

O Advento Das Mídias Alternativas No Campo Do Jornalismo¹

Raphaela Cruz NOGARED²

Ariane Diniz HOLZBACH³

Faculdades Integradas Hélio Alonso, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O artigo tem como objetivo entender o papel da mídia alternativa no atual cenário de desenvolvimento tecnológico, o qual força os veículos de comunicação a adotarem novos modelos de produção e distribuição de conteúdos com foco nos mais variados suportes midiáticos. Para isso, analisaremos o comportamento das mídias alternativas no atual cenário de reconfiguração da prática jornalística, dentro da qual o público tem participação cada vez mais ativa no processo de produção jornalística. Serão analisados três projetos de mídias alternativas que se destacaram durante as manifestações de rua que ocorreram no Brasil em junho de 2013: a Rede Fora do Eixo, a Mídia Ninja e o Projeto Fluxo.

Palavras-chave: mídia alternativa; jornalismo; internet; redes sociais.

1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da produção jornalística em mídias sociais vem desencadeando novos processos de comunicação ligados principalmente a mídias alternativas na internet. Observa-se que o jornalismo está diante de um cenário híbrido, tomado pela tecnologia, que incentiva a interação digital. Atualmente, o modo de apuração, produção e divulgação de uma notícia está se transformando, assim como o modo de se fazer jornalismo. Acostumados aos padrões convencionais, os meios de comunicação procuram inovar e se reinventar. A cultura digital está se desenvolvendo rapidamente e desencadeando movimentos sociais, interatividade, modismo e a criação de novas mídias. O objetivo deste artigo é destacar a questão do surgimento de nichos, como o da mídia alternativa no campo do jornalismo.

O foco na primeira parte é exemplificar o surgimento desse novo mercado de nichos no jornalismo e explorar o surgimento da internet como grande disseminadora de ideias. Já na segunda parte, o objetivo é exemplificar o surgimento das mídias alternativas por meio

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

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da FACHA, email: r.nogared@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação pela UFF com pós-doutorado em História pela UERJ, email: ariane.diniz@facha.edu.br

da cultura da convergência. A terceira parte é apresentar a questão da mídia alternativa, usando como exemplo o WikiLeaks, e, a partir disso, explorar o campo no Brasil. Já a quarta parte aborda sobre o funcionamento dos projetos e como foram criados (projeto fluxo, mídia ninja e rede fora do eixo).

2. A CAUDA LONGA DO JORNALISMO

Pesquisadores como Chris Anderson procuram exemplificar as mudanças decorrentes da evolução global e digital, não só relacionados ao jornalismo e as mídias alternativas. O mercado de massa, que vinha impulsionando o modo de se produzir e divulgar notícias, agora está cada vez mais ramificado. Antes da popularização da internet, a população era limitada ao que era divulgado pela grande mídia. Atualmente, a variedade de escolhas é infinita, logo a variedade é grande dentro da rede.

As grandes indústrias midiáticas tinham o poder de definir e limitar a informação de acordo com seus ideais, assim como a capacidade de fabricar uma cultura, para gerar oferta e criar demanda. No entanto, as grandes empresas vêm perdendo credibilidade e audiência. O mercado jornalístico encontra-se constantemente em transformação, e os parâmetros de consumo da cultura pela população mudaram. Hoje, cada um tem a capacidade de fazer suas próprias escolhas com relação ao conteúdo que deseja consumir dentro da rede. Segundo Anderson, “Cauda longa é nada mais que escolha infinita. Distribuição abundante e barata significa variedade farta, acessível e ilimitada [...]” (ANDERSON, 2006, P. 179).

No livro “A Cauda Longa”, Anderson explora o conceito da fragmentação do mercado de massa, passando a se chamar mercado de nicho. Esse mercado nada mais é do que uma curva de demanda quase infinita, que ganhou o nome de cauda longa. Atualmente, qualquer setor pode ter sua cauda longa, inclusive o mercado do jornalismo. Além de poder consumir à vontade, os usuários também podem produzir. Isso acontece principalmente pelo baixo custo e a facilidade de disseminar informação que a rede possui. Anderson afirma que, “Os consumidores exigem cada vez mais opções. A era do tamanho único está chegando ao fim e em seu lugar está surgindo algo novo, o mercado de variedades.” (ANDERSON, 2006, P. 5).

