenário, através do *Mídia Ninja*, há possibilidade de diálogo dos grupos marginalizados.

Os movimentos são um sinal. Não apenas produto da crise, os últimos efeitos de uma sociedade que morre. São, ao contrário, a mensagem daquilo que está nascendo. Eles indicam uma

³ Redes sociais do *Mídia Ninja*, www.facebook.com/midiaNINJA, acesso em 27 de junho de 2014, às 15h40.

⁴ O início das manifestações de junho seria por 20 centavos de aumento nas tarifas de ônibus. Mas a repercussão das manifestações abordou temas como saúde, infraestrutura, segurança e gastos com a Copa do Mundo.

⁵ Redes sociais www.facebook.com/pablocapile, acesso em 27 de junho 2014, às 16h10.

⁶ Rede políticocultural que, em 2006, começou a se articular nos estados fora do circuito hegemônico da cultura brasileira.

⁷ Dois anos antes do lançamento do Ninja, o Fora do Eixo desenvolveu laboratórios de coberturas multimídia. Com as manifestações de 2013, a *Mídia Ninja* cobriu as manifestações com foco nas ações dos movimentos sociais e culturais.

transformação profunda na lógica e nos processos que guiam as sociedades complexas (MELUCCI, 2001, p. 21)

Ainda citando o autor, os movimentos sociais podem ser entendidos como falando por todos, sendo ‘profetas do presente’, pois têm a força da palavra. “Obrigam o poder a tornar-se visível e lhe dão, assim, forma e rosto (2001, p. 21). Engana-se quem pensa que os movimentos não têm força, política ou social, pois os exemplos, tanto no passado quanto no presente, evidenciam movimentos cada vez mais consolidados e com mais adesões.

Neste contexto de popularização dos movimentos sociais eles surgem para inclusão de temas pertinentes à raça, etnia, gênero, direitos humanos e também por descontentamento político ou insatisfação com as políticas públicas.

De acordo com Becker (2010, p. 88) o renascimento de sociedade civil, de seu conceito, está ligado diretamente ao surgimento dos novos movimentos sociais - feministas, pacifistas, urbanos, etc. – e à colocação da democracia como objeto de debate e de luta. Assim, o *Mídia Ninja* também busca dar abertura, visibilidade política, cultural e social a discussões que não seriam levantadas ou abordadas da mesma maneira pela mídia hegemônica.

Sem colocar em pauta esses desenvolvimentos e movimentos, não há como compreender a relação entre sociedade civil e mídia, e isto se faz necessário, dado o contexto configurado a partir da década de 1970 – em que ocorre a ‘recuperação’ do conceito de sociedade civil (BECKER, 2010, p. 88)

Assim, como define Melucci (2001, p. 33), “um movimento não é a resposta a uma crise, mas a expressão de um conflito”. Neste sentido, o *Mídia Ninja*, através da plataforma digital⁸, tematiza suas propostas, investindo em uma produção colaborativa, no financiamento coletivo e na distribuição de seus conteúdos. Pensada nas vésperas da Copa do Mundo no Brasil, o movimento lança a plataforma investindo ainda mais em suas produções de mídia contra-hegemônica.

⁸ www.midianinja.org, plataforma colaborativa e rede social voltada ao midiativismo e jornalismo cidadão, como os próprios Mídias Ninjas intitulam.

Mas movimentos sociais não nascem apenas da pobreza ou do desespero político. Exigem uma mobilização emocional desencadeada pela indignação que a injustiça gritante provoca, assim como pela esperança de uma possível mudança em função de exemplos de revoltas exitosas em outras partes do mundo, cada qual inspirando a seguinte por meio de imagens e mensagens em rede pela internet. Além disso, a despeito das profundas diferenças entre os contextos em que esses movimentos surgiram, há certas características que constituem um padrão comum: o modelo dos movimentos sociais na era da internet (CASTELLS, 2013, p.159)

Manuel Castells (2013, p.157) destaca que, “ao longo da história os movimentos sociais foram e continuam a ser as alavancas da mudança social” e que eles “são introduzidos por uma profunda desconfiança nas instituições políticas que administram a sociedade”. Neste contexto, movimentos encontram na internet forte plataforma para dar voz às ações planejadas e até mesmo na conquista de novos adeptos.

Assim, a exemplo do *Mídia Ninja*, o movimento traz a comunicação na internet, através das plataformas virtuais, como forma de resistência e fortalecimento de grupos sociais marginalizados.

