

**Experiências em rede:  
uma análise das práticas colaborativas dos estudantes Ninja no governo Bolsonaro**  
*networked experiences: an analysis of the collaborative practices of Ninja students in  
the Bolsonaro government*

Marcio de Souza CASTILHO<sup>1</sup>  
Viktória Henrique de JESUS<sup>2</sup>

### Resumo

O artigo busca examinar a experiência em rede dos Estudantes Ninja, rede de educação da Mídia Ninja, lançada em 2019 em meio ao contingenciamento nos orçamentos das instituições públicas de ensino superior no primeiro ano do governo Bolsonaro. Neste estudo, foram mapeados os principais desafios de articular um projeto colaborativo que propõe instaurar divergências em relação ao trabalho realizado pelas mídias corporativas, ao mesmo tempo que lida constantemente com questões referentes ao financiamento e visibilidade, dentre outras limitações. A metodologia está apoiada em revisão bibliográfica, análise empírica e entrevista. Verificamos se a iniciativa, enquanto forma de expressão coletiva, contribuiu para estabelecer novos consensos, entendendo a importância dos processos comunicacionais para o aperfeiçoamento do processo democrático.

**Palavras-chave:** Ciberativismo. Cidadania. Comunicação. Educação. Movimentos sociais.

### Abstract

This study examines the networked experience of Ninja Students, an educational network launched by Mídia Ninja in 2019 amidst budget cuts to public higher education institutions during the first year of the Bolsonaro government. We mapped the main challenges of carrying out a collaborative project aimed at creating divergences from the work of corporate media while dealing with constant issues related to funding and visibility, among other limitations. Our methodology was based on a bibliographic review, empirical analysis and interviews. We examined whether the initiative contributed to establishing new consensus as a form of collective expression and recognized the importance of communication processes in improving the democratic process.

**Keywords:** Cyberactivism; Citizenship; Communication; Education; Social movements.

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Cultural pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: mcastilho@id.uff.br

<sup>2</sup> Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Bolsista de iniciação científica (PIBIC/UFF). E-mail: victoriahj@id.uff.br

## Introdução

A comunicação é uma arena de formação de polos de enunciação que buscam formas de construir diferentes visões de mundo. O presente estudo busca compreender experiências em rede, detendo-nos nesta pesquisa à análise dos Estudantes Ninja, rede de educação da Mídia Ninja. A análise da rede dos Estudantes Ninja, criada em meio ao contingenciamento nos orçamentos das instituições públicas de ensino decretado em 2019 pelo Ministério da Educação (MEC), permite verificar de que forma as mídias alternativas podem estabelecer contranarrativas e novos consensos por meio de produções próprias a partir da apropriação das tecnologias digitais em rede.

Em abril de 2019, o então presidente da República Jair Bolsonaro, eleito no ano anterior, nomeou o economista Abraham Weintraub para o Ministério da Educação (MEC) após a demissão do ex-ministro da pasta, Ricardo Vélez Rodríguez. No final desse mesmo mês, Weintraub decidiu contingenciar 30% no orçamento de três universidades federais – a Universidade de Brasília (UnB), a Universidade Federal da Bahia (UFBA) e a Universidade Federal Fluminense (UFF) – sob o argumento de que essas instituições de ensino faziam “balbúrdia” e tinham baixo desempenho acadêmico. Contudo, nos dias anteriores a essa declaração do ministro, a UFF foi eleita a sexta universidade mais bem avaliada do país, de acordo com o Round University Ranking<sup>3</sup>. Posteriormente à confirmação dos bloqueios nos orçamentos das três universidades pelo Ministério da Educação, foi noticiado que o congelamento se estenderia a todas as universidades e institutos federais.