Esse tipo de mercado possibilita conectividade entre indivíduos e acesso ilimitado a todo e qualquer tipo de conteúdo. Anderson afirma que estamos gerando uma cultura na qual as pessoas estão deixando de ser apenas consumidoras, para atuarem como produtoras do seu próprio conteúdo. E, para isso, não precisam ser *experts* no assunto, basta apenas

querer produzir. Para exemplificar esse caso, o autor recorre ao exemplo dos blogs (forma de cauda longa), que são produzidos por pessoas com interesses independentes da grande mídia, e, além disso, possuem conteúdo diverso, abrindo a possibilidade para gerar discussões de temas como política e economia. Anderson acredita que, “Cauda longa é nada mais que escolha infinita. Distribuição abundante e barata significa variedade farta, acessível e ilimitada [...]” (ANDERSON, 2006, P. 179).

O jornalismo, assim como em qualquer outro setor, tem sua própria cauda longa. Dentro da rede o usuário tem liberdade para produzir conteúdo e tem também um local para reproduzir seus pensamentos – as redes sociais. E é dessa possibilidade que surge o nicho, no qual se insere a mídia alternativa. Os blogs, páginas e vlogs que buscam gerar conteúdo voltado à opinião pública se encaixam nesse nicho, um campo recém-nascido na internet comparado à história do jornalismo e que vêm ganhando cada vez mais adeptos dentro da rede. De acordo com Anderson, “No futuro, a questão não será se a multiplicidade de escolhas é melhor, mas o que realmente queremos. Nos corredores infinitos, tudo é possível.” (ANDERSON, 2006, P. 224).

2.1. PROSUMER – O ADVENTO DO NOVO CONSUMIDOR

Ao contrário do que alguns podem pensar, a cultura do novo consumidor não é um conceito criado ontem. Concebido nos anos 1980 pelo escritor Alvin Toffler, o livro “A Terceira Onda” apresentou o termo *prosumer* (Produtor + Consumidor). Toffler era um visionário para sua época capaz de antecipar conceitos chave para a interpretação do mundo atual.

O conceito exemplifica a transformação que vem acontecendo nos métodos de produção jornalística. Pode-se afirmar que a capacidade de propagação de conteúdo da internet possibilitou a entrada do consumidor no mercado de produção.

Atualmente, a população se encontra inserida em uma cultura enraizada no meio digital. O *Prosumer* é um usuário que, além de consumir conteúdo, mostrou-se capaz de produzir a partir de experiências vividas e conhecimento prévio sobre o assunto. Redes sociais, blogs, fóruns, vlogs e muitos outros dispositivos de comunicação online fazem parte do mundo dos novos produtores de informação.

Esse novo usuário vê a internet como um canal de informação, que é capaz de propagar conteúdo de forma que este possa atingir um número muito grande de pessoas. De certa forma, isso é o que motiva a transformação do consumidor em produtor, ou seja, ter a

capacidade de formar opinião e disseminar informação. Vivemos em uma era na qual qualquer usuário pode se tornar jornalista, basta querer produzir, pois as ferramentas estão à disposição de todos.

O nicho no qual se inserem as mídias alternativas está crescendo progressivamente, afinal, o meio de reprodução dos conteúdos desse nicho também engloba a internet. Se no passado esse modo independente de se produzir jornalismo já era revolucionário, atualmente as proporções de disseminação do conteúdo podem ser multiplicadas infinitamente, tudo por conta do poder de propagação global da internet.

3. MÍDIAS ALTERNATIVAS E A CULTURA DA CONVERGÊNCIA

A convergência é pautada pela capacidade de transformação do conteúdo, que pode estar presente em vários lugares, pois se torna multiplataforma. No livro “A Cultura da Convergência”, Henry Jenkins descreve como o pensamento convergente vem mudando a cultura e, desse modo, como ela influencia a relação entre o público, os produtores, os conteúdos produzidos e, dessa maneira, dá origem a uma cultura de participação. A convergência é de suma importância para a compreensão da mídia alternativa no campo digital, pois é através dela que surge a possibilidade de disseminar conteúdo em escala global. “Meu objetivo é ajudar as pessoas comuns a entender como a convergência vem impactando as mídias que elas consomem e, ao mesmo tempo, ajudar líderes da indústria e legisladores a entender a perspectiva do consumidor a respeito dessas transformações” (JENKINS, 2009, P. 39).