Para Trigueiro (2012), a sociedade atual passa por “grandes mediações tecnológicas, simbólicas e materiais que alcançam grande parte da população, e não seria diferente se os operadores ativistas das redes folkcomunicacionais também não estivessem passando por todas essas mudanças”. De acordo com ele, os processos socioculturais são mediados pelas novas tecnologias a todo tempo.

Castells também aborda, em 2013, os dispositivos móveis – telefones celulares – como importantes ferramentas na captura de imagens – fotos e vídeos – e sua popularização a favor da comunicação. É evidente que os dispositivos móveis auxiliaram e auxiliam a propagação da mídia alternativa. A era da interatividade, em que se pode editar vídeos na rapidez em que as imagens são captadas. Assim, foi presenciado nas manifestações de 2013, em que os vídeos e fotos eram postados em tempo real, através do *Mídia Ninja*, um ao vivo no meio das manifestações e não por helicópteros ou passagens em topo de edifícios.

(...) com a emergência do que denominei autocomunicação de massa, baseada em redes horizontais de comunicação multidirecional, interativa, na internet; e, mais ainda, nas redes de comunicação sem fio, atualmente a principal plataforma de comunicação em toda parte. Esse é o novo contexto, no cerne da sociedade em rede como nova estrutura social, em que os movimentos sociais do século XXI se constituem (CASTELLS, 2013, p.158)

O autor menciona que há formação de redes dentro dos movimentos, além de contatos com outros movimentos, com a mídia e com a sociedade em geral, a que o autor atribui a “blogosfera da internet” (2013, p.160). Através do espaço eletrônico, o *Mídia Ninja* difundiu-se atraindo seguidores de diversas regiões do País.

Luiz Beltrão aborda essa heterogeneidade, em que a região aparece como laboratório da comunicação. São linguagens sonoras, corporais e vivências que geram uma cultura regional. A partir do *Mídia Ninja*, há troca de experiências culturais e sociais, com foco na comunicação, em que grupos marginalizados da sociedade identificam-se.

Não há melhor laboratório para a observação do fenômeno comunicacional do que a região. Uma região é o palco em que, por excelência, se definem os diferentes sistemas de comunicação cultural, isto é, do processo humano de intercâmbio de idéias, informações e sentimentos, mediante a utilização de linguagens verbais e não-verbais e de canais naturais e artificiais empregados para a obtenção daquela soma de conhecimentos e experiências necessárias à promoção ordenada e do bem-estar coletivo (BELTRÃO, 2004, p.57)

A partir da citação pode-se estabelecer um paralelo dessa região virtual criada pelo *Mídia Ninja*, em que a rede social do Movimento, intitulada ‘Ninja’ Possui 287.572⁹ curtidas, sob o título ‘Mídia/Notícias/Publicidade’.

De acordo com Castells (2013, p.160), “embora movimentos se iniciem geralmente nas redes sociais da internet, eles se tornam um movimento ao ocupar o espaço urbano, seja por ocupação permanente de praças públicas seja pela persistência das manifestações

⁹ Acesso em 30 de junho de 2014, às 14 horas, <https://www.facebook.com/midiaNINJA>

de rua". O *Mídia Ninja* pode até ter começado pela internet, mas a partir do momento em que foi para as ruas torna-se também movimento.

O espaço do movimento é sempre feito de uma interação do espaço dos fluxos na internet e nas redes de comunicação sem fio com o espaço dos lugares ocupados e dos prédios simbólicos visados em seus atos de protesto. Esse híbrido de cibernetica e espaço urbano constitui um terceiro espaço, a que dou o nome de espaço da autonomia (CASTELLS, 2013, p.160-161)

Para o autor, o espaço da autonomia pode transformar a atual ordem institucional, pois reivindica o espaço comum aos cidadãos, o que Castells denomina como “nova forma espacial dos movimentos sociais em rede”.

Plataforma digital e características da sociedade em rede

A plataforma lançada pelo *Mídia Ninja*, no início de junho, traz a auto definição da *Mídia Ninja* como narrativas independentes, jornalismo e ação. Os leitores virtuais ao acessar a página têm informações do movimento e de sua comunicação. De acordo com o movimento, a ideia é trabalhar na lógica colaborativa de criação, compartilhando conteúdos, característica da sociedade em rede: “Nossa pauta está onde a luta social e a articulação das transformações culturais, políticas, econômicas e ambientais se expressa”¹⁰.

