



Diálogos, prácticas y visiones antropológicas desde el Sur

Mediação e agência não humana num coletivo de jornalismo brasileiro: um estudo da **Mídia NINJA**

Leonardo Foletto (UFRGS)

CONTEXTO

_ Pesquisa em andamento: doutorado em comunicação e informação (PPGCOM – UFRGS), 3º ano;

_ O papel da tecnologia tem sido discutido nos estudos de comunicação e jornalismo, mas pouco se tem falado sobre a agência não humana nas múltiplas mediações que ocorrem na prática comunicativa, em especial no jornalismo.

_ Aproximação da comunicação e do jornalismo com os estudos da teoria ator-rede (TAR), que busca “**reagregar o social**” ao colocar os fenômenos como consequência de associações diversas de pesquisadores e objetos em redes complexas e **não propor qualquer definição rígida** que possa ser aplicada em todas as situações (LEMOS, 2013, p.39);

_ Relação ativismo X jornalismo; cultura digital, software livre, cultura livre;

OBJETO

Mídia NINJA, coletivo brasileiro de comunicação/ jornalismo criado em março de 2013, a partir da experiência dos núcleos de comunicação do Fora do Eixo, rede de coletivos político-culturais espalhada pelo Brasil.

A **NINJA** teve grande visibilidade durante os protestos de junho de 2013. Desde então, continua a registrar (em texto, foto e vídeo) e a cobrir pautas ligadas à cultura, movimentos sociais, manifestações de rua, política e juventude.

E a **articular** redes de comunicação e ativismo no Brasil e América Latina: Facción (2015, Montevideo), Emergências (Rio de Janeiro);

METODOLOGIA

Observação participante, com recorte etnográfico: análise-piloto de 6 dias (junho 2015) para testar a metodologia num período curto de observação, ver a sua viabilidade e promover os ajustes necessários para o trabalho de campo mais longo; preparação para próximas saídas de campo (janeiro/fevereiro de 2016)

Acompanhar o fluxo dos processos em busca das associações criadas pelos actantes, me atentando ao fazer mais do que o produto feito. Tentei destacar aqueles momentos que, como Akrich (1992, p.206) explica, há potenciais de quebra: negociação e desacordo entre o "dentro" e "fora" dos objetos, momentos em que a descrição dos objetos técnicos é possibilitada;

REFERENCIAL TEÓRICO

Mediação no jornalismo: Desde a Teoria do Espelho, alimentada pelo positivismo predominante no final do século XIX, que considera o jornalista um mediador desinteressado que dá a conhecer o mundo tal como ele se apresenta, sem distorções, até a visão do gatekeeper, já nos anos 1950, em que o jornalista é tido como aquele que seleciona e hierarquiza as notícias, a visão predominante nos estudos na área tem sido centrada na ação humana, que leva a considerar, por exemplo, que os objetos como acessórios que pouco ou nada interferem na prática profissional.

“O jornalismo é a síntese do espírito moderno”

(MARCONDES FILHO, 2009)

REFERENCIAL TEÓRICO

A mediação jornalística derivada dessa perspectiva consiste em produzir notícias o mais próximo possível do fato narrado.

"1) mediar como distar, no sentido de assumir posição independente do que aborda jornalisticamente;

2) mediar no sentido de repartir em partes iguais, ou seja, não favorecer uma das partes envolvidas;

3) mediar no sentido de transcorrer por dois momentos: do acontecimento para o conhecimento público" (BENEDETI, 2009, p.23).

Jornalista como **mediador privilegiado**, que seleciona aquilo que deve ou não virar notícia (gatekeeping);

REFERENCIAL TEÓRICO

TAR: questionamento da ideia de mediação tipicamente moderna e purificadora: ela é um processo **híbrido**, instável e constituído de diversos elementos estabelecidos em uma rede de significados

Mediação como tradução: “eu uso tradução para significar o deslocamento, a variação, a invenção, a mediação, a criação de uma ligação que não existia antes e que até certo ponto, modifica dois elementos ou agente” (LATOURET, 1994, p. 32).

"Toda ação que um actante faz a outro, implicando aí estratégias e interesses próprios na busca de estabilização futura da rede ou da resolução da estratégia ou do objetivo" (LEMOS, 2013, p. 48).