Ligado ao termo cultura da convergência, há o conceito de cultura participativa. Nela o consumidor, que era passivo, passa a ter uma participação ativa. Na era da interação, o consumidor, dotado do poder de escolha, também tem papel fundamental para a produção e desenvolvimento de conteúdo. Esse é também conhecido como *Prosumer*, conceito criado por Alvin Toffler.

A circulação do conteúdo depende exclusivamente da participação ativa dos consumidores na disseminação e produção do mesmo. No mundo da convergência, o usuário busca novas experiências dentro da rede, é neste momento que a vontade de se tornar parte de algo emerge, seja de um grupo ou até de uma ideologia. O conceito de mídia alternativa vem justamente da vontade desses usuários de gerar conteúdo livre, independente e sem censura midiática.

Jenkins afirma que esta nova cultura incentiva a total participação, e a criatividade com menos controle por parte da indústria midiática. A questão chave da cultura participativa, hoje, são os direitos autorais e o controle de propriedade intelectual, que os produtores de mídia detêm. O objetivo é a busca do equilíbrio e a integração entre produtores, consumidores e produtores amadores. De acordo com Jenkins, “A medida que a produtividade dos fãs se torna pública, ela não pode mais ser ignorada pelas indústrias midiáticas, tampouco pode ser totalmente controlada ou aproveitada por elas.” (JENKINS, 2009, P. 190).

Atualmente, a internet tem grande influência para a cultura participativa, pois é um veículo que faz com que a comunidade interaja e promova ações coletivas. Estamos na era da Web 2.0, na qual a socialização e a produção de conteúdo ocorrem em tempo real. Na internet a participação ocorre em escala global e o acesso ao conteúdo é infinito. Jenkins afirma que, “Web 2.0, um termo popularizado [...] para descrever a revitalização da economia digital fomentada por empresas como [...] sites de relacionamento (Facebook/MySpace).” (JENKINS, 2009, P. 209).

Dessa forma, observa-se que mundo do jornalismo está se transformando, os veículos mais tradicionais já estão buscando por inovações no meio digital. Isso porque a convergência dos meios exige e força a adaptação dessas empresas, afinal o novo consumidor é aquele que está conectado integralmente. A mobilidade dos meios é um dos fatores que contribuem para que a população fique cada vez mais tempo online.

Essa nova forma de consumir e produzir conteúdo é, a partir de agora, um processo coletivo denominado de inteligência coletiva, por Pierre Lévy. Esse conceito parte do princípio de que nenhum de nós sabe tudo, mas cada um sabe de algo, podendo então juntar as peças e unir habilidades, ou seja, cada usuário tem alguma coisa para contribuir. Segundo Jenkins, não existem procedimentos sobre como aplicar o conhecimento, e o que caracteriza a inteligência coletiva é o processo social que envolve a comunidade.

“O conteúdo de um meio pode mudar, seu público pode mudar, e seu status social pode subir ou cair, mas uma vez que um meio se estabelece, ao satisfazer alguma demanda humana essencial, ele continua a funcionar dentro de um sistema maior de operações de comunicação.” (JENKINS, 2009, P. 41).

No mundo da Web 2.0, a convergência é inevitável. Ela unifica os diversos segmentos, principalmente no campo jornalístico. A Inteligência coletiva e a cultura participativa na rede são parâmetros que permeiam o surgimento das mídias alternativas. É através desses conceitos que se tornou possível à união de *prosumers*, em prol de um

interesse mútuo, o de criar um novo conceito de mídia para que todos tenham acesso ao conteúdo e a produção do mesmo.

Este fenômeno só se torna possível através da Web 2.0. Os consumidores encontram na rede autonomia e liberdade, e nunca antes alguém havia considerado um cenário no qual todos os usuários do mundo estariam conectados, muito menos tendo a oportunidade de produzir conteúdo em conjunto.

As mídias alternativas surgem a partir desse modo independente de se produzir notícias. A mudança da forma de se comunicar, por meio de novas tecnologias, faz com que a interação entre o público se transforme. O compartilhamento de ideias e ideologias faz com que a população tenha um vínculo social.