A decisão gerou reações da comunidade acadêmica que, juntamente a organizações estudantis, como a União Nacional de Estudantes (UNE) e União Brasileira dos Estudantes Secundaristas (UBES), organizou mobilizações em todos os estados e no Distrito Federal. Os protestos, realizados nos dias 15 e 30 de maio daquele ano, ficaram conhecidos, respectivamente, pelas siglas 15M e 30M. As mídias alternativas exerceram um papel crucial nas divulgações dos locais e horários de realização dos atos e na produção de coberturas das manifestações, publicadas em suas plataformas digitais, em especial, nas redes sociais. É nesse sentido que a pesquisa busca compreender a rede dos

---

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.uff.br/?q=uff-fica-em-6a-lugar-entre-universidades-do-pais-de-acordo-com-round-university-ranking>. Acesso: 10 de outubro de 2023.

Estudantes Ninja, lançada pela Mídia Ninja (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação) quando a educação pública sofria severos contingenciamentos. O projeto serviu como meio de mobilização, produção e divulgação de conteúdo sobre os atos.

O projeto trabalha, sob o ponto de vista metodológico, com pesquisa bibliográfica na área de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas sobre as experiências em comunicação em rede na interface com a educação (Silva; Bragatto; Sampaio, 2016). As considerações aqui expostas tiveram, portanto, como base teórico-conceitual livros, artigos e outros textos acadêmicos que tratam de assuntos relacionados a esta temática, incluindo, por exemplo, ciberativismo e democracia digital. Tais contribuições, somadas a outras leituras, permitiu-nos compreender períodos históricos marcantes desde o surgimento da Internet, conhecida originalmente como Arpanet, e as primeiras experiências com democracia digital até aparição da mídia online como sinônimo de ações coletivas coordenadas e mobilizadas coletivamente através da comunicação distribuída em rede interativa (Malini; Antoun, 2013).

Para analisar de maneira exploratória a rede dos Estudantes Ninja, optamos ainda pelo uso da entrevista semiestruturada como método que se soma às análises empíricas sobre a iniciativa.

Na entrevista semiestruturada, a resposta não está condicionada a uma padronização de alternativas formuladas pelo pesquisador como ocorre nas entrevistas com dinâmica rígida. Geralmente, a entrevista semiestruturada está focalizada em um objetivo sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias da entrevista. (Manzini, 1990/1991, p. 154)

Entre os entrevistados(as), a pesquisa contou com a contribuições da então editora-chefe da rede, Pâmela Ortiz, responsável pelo mapeamento de temas, além de coordenar o trabalho de apuração, revisão e publicação dos conteúdos postados tanto na Mídia Ninja como na rede dos Estudantes Ninja<sup>4</sup>. O objetivo foi identificar a maneira pela qual as mídias alternativas estão se apropriando dos meios digitais e compreender as características dessa comunicação produzida em termos de formato e conteúdo. Também foram abordadas a dimensão do financiamento como questão desafiadora para as mídias

---

<sup>4</sup> Entrevista realizada de modo virtual pela plataforma Google Meet em 26 de julho de 2020, durante a pandemia de Covid-19. Teve duração de uma hora.

alternativas e a capilaridade do projeto, compreendendo as estratégias discursivas utilizadas pela rede dos Estudantes Ninja.

Para a realização da pesquisa, foram realizadas ainda imersões nas casas coletivas da Mídia Ninja de São Paulo e Rio de Janeiro a fim de compreender o funcionamento da rede na prática. Em 2019, acompanhamos o Encontro Ninja SP e Festival Ninja, respectivamente em outubro e novembro daquele ano. No Rio de Janeiro foram sete visitas à casa do grupo. Em maio de 2019, houve a participação na transmissão ao vivo do 30M. Já nos meses de julho e agosto foram realizados quatro programas dos Estudantes Ninja no YouTube e três encontros da Reunião Agenda Ninja RJ.