REFERENCIAL TEÓRICO

TAR pode nos ajudar também a entender **o papel dos objetos na mediação jornalística**, papel que tem sido deixado de lado nos estudos do jornalismo por estes adotarem uma perspectiva determinista do que o jornalismo deveria ser, e não aquilo que a realidade mostra que ele é (PRIMO e ZAGO, 2015).

O resultado é que estes estudos acabam por **ignorar as múltiplas mediações** que tem atravessado a mediação jornalística (ARCE, ALZAMORA, SALGADO, 2014), especialmente com o advento da internet, e o papel ativo, como actante, que os **objetos não humanos** podem ter na concepção do produto jornalísticos.

QUESTÕES/CONCLUSÃO

1) qual a agência dos objetos na mediação jornalística da Mídia NINJA?

Telegram (aplicação multiplataforma de trocas de mensagens instantâneas) “é o espaço de mediação: tudo é postado aqui antes e conversado, seja uma publicação no Facebook da Mídia NINJA, uma imagem no Flickr, um vídeo da Casa Coletiva” (Beto, Diário de Campo).

“A tecnologia é instrumental, começamos a usar o *Telegram* porque alguém falou que dava pra pôr mais pessoas em um grupo, era mais livre, seguro... não lembro direito bem. Aí migramos do *WhatsApp*. Sobe foto muito mais rápido no *Telegram* também. Com *streaming* foi e mesma coisa, primeiro *Twitcam*, depois *Ustream*... quando surge uma ferramenta mais rápida, pensamos 'opa, vamo ter que usar esse negócio (Beto, Diário de Campo)

QUESTÕES/CONCLUSÃO

1) qual a agência dos objetos na mediação jornalística da Mídia NINJA?

o que de fato o telegram traduz na sua mediação ? Será um **intermediário** e não um **actante**?

"não há intermediação em si, o que há é apenas **a composição de redes de mediadores** que sustentam esse efeito, se estabilizando em uma caixa-preta na qual os diversos actantes "agem como se fossem um só, e, podemos dizer, desaparecem" (LEMOS 2013, p.56).

Não é só o telegram, mas também outros actantes – humanos e não humanos

QUESTÕES/CONCLUSÃO

2) JORNALISMO É/ACONTECE:

Se o jornalismo pode vir a acontecer, a partir de processo momentâneo que ocorre enquanto associações específicas entre atores, sejam humanos ou não humanos, são estabelecidas, o que possibilitaria este acontecer **são determinados objetos técnicos** produtores de informações e as **redes sociotécnicas que as difundem**, além da ação humana.

Desde sua fundação enquanto prática profissional, no século XIX, o jornalismo só *aconteceu* quando da conexão entre a produção de informação e objetos que permitiram sua difusão pública - máquinas rotativas de impressão, rádio, cinema, televisão e, por fim, os computadores e a internet.

QUESTÕES/CONCLUSÃO

Liberação do polo emissor da informação na internet também "libertaria" o jornalismo de sua necessidade de ação profissional: **múltiplos jornalisimos** dos mais variados pontos de vistas se formariam e seriam descontinuados de forma constante, a partir da **associação efêmera entre actantes diversos em rede**, profissionais ou não, humanos ou não-humanos.

O jornalista não haveria mais de ser a testemunha ocular da história, mas um **"coletor de inscrições que objetiva a composição de uma rede de elementos humanos e não humanos responsáveis por diversos graus de mediação e tradução da realidade"** (LEMOS, 2013, p.81).

Qualquer actante que conseguir coletar estas inscrições e tiver a possibilidade de as fazer circular em redes para diversos públicos pode vir a fazer jornalismo.

QUESTÕES/CONCLUSÃO

3) O que faz a Mídia NINJA é jornalismo ou ativismo?

“Para além do **jornalismo**, fazemos **mediativismo**”. “Jornalismo-ação”.

Para definir o "além", precisamos definir o jornalismo. O que é jornalismo? qual o conceito que vai se trabalhar de jornalismo?

Não há uma clara identificação como “jornalismo” na Mídia NINJA, pelo contrário: há um certo rechaço ao “ethos” jornalístico por ele representar a “manutenção do status quo”.

Quão jornalista deve ser o ativista? quão ativista deve ser o jornalista?

Gracias!

<http://leofoletto.info> - “diário da tese”.

leofoletto@gmail.com - @leofoletto

<http://baixacultura.org>- @baixacultura

info@baixacultura.org