Segundo Jenkins, a cultura da convergência representa o futuro que começou a se formar e se moldar hoje a partir do advento das novas tecnologias e do desejo das pessoas por interação. E, através disso, possibilita o surgimento do nicho das mídias alternativas como forma independente de produzir e disseminar conteúdo na rede.

“Bem-vindo a cultura da convergência, onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis.” (JENKINS, 2009, P. 343).

3.1 CULTURA LIVRE VERSUS DETENTORAS DE *COPYRIGHT*

A mídia alternativa, portanto, se torna uma cauda longa do jornalismo. Seus participantes buscam pela democratização da informação e anseiam por mudanças sociais. Nesse nicho cada *prosumer* pode fazer a diferença, pois as ferramentas estão à disposição e a Web 2.0 possibilita a veiculação em tempo real, mobilidade e interação digital para a produção de notícias.

A internet por si só garante a qualquer usuário a oportunidade de poder participar do processo de construção da cultura, e esse tipo de liberdade ameaça os interesses das grandes corporações detentoras de *copyright*. Isso faz com que os mais ameaçados pela mudança utilizem toda a força e poder que estão ao seu alcance para induzir a elaboração de novas leis que favoreçam o controle absoluto da propriedade intelectual.

As grandes corporações desejam o controle sobre uso desenfreado da internet, tornando muito difícil o acesso a qualquer tipo de conteúdo. Segundo o autor Lawrence Lessig, em seu livro “Cultura Livre”, estamos substituindo a cultura livre, pela cultura de permissão. O autor afirma que os criadores têm o direito de serem beneficiados pelos frutos

de suas criações, porém o que enfrentamos nos dias atuais é a guerra do *copyright*, pois a burocracia, em torno de qualquer tipo de propriedade intelectual, sufoca a criatividade e a produção de novos conteúdos. A lei não protege o direito dos criadores, mas sim formas de negócios entre as indústrias.

“Jamais houve em nossa história um período em que tanto da nossa “cultura” tinha um “dono” como atualmente. E nunca antes houve um período aonde a concentração de poder para controlar *os usos* da cultura foi tão inquestionavelmente aceita como é atualmente”. (LESSIG, 2004, P. 11).

O surgimento das mídias alternativas na rede se dá por meio dessa nova cultura, que facilita e proporciona interação entre usuários na rede. Desse modo, eles se unem para produzir conteúdo de acordo com a ideologia do grupo, que se vê disposto a trabalhar em prol da liberdade de expressão e democratização do conhecimento. O que a indústria deseja é uma forma de lucrar a partir da criação não só desses usuários, mas de todos.

A solução é a busca pelo equilíbrio, para que haja a liberdade de compartilhamento e o controle justo do conteúdo (tanto para o usuário, quanto para a empresa portadora do *copyright*). A tecnologia está se desenvolvendo muito rapidamente e está transformando a comunicação entre as pessoas. Porém, apesar da facilidade, é errado se apossar e distribuir conteúdo de outros artistas. Lessig afirma que o certo seria garantir retorno aos criadores e, ao mesmo tempo, garantir acesso de modo mais eficiente à distribuição de conteúdo. Para que isso aconteça, o autor propõe uma visão mais aberta com relação às leis atuais e, conseqüentemente, sua transformação.

“Culturas livres são culturas que deixam uma grande parcela de si aberta para outros poderem trabalhar em cima; conteúdo controlado, ou que exige permissão, representa muito menos da cultura. A nossa cultura era uma cultura livre, mas está ficando cada vez menos livre”. (LESSIG, 2004, P. 28).

4. O CASO DO WIKILEAKS E A MÍDIA ALTERNATIVA NO BRASIL

O livro *Cypherpunks*, de Julian Assange, alerta sobre questões como a manipulação e vigilância do governo sobre a população. Estamos encarando uma guerra cibernética, na qual governos e corporações monitoram a população para obter controle e poder. O conceito de *Cypherpunk* veio do anseio por mudanças no meio digital e foi esse movimento que deu origem ao WikiLeaks. O site é uma organização. Em sua página são postados documentos vazados por fontes anônimas sobre questões governamentais.

O WikiLeaks é uma mídia alternativa, seu objetivo é disseminar informações sobre atos criminosos e corruptos cometidos pelos governos de diversos países. Um dos papéis fundamentais do site foi disponibilizar os documentos para que qualquer um (veículos de

comunicação, jornalistas independentes, ativistas e usuários) possa construir matérias e artigos de opinião. Assange incentiva a total participação, a criatividade e a economia baseada em trocas e presentes, com menos controle por parte das grandes corporações e do governo.