### **Os atos 15M e 30M: cobertura colaborativa contra os cortes na educação**

A Ninja, iniciativa de comunicação livre fundada em 2013 pelo Fora do Eixo, rede de coletivos culturais, ganhou notoriedade em razão das coberturas que realizou durante as Jornadas de Junho, como ficaram conhecidas naquele ano as grandes manifestações ocorridas em todo o país, inicialmente contra o aumento das tarifas de ônibus, tendo posteriormente alargado as reivindicações em diferentes pautas, com repercussões no cenário político desde então. A principal característica do trabalho da Mídia Ninja é a produção de conteúdo a partir de uma lógica colaborativa.

Até meados de 2020, período de delimitação desta pesquisa, a Mídia Ninja era composta por grupos de pessoas que moravam em duas casas coletivas localizadas em São Paulo e Brasília, responsáveis por diferentes frentes estratégicas, como produção e postagem de materiais nas redes, desenvolvimento de novas tecnologias e articulações com movimentos sociais. A experiência também contava com a participação de colaboradores de diversas cidades brasileiras e de outros países – também chamados de “Ninjas” –, que contribuíram para ampliar a capilaridade da rede ao enviarem reportagens, sugestões de pautas, fotografias e coberturas de eventos. A Mídia Ninja apresentava 16 editorias, dentre elas indígenas, mulheres, negritude, LGBT, política, meio ambiente, internacional, segurança pública, economia, educação, comunicação, cultura, esportes, direitos humanos e movimentos sociais, além da editoria “40 redes”. Está última dizia respeito a todos os projetos lançados pela Mídia Ninja, como os Estudantes Ninja, Ninja Ambiental e Xepa, a rede de ativismo alimentar das casas coletivas.

A rede dos Estudantes Ninja foi lançada em maio de 2019, a partir de uma chamada realizada em suas redes sociais aos estudantes brasileiros interessados em cobrir os atos que ocorreriam naquele mês em prol da educação pública. Devido à grande quantidade de pessoas inscritas, foi possível fazer coberturas dos atos 15M e 30M que ocorreram simultaneamente em cerca de 500 cidades do país. As manifestações também ficaram conhecidas como "Primeiro" e "Segundo Tsunami da Educação".

Para o enfrentamento às políticas do governo Bolsonaro na área de educação, os “Ninjas” mobilizaram um aparato comunicacional com a veiculação de uma diversidade de produções provenientes de coberturas fotográficas, vídeos e reportagens. A partir do aumento no fluxo de informações, tornou-se necessário um número maior de pessoas participando das etapas de publicação nas redes, que incluíam desde o recebimento dos conteúdos até a sua publicação, passando pela edição, elaboração de legendas para as postagens no Instagram e Facebook e apuração das informações. Esse foi o caso do primeiro e do segundo dia de cobertura dos atos contra os cortes na educação realizada pelos Estudantes Ninja/ Mídia Ninja. Foram mais de 770 publicações somente no Instagram dos Estudantes Ninja e cerca de 10 milhões de usuários alcançados.

A atuação da rede não se encerrou com o fim das manifestações. Depois dos atos, permaneceu viabilizando debates sobre a conjuntura político-educacional sob o ponto de vista de quem vivenciava o dia a dia das instituições públicas de ensino por meio de diferentes linguagens, desde a escrita até a audiovisual. A título de ilustração, um dos trabalhos desenvolvidos foi a produção, durante um ano, de um programa semanal de entrevistas no YouTube com professores, pesquisadores e estudantes. Sistema de cotas, a atuação de professores LGBTQIA+, a presença de pessoas com deficiência nas Instituições de Ensino e as experiências de Educação na Amazônia foram assuntos debatidos neste programa.

Com o aumento de disputas enunciativas na internet que podem ser compreendidas a partir da ideia de “guerra em rede” – guerra de baixa intensidade travada pelo Estado e grupos organizados em rede que usam estratégias mediante a utilização de novas tecnologias e comunicação distribuída (Malini; Antoun, 2013) –, são construídas a todo instante ideias comunicacionais para se contrapor aos discursos dominantes. A internet, desde o seu início, foi campo de confrontos por diferentes classes sociais, mas principalmente por aquelas com poder de participação política. A internet, antes criada

para ser uma máquina de combate para os militares, foi aos poucos sendo apropriada por micropolíticas que a tornaram uma grande zona de cooperação social.