¹⁰ <https://ninja.oximity.com/partner/ninja/about>, acesso em 27 de junho de 2014, às 10 horas.



Figura1. Divulgação da plataforma digital do *Mídia Ninja* no facebook

É a lógica da troca de produções e não somente de informações, em que com o surgimento de novas tecnologias e aplicativos multimídia facilitam a disseminação das informações em tempo real. As ruas passam a pautar a comunicação nos diferentes espaços, com força predominante nos espaços eletrônicos.

Embora os movimentos tenham em geral sua base no espaço urbano, mediante ocupações e manifestações de rua, sua existência contínua tem lugar no espaço livre da internet. Por serem uma rede de redes, eles podem dar-se ao luxo de não ter um centro identificável, mas ainda assim garantir as funções de coordenação, e também de deliberação, pelo inter-relacionamento de múltiplos núcleos (CASTELLS, 2013, p.160)

Assim, Manuel Castells define que a conexão em rede dos movimentos deixa portas abertas para participação popular, pois não agem através de uma organização vertical, com centros de comando ou controle; ao contrário, são sem fronteiras definidas.

Os movimentos são locais e globais. De acordo com Castells, eles podem começar por questões específicas, mas constroem seu espaço público ao ocupar o espaço urbano e

se conectar à internet, gerando também características globais, através do poder de conexão e troca de informações sem limite pelas redes. Um assunto local toma dimensões mundiais, podendo ser discutido e analisado coletivamente.

Nesse espaço, uma forma de revista eletrônica, o movimento pauta e deixa-se ser pautado. A produção, uma parceria com a plataforma Oximity, traz textos de cunho social, político e cultural, como o intitulado “Orgulho e preconceito. A honra pelo gol brasileiro em dia de orgulho LGBT”¹¹, por Clayton Nobre.

O autor aborda a questão do orgulho da vitória brasileira aliado ao orgulho do I Encontro Nacional de Cultura LGBT – Lésbicas, Gays, Travestis, Transexuais e Transgêneros, que aconteceu em Niterói (RJ). O grupo abre possibilidades de discussão do tema a partir da euforia da vitória no futebol. Assim, através do esporte e da confluência de diversas torcidas de gêneros distintos, percebe-se a troca cultural e social.

29 junho 2014 8:39 PM • Visualizações 206 • Pontuação: 16

Orgulho e preconceito. A honra pelo gol brasileiro em dia de orgulho LGBTT

por Clayton Nobre ( Entrar em contato com o autor)

Promover este artigo:

 Compartilhe no Facebook

 Compartilhe no Twitter

 Compartilhe no Pinterest



O orgulho é antídoto político. Em fim de jogo, é o sentimento que serve como remédio contra os dissabores das adversidades e pelo senso de comunidade. Numa imensa torcida que se conforma pelas diferenças, cada bola goleada em um pênalti une nas arquibancadas e nas ruas os iguais e diferentes, elites de todas as cores, periferias dos vários tipos.

Figura2. Texto ‘Orgulho e preconceito’. Na íntegra em: <https://www.oximity.com/article/Orgulho-e-preconceito.-A-honra-pelo-go-1>

¹¹ Postado em 29 de junho 2014, 8h30. Acesso em [ninja.oximity.com/article/Orgulho-e-preconceito.-A-honra-pelo-go-1](https://www.oximity.com/article/Orgulho-e-preconceito.-A-honra-pelo-go-1)

Em outro texto, Emir Sader, trabalha o tema ‘A democratização da mídia, a mãe de todas as reformas’¹², fazendo um paralelo e discussão com o tema da reforma política e a midiatização. Eleições Limpas, reforma política por iniciativa popular que prevê melhorar o atual sistema eleitoral e seu financiamento é discutido no artigo Ninja, que traz reflexões de um processo democrático e plural na formação da opinião pública.

Personalismo, muitos candidatos e poucas propostas, valor alto de mercado, estímulo à transferência de votos e criminalização do uso da internet e das redes sociais são os principais problemas do atual sistema, apontados pelo Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral (MCCE) que idealizou o Eleições Limpas. De acordo com o projeto, as empresas seriam retiradas do financiamento de campanhas, portanto, as disputas teriam menos candidatos e mais propostas, além de mais liberdade de expressão online.