A discussão no livro gira em torno da questão sobre a militarização do ciberespaço, ou seja, a vigilância exercida através dos meios de comunicação, pelos serviços de inteligência, sobre a população mundial. Segundo Assange, o site do WikiLeaks foi alvo constante do estado. O objetivo era tirar o site do ar a todo custo. O governo tentou através de ataques legais, políticos e bloqueios bancários (operadoras de cartão foram obrigadas a negar prestação de serviços ao site) abafar tudo o que estava sendo divulgado. Por esses motivos e pela questão da vigilância, Assange e seus colaboradores criaram sistemas de proteção criptográfica que, embora não resolvesse os problemas legais, garantia segurança na rede. Esses sistemas permitem a segurança das informações recebidas e enviadas, assim como a segurança das fontes. Segundo Assange, tudo o que aconteceu interfere diretamente na liberdade de expressão e liberdade econômica dos usuários.

Assange afirma que estamos vivendo uma batalha entre maior possibilidade de comunicação e expressão, versus uma maior vigilância. A luta dessa mídia alternativa, chamada WikiLeaks, é por uma internet comunitária para que pessoas do mundo todo se comuniquem entre si, sem distinção ou medo.

A internet está sendo transformada em uma ameaça à sociedade, se tornando uma facilitadora do totalitarismo. Mas o grande problema é a mudança que vem acontecendo de forma silenciosa. Assange afirma que, aos poucos, a maior ferramenta de expressão que temos está se tornando perigosa e infringindo a liberdade do usuário. A sociedade precisa da privacidade, pois a internet de hoje serve como infraestrutura para todos os tipos de ações. O que o governo e as corporações fazem é escrutinar qualquer ação em rede e armazenar permanentemente.

Um dos maiores problemas que enfrentamos é, sem dúvida, a questão da vigilância. Atualmente se intercepta e se armazena tudo permanentemente, porém, apesar de toda a vigilância exercida pelo governo, a comunicação em massa via internet pode promover mudanças e revoluções. Como exemplo Assange cita em seu livro, o protesto organizado pelo facebook, no Cairo, em 2008.

De acordo com os participantes, a solução para o problema que enfrentamos é o desenvolvimento de um software livre, ou seja, um sistema que todos podem entender e

modificar. Um software livre é a base para uma sociedade on-line livre. O objetivo é que o usuário controle a máquina e não o contrário. Porém, devemos pensar também em uma reformulação legislativa, para garantir os direitos dos cidadãos na rede e punir grupos que utilizam essa tecnologia para violar a privacidade do usuário.

O WikiLeaks se caracteriza por ter um cunho político e idealista contra as normas de vigilância que o governo norte-americano tem com os usuários da rede. Os *prosumers*, nesse caso, foram os que estavam dispostos a apurar, produzir e divulgar para o mundo a essência dos documentos que estavam no site. Como mídia alternativa, o WikiLeaks se dispôs a lutar contra o descaso, corrupção e invasão de privacidade do governo.

O papel que o nicho das mídias alternativas desempenha é o de ir contra a corrente e lutar para que os direitos fundamentais da população sejam respeitados. Organizações como o WikiLeaks existem pelo mundo inteiro e é através desse tipo de movimento que a população se mobiliza. Como exemplo da força dessas organizações, temos a primavera árabe. A revolução aconteceu através da mobilização social na internet e redes sociais.

A mídia alternativa tem o papel de mostrar para a população a notícia, sem a manipulação imposta pela grande mídia, ou seja, mostrar o outro lado da história para que a população tenha a possibilidade de ver por si mesmo e tomar suas próprias conclusões. O site provocou uma comoção mundial quando começou a divulgar informações do governo e, por isso, seus organizadores foram perseguidos.

No Brasil, as mídias alternativas tiveram grande visibilidade durante as manifestações ocorridas em julho de 2013 contra o governo. Ouvimos muito sobre a Mídia Ninja e a Rede Fora do Eixo. Atualmente, existem outros projetos de mídia alternativa, como o Projeto Fluxo. Todos eles com um objetivo em comum, o de produzir conteúdo com uma percepção diferente da que tem a grande mídia.