Mas foi tomada de assalto por micropolíticas estranhas, fazendo da rede um meio de vida e uma máquina de cooperação social, por intermédio da multiplicação de grupos de discussão na usenet e nas BBSs (de quem as atuais redes sociais se originam), tornando a então Arpanet um dispositivo de produção de relações, de afetos, de cooperação e de trocas de conhecimentos micropolíticos, e não apenas um meio de transporte de informações científicas, financeiras e militares (Malini; Antoun, 2013, p.17).

### **Das redes às ruas**

Os projetos lançados pela Mídia Ninja fazem parte de uma comunicação que funciona em uma lógica pós-massiva, de muitos para muitos, o que significa dizer que são muitos emissores e receptores. Essa forma de produção diminui a mediação dos partidos políticos e do jornalismo praticado na grande mídia, valorizando a pluralidade de fontes de informação e o desencadeamento de um processo mais participativo da sociedade civil. No entanto, ainda que houvesse um movimento de maior participação política entre os cidadãos para garantir seus direitos por meio do uso de mídias alternativas que se colocam como resistência democrática, é necessário, para que se efetive a participação, que as pessoas tenham determinados conhecimentos prévios, como capital tecnológico-informacional, político e econômico que se relacionam com a formação social, cultural e educacional do indivíduo (Silva; Bragatto; Sampaio, 2016).

Em novembro de 2019, ocorreu um grande festival de ativismo na nova sede da Mídia Ninja em São Paulo, a Nave Coletiva. O grupo normalmente utiliza este tipo de evento para reunir grande parte dos seus colaboradores de forma a continuar produzindo experiências em redes. Músicos, políticos, estudantes, atores, jornalistas, fotógrafos e ativistas foram convidados para debater temas diversos e mostrar os trabalhos que realizam. A participação nesses momentos acabou por transcender o significado de “rede” e desmistificar a ideia de que ela só precisa do ambiente virtual para se manter ativa.

Não há qualquer pretensão no midialivrismo de ser mediador de algo ou alguém, senão radicalizar o princípio da “ação direta” que caracteriza a Internet. Ou seja: que cada subjetividade se arrisque a produzir seu movimento na rede. Os midialivristas são sujeitos aparelhados e interfaceados (em sites, blogs e perfis em redes sociais, etc.) que buscam, fora do modus operandi dos veículos de massa,

produzir uma comunicação em rede que faz alimentar novos gostos, novas agendas informativas e novos públicos, alargando assim o espaço público midiático, porque consegue hackear a atenção de narrativas que antes se concentravam no circuitão de mídia. O midialivrismo é tipicamente a manifestação de uma monstruosidade comunicacional: são desenvolvidos por uma “pessoa qualquer” ou por pequenos “coletivos” que, por produzir intensa diferença nos modos típicos de narração da mídia de massa sobre os acontecimentos, logo se alçam como pequenas celebridades de nicho, tendo, deste modo, de arcar com uma dupla dificuldade: produzir diferença e evitar, constantemente, a captura espetacular de sua forma de vida. (Malini; Antoun, 2013, p.24).

Por meio de estudos práticos e participações em eventos dos Estudantes Ninja e da Mídia Ninja, constatamos a importância dos encontros presenciais na construção de uma rede ativa e permanente. Atividades como o festival supracitado ou reuniões quinzenais nas casas coletivas, chamadas de Reunião Agenda Ninja, apresentaram-se como uma das principais ferramentas de sensibilização dos colaboradores para que continuassem produzindo conteúdo, proporcionando assim a expansão da rede para além dos nichos aos quais já estavam vinculados. Portanto, percebe-se que a construção, consolidação e permanência de uma rede dependem de fatores variáveis que não são encontrados somente no meio digital. Os encontros e “ao vivo” permanecem como vetores fundamentais para o fortalecimento de uma relação que é sustentada através da colaboração coletiva.