29 junho 2014 9:33 PM • Visualizações 942 • Pontuação: 18

A democratização da mídia, a mãe de todas as reformas

por NINJA



Tweetar 25 | Like 774 | Share 774

Texto por Emir Sader, publicado em Barão de Itararé

O Brasil retomou a democracia política no final da ditadura e passa por um processo de profunda democratização social desde o começo do governo Lula. Mas esse processo não chegou aos meios de comunicação, que seguem controlados pelos mesmos grupos monopolistas da época da ditadura. E não haverá democracia no Brasil enquanto não houver...

NINJA AO VIVO



Coberturas em tempo real

NINJA NO TWITTER

Tweets Seguir

Midia NINJA @MidiaNINJA 43m Recife: ame-o ou deixe-o. A política PSB em Pernambuco - [ninja.az/hd7dc](https://ninja.oximity.com/article/Recife-ame-o-ou-deixe-o-A-politica-PSB-em-Pernambuco-ninj.az/hd7dc)

Figura3. Texto ‘A democratização da mídia, a mãe de todas as reformas’. Na íntegra em: <https://ninja.oximity.com/article/A-democratiza%C3%A7%C3%A3o-da-m%C3%A3e-de-todas-as-reformas-1>

Outro texto, ‘Cerco policial e violência ostensiva, manifestações em Belo Horizonte usam arte para resistir’¹³, assinado pelo coletivo ‘Ninja’, reflete as manifestações em torno da Copa e como os manifestantes atuam de maneira cultural nas ruas.

¹² Postado em 29 de junho, 9h33. Acesso em <https://ninja.oximity.com/article/A-democratiza%C3%A7%C3%A3o-da-m%C3%A3e-de-todas-as-reformas-1>

¹³ Postado em 28 de junho de 2014, 8h16. Acesso em <https://ninja.oximity.com/article/Cerco-policial-e-viol%C3%A9ncia-ostensiva-1>

28 junho 2014 8:16 PM • Visualizações 2411 • Pontuação: 19

Cerco policial e violência ostensiva, manifestações em Belo Horizonte usam arte para resistir

por NINJA

 Tweetar 38  Like  Share 698



Em dia de jogo do Brasil no Mineirão organizações e ativistas participaram do ato “28J - Copa sem povo, tô na rua de novo!”. Essa foi a quarta etapa das mobilizações iniciadas no último dia 12 de junho. Durante esse período 40 pessoas foram detidas, 4 presas e várias sofreram agressões.

Hoje, mais de 150 pessoas estiveram presente para garantir a resistência e o direito a

Figura4. Texto ‘Cerco policial e violência ostensiva’. Na íntegra em: <https://ninja.oximity.com/article/Cerco-policial-e-viol%C3%A3o-ostens-1>

No texto, ‘la ver a seleção mas parou o busão. A saga no transporte público de Manaus em dia de jogo’¹⁴, também pelo coletivo ‘Ninja’. Neste caso, o *Mídia Ninja* aborda, sem assinatura, o caos do transporte público em dias de jogo em Manaus, trazendo fotos que retratam torcedores entrando pelas janelas dos ônibus.

¹⁴ Postado em 25 de junho de 2014, 12h54. Acesso em <https://ninja.oximity.com/article/la-ver-a-sele%C3%A7%C3%A3o-mas-parou-b-1>

25 junho 2014 12:54 PM • Visualizações 450 • Pontuação: 17

Ir ver a seleção mas parou o busão. A saga no transporte público de Manaus em dia de jogo

por NINJA

[Tweetar](#) 24 [Like](#) [Share](#) 135



Manaus é uma das doze cidades sede da Copa do Mundo no Brasil. Como todas as capitais que receberam os jogos, abrigou uma grande quantidade de estrangeiros e de outros estados brasileiros. Diversas melhorias foram apontadas como propostas, uma delas considerada de grande emergência, o transporte público.

Figura5. Texto ‘Ir ver a seleção mas parou o busão’. Na íntegra em: <https://ninja.oximity.com/article/ir-ver-a-sele%C3%A7%C3%A3o-mas-parou-b-1>

‘Alzirão: a Copa nos olhos da Zona Norte’¹⁵, por assinatura de ‘Ninja’, comenta como é a festa pós jogos no bairro da Tijuca. O texto aborda o local como “sacos e isopor com gelo e cerveja, o petisco é o salsichão e o som é tipicamente regional: samba e pagode”. A matéria também traz entrevista com Erril Doutzn, travesti, moradora da região.