4.1. MÍDIA NINJA E REDE FORA DO EIXO

NINJA é a sigla que denomina Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação. O movimento teve início em 2013 e ganhou destaque durante as manifestações de julho, no Brasil. A mídia NINJA é um movimento alternativo, que envolve em todos os aspectos o conceito de cultura participativa. O grupo se utiliza principalmente da internet como meio de disseminar conteúdo, e aposta na contribuição voluntária de qualquer pessoa que deseja fazer parte do projeto.

O objetivo do grupo é a troca direta de informações entre usuários e não usuários a partir do uso das novas tecnologias e da facilidade do uso da internet. Atualmente, as redes sociais tem o poder de mobilizar, gerar discussões e promover ideais. Segundo a organização, “Neste novo tempo, de redes conectadas às ruas, emergem os cidadãos multimídia, com capacidade de construir sua opinião e compartilhá-la no ambiente virtual.” (MÍDIA NINJA. Disponível em: < <https://ninja.oximity.com> >).

A rede de comunicadores do Fora do Eixo (FdE) teve participação definitiva para o nascimento da Mídia NINJA. O movimento FdE é uma rede que se desenvolve no campo da cultura e da mídia livre há 10 anos. Foi responsável por produzir laboratórios de coberturas multimídia e deu assistência completa para o desenvolvimento do projeto NINJA.

“O FdE foi o que possibilitou o embrião do NINJA, determinante e fundamental para o desenvolvimento da rede, servindo como incubador do seu processo, além de continuar sendo a principal responsável por oferecer a estrutura e a condição de trabalho para parte dos midiativistas e jornalistas Ninjas espalhados por todo Brasil.” (MÍDIA NINJA. Disponível em: < <https://ninja.oximity.com> >).

Ambos os projetos, apesar de atuarem em setores diferentes, possuem as mesmas características. A cultura participativa e a inteligência coletiva permeiam a ideologia dos grupos. Neles, cada participante tem a possibilidade de se tornar colaborador, poder produzir conteúdo e ter liberdade de expressão e de escolha.

“Acreditamos, entretanto, que nenhuma produção de imagem, vídeo ou qualquer outro conteúdo é fruto da criação de somente um indivíduo, pois está ligada a um processo muito mais amplo que vai desde a concepção coletiva de uma peça até a difusão final de seus resultados por dezenas de pessoas.” (MÍDIA NINJA. Disponível em: < <https://ninja.oximity.com> >).

Em junho de 2013, se iniciavam no Brasil as manifestações populares contra o governo. Na época estourava no oriente a primavera árabe, grande precursora do movimento social ocorrido no país. A revolta popular, em ambos os casos, começou a se estruturar através das redes sociais. É a partir desses exemplos que conseguimos ter a dimensão da força que a população tem através da internet.

Na era digital, um indivíduo faz a diferença a partir do momento em que ele produz e divulga qualquer conteúdo na internet. Nesse momento, este submete o conteúdo de sua autoria ao mundo e, assim, qualquer usuário tem a possibilidade de visualizar, curtir e compartilhar. Essas são as ferramentas mais importantes das redes sociais. Todo mundo sem distinções de raça, cor ou credo pode fazer uso delas.

“Vieram os protestos e a Mídia NINJA se concentrou na cobertura e transmissão ao vivo desses protestos, manifestações e ações dos movimentos sociais e culturais brasileiros. Ao fazer isso, destacou-se como um olhar exclusivo desses acontecimentos que têm mudado a estrutura política e cultural do país, em conexão com experiências semelhantes que ocorrem no restante do mundo.” (MÍDIA NINJA. Disponível em: < <https://ninja.oximity.com> >).

4.2. PROJETO FLUXO

O Projeto Fluxo é um movimento para profissionais da área de comunicação que tem o desejo de explorar as novas vertentes do jornalismo. Como todos sabem, o jornalismo está se transformando. O objetivo do projeto é trabalhar com essa transformação, aprender e experimentar o que essa nova etapa vai proporcionar aos profissionais da área.

“Uma redação, um estúdio, um lugar para encontros e reuniões no centro de São Paulo. Um território onde repórteres, cinegrafistas, fotógrafos, editores e artistas podem explorar novas possibilidades para o jornalismo. Na linguagem, no conteúdo e nas relações entre comunicadores e público.” (FLUXO. Disponível em: < <http://www.fluxo.net/> >).