Não obstante, procuramos compreender o fenômeno do "ao vivo" que se tornou marca da Mídia Ninja e de suas 40 redes. Para isso, a presente pesquisa acompanhou em Brasília a cobertura feita pelos Estudantes Ninja durante os cinco dias da 57ª edição do Congresso Nacional da UNE (União Nacional dos Estudantes), que ocorreu em julho de 2019. A cobertura contou com estudantes de todo o Brasil que fizeram entrevistas transmitidas por *live* no Facebook com lideranças e profissionais como Guilherme Boulos, do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST), e a jornalista Flávia Oliveira. Elas aconteciam em um *stand* montado especialmente para receber esses convidados.

Ao acompanhar a cobertura, foi possível perceber que a divisão de tarefas entre os “Ninjas” era necessária para a transmissão em tempo real. Se a estrutura técnica ainda é uma questão sensível para as mídias alternativas por conta das limitações de financiamento, chamou a atenção o arcabouço de conhecimento que aquelas pessoas detinham sobre o fazer "ao vivo" em plataformas digitais. Entre as atribuições havia o

responsável por fazer os *stories* no Instagram, por escrever matérias sobre o evento para postagem no site, por entrevistar os convidados para a transmissão no Facebook e YouTube e até por organizar o almoço dos demais colaboradores.

### **Explorando as brechas: a produção de contrassentidos no debate público**

A partir do diálogo entre as entrevistas, imersões e revisão de literatura foi possível perceber as potencialidades sobre essas redes de comunicação mais independentes. Em *Estéticas Insurgentes e Mídia-Multidão*, Bentes (2014) afirma que a Mídia Ninja chegou a pautar a grande mídia, em determinadas ocasiões, por meio da comunicação em tempo real.

A Mídia Ninja passou a pautar a mídia corporativa e os telejornais ao filmar e obter as imagens do enfrentamento dos manifestantes com a polícia, a brutalidade e o regime de exceção (policiais infiltrados jogando coquetéis molotov, polícia à paisana se fazendo passar por manifestantes violentos, apagamento e adulteração de provas, criminalização e prisão de midiativistas, estratégias violentas de repressão, gás lacrimogêneo e balas de borracha etc). (Bentes, 2014, p.332).

Contudo, vale salientar que a mídia corporativa ainda pauta parte dos assuntos abordados pelos veículos alternativos. Movimento este que se intensificou com a chegada da pandemia do coronavírus ao Brasil no início de 2020, uma vez que a doença gerou a suspensão das aulas presenciais dificultando a busca por pautas pelos Estudantes Ninja, muitas vezes advindas das suas próprias vivências no dia a dia nas instituições de ensino. A especificidade da comunicação realizada pelos Estudantes Ninja estava no tipo de enquadramento conferido às notícias. Um exemplo foi a cobertura realizada pela rede sobre a passagem conturbada de Carlos Alberto Decotelli, homem negro, pelo Ministério da Educação em junho daquele ano. Decotelli renunciou ao cargo cinco dias após a sua nomeação pelo presidente Jair Bolsonaro, após serem detectadas informações incorretas em seu currículo.

Na contramão da cobertura racista realizada pelos grandes veículos de comunicação comercial, os Estudantes Ninja construíram novas narrativas e consensos sobre a pauta em questão. Optou-se pela elaboração de uma sequência de *cards*<sup>5</sup> para o

---

<sup>5</sup> Cards são publicações que normalmente contêm imagens e textos apresentados em formato retangular.

Instagram que demonstravam, na verdade, a má gestão da pasta pelo presidente Bolsonaro desde o início do seu mandato ao escolher representantes desqualificados para o MEC. A opção de não tratar o caso de Decotelli de forma isolada surgiu a partir de sugestões dos estudantes negros da rede. O questionamento balizador da decisão foi “Os outros ministros do Governo Bolsonaro – pessoas brancas – que também mentiram sobre os seus currículos foram tratados da mesma forma que Decotelli?”. A resposta foi negativa.