¹⁵Postado em 29 de junho de 2014, 2h54. Acesso em <https://ninja.oximity.com/article/Alzir%C3%A3o-A-Copa-nos-olhos-da-Zona-1>

4 Julho 2014 11:33 PM • Visualizações 1505 • Pontuação: 22

Alzirão: A Copa nos olhos da Zona Norte

por NINJA

 Tweetar 9



Foto: Mídia NINJA

Em dia de jogo do Brasil a vibe mais animada da capital carioca é o Alzirão. Se você estiver indo de metrô não se preocupe em errar o caminho é só seguir uma multidão vestida de verde amarelo. Na rua, que fica localizada na Tijuca, sacos e isopor com gelo e cerveja, o petisco é o salsichão e o som é tipicamente regional: samba e pagode.

Assistir jogos da Copa no Alzirão virou tradição entre os torcedores em época de Copa do Mundo. Em

Figura6. Texto 'Alzirão: A Copa nos olhos da Zona Norte'. Na íntegra em: <https://ninja.oximity.com/article/Alzir%C3%A3o-A-Copa-nos-olhos-da-Zona-1>

Nesses cinco exemplos, os textos abordados pelo *Mídia Ninja* trazem conceitos atuais de discussão como gênero e sociedade, reforma política, manifestações, cobrança por políticas públicas eficientes e bairros que dificilmente seriam pautas/fontes de mídias tradicionais; todos os temas alicerçados em conceitos com cunho de formação da opinião pública, com respaldo social e cultural.

Marcelo Sabbatini aborda o conceito de “interculturalidade”, quando indaga os usos com sentido da mídia digital. O autor traz o contexto da “inclusão de públicos tradicionalmente excluídos para o cenário da convergência digital”.

“A teoria da Folkcomunicação pode se revelar um referencial teórico frutífero para esta análise, ao trazer embutida em si a “voz dos excluídos” e a compreensão de como o sistema de comunicação hegemônico se articula com a comunicação popular” (SABBATINI, 2012, p.74)

Neste sentido, através da nova plataforma digital do *Mídia Ninja*, o movimento possibilita que, ao acessar a página, o internauta conheça o histórico do movimento e suas

propostas. Também oportuniza contato com os textos e fotos dos Ninjas, assinados ou não. Tudo em uma plataforma digital de fácil e rápido navegemento, com textos curtos e de rápida leitura.

Considerações finais

O *Mídia Ninja* traz reflexões sobre mídia alternativa, com uso de fontes, lugares, fotos, vídeos e expressões que saem do jornalismo tradicional. Não entrando no critério se é ou não jornalismo ou das definições de campo jornalístico, o presente trabalho aborda o movimento retratando sua tematização a partir da mídia contra-hegemônica nas redes sociais, trazendo debates que dificilmente seriam tratados no dia a dia da mídia.

Com foco nos cinco exemplos de textos citados temos discussões pertinentes que trazem fontes não tradicionais para essas vozes públicas. Através da plataforma digital, o *Mídia Ninja* debate, por exemplo, a reforma política e a mobilidade, trazendo debate para políticas públicas eficientes. Também aborda as manifestações pelo cunho cultural, reflexões do outro lado da mídia.

Referências

- BECKER, Maria L. “Sociedade civil, esfera pública e mídia”. In: LUIZ, Danuta Cantoia (org). **Sociedade Civil e democracia**. Ponta Grossa: UEPG/Veras, 2010.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- MELUCCI, Alberto. **A Invenção do Presente**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.
- SABBATINI, Marcelo. “Rebelião das massas digitais à luz da Folkcomunicação: choques culturais na era da convergência digital”. In: LOPES FILHO, Boanerges. **A Folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora, Ed. UFJF, 2012.
- TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. “Os caminhos da Folkcomunicação na atualidade: perspectivas para o século XXI”. In.: LOPES FILHO, Boanerges. **A Folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora, Ed. UFJF, 2012.
- MÍDIA NINJA. Disponível em: <https://www.facebook.com/midiaNINJA>. Acesso em 30 de junho de 2014.
- MÍDIA NINJA. Disponível em: www.midianinja.org. Acesso em: 30 de junho de 2014.