O Fluxo foi resultado do trabalho de Bruno Torturra, que articulou e criou o movimento. Torturra ajudou a criar a Mídia NINJA, mas se afastou do movimento para começar o Projeto FLUXO. Segundo ele, os moldes do jornalismo tradicional estão se desfazendo. Com a internet e as novas possibilidades de articulação na rede, o jornalista se vê mais livre para criar e desenvolver conteúdos independentes. “O Fluxo é também um campo de testes de uma nova viabilidade econômica para a produção de informação. Dispensando anunciantes comerciais e buscando sua independência financeira na relação direta com sua audiência.” (FLUXO. Disponível em: < <http://www.fluxo.net/> >).

O projeto visa se desgarrar da grande mídia e, dessa forma, poder produzir conteúdo sem manipulação e sem estar preso por amarras comerciais e políticas. O grande desafio das mídias alternativas está na democratização da informação, ou seja, produzir conteúdo de forma clara, objetiva e sem censura. Para que isso ocorra, os projetos são idealizados a partir dos princípios de cultura participativa e inteligência coletiva de Henry Jenkins.

“Iniciativas de jornalismo independente não serão vistas como rivais em busca de mercado — mas como possíveis parceiros do Fluxo. Na idade de informação, em uma sociedade hiperconectada, hiperdigitalizada e hiperdiversa, acreditamos ser essa uma das fronteiras para a criação de uma nova mídia.” (FLUXO. Disponível em: < <http://www.fluxo.net/> >).

O movimento, assim como outras mídias alternativas, conta com a internet, conectividade, tecnologia, mobilidade e mídias sociais. São essas ferramentas que possibilitam a ação em rede e a produção em tempo real, que são propostas do projeto.

Torturra afirma que todo o equipamento e estrutura que um jornalista precisa está em sua posse, um smartphone faz todo o trabalho.

Atualmente, o smartphone é uma das ferramentas mais completas que está à disposição da população, pois ele garante a mobilidade do usuário. Através desse aparelho portátil, temos tudo a apenas um toque de distância. O visualizar, curtir e compartilhar passam a ter importância crucial para os veículos de comunicação, para o governo e até para a população. Afinal, o número de usuários que tem acesso ao conteúdo na rede é muito grande.

5. CONCLUSÃO

Tudo está mais acessível. Aplicativos facilitam a vida de todos, e as redes sociais tomaram conta do dia-a-dia da população. A interatividade hoje comanda a vida do ser humano. Nesse sentido, é fundamental compreender a influência da mídia alternativa e da mobilidade na forma de se produzir notícias, bem como a importância desse novo cenário para o futuro do jornalismo.

A diversidade na era digital é atraente à população. O grande desafio da grande mídia é conseguir se adaptar a essa nova cultura. É fundamental ter em mente que o jornalismo que conhecemos ainda se pauta através de padrões estabelecidos há séculos. Apesar de estar se inserindo aos poucos no meio digital, o jornalismo ainda precisa criar novos padrões e fazer uso de novas ferramentas de produção. Nesse sentido as mídias alternativas estão ganhando força e se tornando cada vez mais independente. É importante compreender o processo de criação e evolução de mídias como a Rede Fora do Eixo, a Mídia Ninja e o Projeto Fluxo, pois é a partir desses projetos que vemos a possibilidade de expansão do jornalismo, para que dessa forma ele possa atingir cada vez mais pessoas.

Referências

- ASSANGE, J. *Cyberpunks*. Editora Boitempo, 2012.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. Aleph, 2009.
- ANDERSON, C. *A cauda longa*. Campus Editora – RJ, 2006.
- LESSIG, L. *Cultura livre*. *Creative Commons*, 2004.
- PORTAL FLUXO, **FLUXO**. Disponível em: <<http://www.fluxo.net/>> Acesso em 26 de março de 2015.
- MÍDIA NINJA, **NINJA**. Disponível em: <<https://ninja.oximity.com/>> Acesso em 26 de março de 2015.
- PORTAL FORA DO EIXO, **FORA DO EIXO**. Disponível em: <<http://foradoeixo.org.br/>> Acesso em 26 de março de 2015.