Embora haja perfis diversos de alunos na rede que pautam assuntos politizando suas sensações (Bentes, 2014, p.339) – agir e informar com base nas suas percepções de mundo – um dos maiores desafios para Pâmela Ortiz, membro, na ocasião, da frente Redes dos Estudantes Ninja e da Mídia Ninja, era fazer com que todos se sentissem representados nos trabalhos realizados por esses veículos, “da pessoa com deficiência à mulher trans preta”, comentou.

De forma a tentar abranger as micropolíticas que surgem a partir das demandas da sociedade, os Estudantes Ninja também se apresentavam como uma grande janela de visibilidade a temáticas historicamente criminalizadas. Sobre o trabalho realizado, Ortiz esclarece:

Temos o objetivo de contar a história para as pessoas de forma que elas entendam e que isso chegue no interior do Brasil. Por exemplo: o que está acontecendo no Congresso que está proporcionando a intensificação das desigualdades no país? Como podemos falar isso para as pessoas? A nossa disputa não é só da pauta, é também uma disputa de sociedade<sup>6</sup>

Ainda que munidos de pautas, ideias e esforços coletivos, os Estudantes Ninja tentaram fazer frente ao desafio do processo de retroalimentação de notícias para as chamadas “bolhas” sociais. De modo a superar esse risco, as *hashtags* puderam ser vistas em todas as publicações do grupo no Instagram. Esse método foi aplicado na tentativa de aumentar o alcance das postagens para públicos de múltiplas regiões. O processo de crescimento da capilaridade das publicações não contou com o pagamento em dinheiro em alcance nas plataformas digitais. De fato, há um hackeamento – apropriar-se para subverter (Bentes, 2014, p.332) – dessas ferramentas na medida em que a bolha é furada sem ter sido realizado nenhum investimento, a não ser de forma orgânica. Páginas de instituições de ensino e perfis de *influencers*, seguidores da rede, também contribuíram

---

<sup>6</sup> Entrevista com a jornalista realizada em 26 de julho de 2020 pela plataforma Google Meet.

para a propagação das informações por meio do método de *repost*, ou seja, a republicação da postagem de outra conta, mantendo os créditos.

### Plataformas e financiamento

O Instagram foi a principal rede social de divulgação do trabalho dos Estudantes Ninja. Outras plataformas, como Telegram e Facebook, foram usadas como meios de mobilização para a produção dos conteúdos que desencadearam *posts* no Instagram. Quatro grupos no Telegram pertencentes à rede interagiram entre si até o objetivo final. O primeiro, “Estudantes NINJA”, com 278 pessoas, no qual os integrantes puderam sugerir pautas, continha todos aqueles inscritos na iniciativa. Neste espaço também eram divulgadas as notícias publicadas no Instagram da rede, em modelo de lista de transmissão. O segundo grupo, “Radar Estudantes NINJA”, contava com 22 membros, entre Estudantes Ninja e Mídia Ninja, e funcionava como um captador de notícias com o objetivo de acumular informações com potencial de se tornarem pautas. Já o “Redes Estudantes NINJA” concentrava o fluxo de produção, com debates sobre as abordagens dadas em cada notícia. As revisões dos textos e as criações das imagens eram feitas neste grupo. Para que as interações fossem mais assertivas, esse espaço dispunha apenas de sete membros, a maioria moradora da região Nordeste do país. A regionalidade permitia que as notícias fossem construídas a partir de olhares atentos para questões de caráter sociopolítico e cultural, evitando a disseminação de estereótipos. Por fim, “Posts Estudantes NINJA”, espaço onde eram agrupadas as publicações já finalizadas e revisadas para publicação no Instagram. Um dos membros do grupo de sete pessoas citado anteriormente, após receber o sinal positivo da editora-chefe, realizava o *post* na plataforma. Portanto, o caminho desde a escolha da pauta até o seu agendamento foi trilhado de maneira completamente virtual por meio de experiências em rede.

Nesse contexto de colaborações diversas, a Mídia Ninja era financiada, no recorte temporal definido nesta pesquisa, pelo sistema de *crowdfunding* (financiamento coletivo) e organizações internacionais “que se interessam em custear a formação de novos agentes de comunicação e a produção de conteúdos ligados às questões socioambientais e culturais”, como destacado em seu site.

Em entrevista, Pâmela Ortiz informou que as colaborações poderiam ser em forma de doação de tempo (o colaborador) ou investimento em dinheiro para a melhoria de

equipamentos. Para esta primeira possibilidade – a atuação do colaborador – evidencia-se uma questão que deve ser analisada com atenção. A proposta dos Estudantes Ninja é integrar os diferentes agentes sociais na defesa de uma educação pública, gratuita e de qualidade. A força distribuída de pessoas para fortalecer tal propósito demanda tempo, estrutura tecnológica e arcabouço teórico. Ainda que a rede adotasse, na ocasião, um modelo que não remunerava os seus colaboradores, a ausência de remuneração poderia se exteriorizar em forma de desestímulo para parte da equipe. No livro *Os Novos Bárbaros: A aventura política do Fora do Eixo*, Savazoni (2014) explica que um banco de estímulos é o principal mecanismo para fazer com que esses integrantes mantenham a sua Felicidade Interna Bruta (FIB) alta. No caso dos Estudantes Ninja, esse banco de estímulos é concretizado através de palestras e aulas que ficam a cargo da Universidade Ninja, realizadas, na ocasião, todas às quartas-feiras com os então parceiros(as) da Mídia Ninja, dentre eles Djamilia Ribeiro, Guilherme Boulos e Sonia Guajajara, além de reuniões semanais com membros das 40 redes da Ninja, acompanhadas de festas e shows online por se considerar o contexto da pandemia de Covid-19 no país. Entretanto, a iniciativa não implicava em remunerações e não garantia necessariamente o engajamento dos estudantes. Ela se apresentava apenas como uma possibilidade de fortalecimento da rede.

Entre as ações de estímulo, está conviver em um processo de trocas com um “corpo docente” formado por figuras de ponta do pensamento e da ação cultural no país, como artistas, professores universitários, ativistas, jornalistas etc. Esse “corpo docente” é justamente articular-se pela universidade aberta que o Fora do Eixo criou. (Savazoni, 2014, p.27).

### Considerações finais

Se as novas narrativas trazem a possibilidade de maior participação da sociedade civil e propõem dar visibilidade às lutas sociais por meio de suas produções, afirmando as diferentes identidades e histórias, ao mesmo tempo revelam algumas problemáticas. Partimos do pressuposto que desvendá-las possibilita a construção de uma comunicação que pode contribuir cada vez mais para a garantia do funcionamento da sociedade em bases mais democráticas.

E diferentemente dos veículos tradicionais de imprensa, que são meios de informação, o que a biopolítica da multidão online tem empregado é a transformação das mídias sociais em mídias de coordenação. E mais

do que isso, a “narrativa dos muitos”, com uso de hashtag, ultrapassa e reinventa a noção breaking news. Ela traz a autonomia para o modelo da mídia online, porque faz da vida e da história as condutoras do tempo real, ao não paralisar o tempo, mas apropriar-se dele e reterritorializá-lo com a narrativa coordenadora da ação coletiva. As lutas atuais revelam transformações curiosas para o comportamento dos indivíduos e das populações em termos das expectativas geradas pelas ciências sociais e políticas. São lutas em que a informação como catalisadora do afeto das populações revela-se fator determinante na condução das ações e paixões, pondo os movimentos sociais sob a forte influência das expressões incorporais. (Malini; Antoun, 2013, p.189).

Os esforços realizados desde o início desta pesquisa têm como principal objetivo a troca de conhecimentos com comunicadores diversos que compreendem o jornalismo como uma ferramenta também de garantia dos direitos fundamentais. Examinar e buscar compreender as problemáticas existentes é estar aberto para novos caminhos na área. Procuramos demonstrar a atuação de estudantes brasileiros a partir da apropriação das plataformas digitais.

Na entrevista semiestruturada buscamos mapear os principais desafios de articular uma rede que propõe se contrapor ao trabalho realizado pelas mídias corporativas, ao mesmo tempo lidando constantemente com adversidades decorrentes do financiamento. Por esse método, observou-se que os Estudantes Ninja se caracterizam como trabalho colaborativo que supera os contratempos por meio da mobilização de pessoas que, ao compartilharem os próprios conhecimentos, apontam para novas possibilidades a serem empregadas. Já a diversificação dos colaboradores mais ativos da rede, que em sua maioria são do Norte e Nordeste, permite que o processo de produção de notícias tenha um olhar mais atento à questão da representatividade.

Já com a observação empírica, foi possível examinar a relação conteúdo e formato, além da capilaridade da rede tendo como foco mais específico a compreensão das estratégias e táticas discursivas utilizadas para comunicar. Ao transcodificar mundos (Bentes, 2014), os Estudantes Ninja se apropriam de diferentes plataformas digitais para agirem na defesa dos direitos humanos por meio da comunicação no ambiente virtual associada ao ativismo. Sobre a ideia da comunicação como espaço de disputas de consensos, o estudo de autores citados ao longo deste trabalho permitiu resgatar o início do ciberativismo no mundo, e ademais, a democracia digital acerca dos avanços dos ideários democráticos a fim de promover um modelo de comunicação de conversação política digital e ações coletivas online (Silva; Bragatto; Sampaio, 2016).

Esperamos contribuir assim para os estudos sobre as mídias alternativas ao compartilhar as estratégias de comunicadores do Mídia Ninja. Do mesmo modo, buscamos ampliar as discussões sobre democratização da informação, visto que a apropriação do ambiente virtual por estudantes possibilitou a produção de uma comunicação que parte de uma disputa narrativa e de sociedade. Isso significa dizer que a Comunicação e o Jornalismo se reformulam cada vez que alguém os utiliza a fim de impedir a violação de direitos a partir de experiências que circulam nas redes e, também, nas ruas.

### Referências

ALMEIDA, Thiago; EVANGELISTA, Amanda. **Tecnologias móveis, mídias independentes e coberturas de mobilizações sociais urbanas: as influências do “midialivrismo” na sociedade midiaticizada.** Alagoas: II Colóquio Semiótica das Mídias, 2013, p. 1- 13.

ALVES, Yago Modesto; BITAR, Marina Parreira Barros. **Novas formas de financiamento no jornalismo sem fins lucrativos.** Prisma.com, 2017, p. 72-89.

BENTES, Ivana. **Estéticas insurgentes e mídia-multidão.** Rio de Janeiro: Liinc em Revista, v.10, n.1, 2014, p.330-343.

CAPOBIANCO, Janaína; BARROS, Leandra. **O fazer jornalístico: processos da notícia em mídias independentes digitais.** Santa Catarina: 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018, p.1-10.

COUTINHO, Eduarda Granja (Org.) **Comunicação e Contra Hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

MACEDO, Marcelo. **Sobre as formas de designar o universo da comunicação voltada para a promoção da democracia.** p. 1-17.

MALINI, Fábio; HENRIQUE, Antoun. **@Internet e #Rua: Ciberativismo e mobilização nas redes sociais.** Porto Alegre: Sulina, 2013, p.9-263.

MANZINI, Eduardo José. **A entrevista na pesquisa social.** Didática, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1990/1991.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária.** Artigo Intercom, 2006.

SAVAZONI, Rodrigo. “O fora do eixo” e “Organização Política” *In: Os novos Bárbaros: a aventura política do fora do eixo.* Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014, p. 9-253.

SILVA, Silvado; BRAGATTO, Rachel; SAMPAIO, Rafael (Orgs.). **Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016, p. 7-419.