

ARTIGO

VÍDEO-ATIVISMO:

práticas digitais para narrar os movimentos sociais durante a Copa do Mundo da FIFA (2014)

Copyright © 2017
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

ANA LÚCIA NUNES DE SOUSA
Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

RESUMO - Este artigo pretende analisar as práticas midiáticas ativistas – desenvolvidas no contexto das manifestações durante o Mundial de Futebol da FIFA, em 2014 – e suas possíveis consequências para as práticas jornalísticas. Naquele momento, surgiram diversos grupos que utilizavam a câmera e o ciberespaço como ferramenta de luta política. A rede se transformou em uma extensão da praça pública. Por meio de observação participante, entrevistas semiestruturadas, métodos digitais e uma base de dados de vídeos produzidos entre junho e julho de 2014, apresentamos as principais características desse tipo de ativismo, abordando suas relações com o ciberespaço, sua metodologia de trabalho e como as práticas influenciaram o jornalismo contemporâneo. Os vídeo-ativistas criaram rotinas produtivas influenciadas pelo jornalismo, mas se afastaram de muitas das práticas profissionais utilizadas no campo. Entretanto, o vídeo-ativismo, como fenômeno midiático, também foi capaz de inserir modificações nas práticas e formatos jornalísticos.

Palavras-chave: Brasil, jornalismo, protesto, redes sociais na internet, vídeo-ativismo.

VIDEO ACTIVISMO: prácticas digitales para narrar los movimientos sociales durante la Copa del Mundo de la FIFA (2014)

RESUMEN - Partiendo de una discusión sobre el videoactivismo, este artículo pretende analizar las prácticas mediáticas activistas – desarrolladas en el contexto de las protestas durante el Mundial de Fútbol de la FIFA, en el 2014 – y sus posibles consecuencias para las prácticas periodísticas. En aquel momento emergieron, principalmente en Río de Janeiro, diversos grupos que utilizaban la cámara y el ciberespacio como herramienta de lucha política. La red se transformó en una extensión de la plaza pública. A través de la investigación participativa, entrevistas semi-estructuradas, métodos digitales y una base de datos de vídeos producidos entre junio y julio del 2014, presentamos las características de este tipo de activismo, abordando sus relaciones con el ciberespacio, su metodología de trabajo y cómo estas prácticas influyeron en el periodismo contemporáneo. Los videoactivistas crearon rotinas productivas influenciadas por el periodismo, pero también se alejaron de muchas de las prácticas profesionales utilizadas en el campo. Entretanto, el video activismo, como un fenómeno mediático, fue capaz de inserir cambios tanto en las prácticas como en los formatos periodísticos.

Palabras clave: Brasil, periodismo, protestas, redes sociales en Internet, videoactivismo.

VIDEO ACTIVISMO: práticas digitais para narrar los movimientos sociales durante la Copa del Mundo de la FIFA (2014)

ABSTRACT - This article aims to analyse the media activist practices – developed in the context of the FIFA World Cup protests, in 2014 – and their possible consequences for journalistic practice. At that moment, in Rio de Janeiro, various groups had emerged, using cameras and cyberspace as political tools. Their network became an extension of the public square. Through participant observation, semi-structured interviews, digital methods and a video database created between June and July of 2014, the characteristics of this type of activism are presented, examining the activists' relationship with cyberspace, their work methodology and how these practices influenced contemporary journalism. Video activists created productive routines influenced by journalism but rejected some of the professional practices used in the field. However, video activism, as a media phenomenon, was capable of instigating changes in the journalistic practice and formats.

Key words: Brazil, journalism, riots, social networking sites, video activism.

1 Introdução

Nos últimos anos, temos assistido a transformações profundas e cada vez mais rápidas no que se refere aos equipamentos tecnológicos e sua relação com a vida cotidiana. Passamos de uma sociedade na qual predominavam os laços pessoais para uma hiperconectada, na qual tudo é fotografado, gravado e narrado nos sites de rede social. A partir de 2011, as ruas e praças de várias cidades foram tomadas por protestos, revoltas e manifestações que reivindicavam mais democracia. Ao mesmo tempo, o ciberespaço foi inundado por imagens desses protestos, criadas por pessoas comuns com telefones móveis ou câmeras portáteis. Estas pessoas desejavam compartilhar o que os grandes meios de comunicação não estavam transmitindo; narrar sua versão dos fatos; ou simplesmente possuíam uma câmera quando os fatos ocorreram.

Filmar movimentos sociais, disponibilizar e compartilhar os conteúdos em redes sociais na internet não é um fenômeno novo (CHANAN, 2011; ATTON, 2002; DOWNING, 2001). Pelo menos

desde 1999, com o nascimento do Indymedia, durante os protestos antiglobalização em Seattle (EUA) (ATTON, 2013; PICKARD, 2006), a prática vem sendo desenvolvida, seguindo a nova onda dos movimentos sociais (ASKANIUS, 2012; BRUCKMANN Y SANTOS, 2005; JONG, W., SHAW, M., STAMMERS, N., 2005).

Esse tipo de prática comunicativa e ativista se tornou mais comum na contemporaneidade. Movimentos sociais como a Primavera Árabe (CASTELLS, 2012; SKINNER, 2011); Occupy Wall *Street* nos Estados Unidos, (CASTELLS, OP.CIT; Juris, 2012; Mcdonald, 2015); 15M, na Espanha, (TORET, 2013); Yosoy132, no México (CÁCERES Y ACOSTA, 2013); Gezi Park, na Turquia (DAGI, 2013); Protestos de Junho, no Brasil (ESTANQUE, 2014; RECUERO, R., BASTOS, B.; ZAGO, G., 2014) e a Revolução dos guarda-chuvas, na China (HARP et al., 2012) foram transmitidos ao vivo pelas câmeras cidadãos e, principalmente, por coletivos formados por ativistas que utilizavam o vídeo como ferramenta de luta.

Em junho de 2013, protestos multitudinários tomaram as ruas no Brasil. Essas práticas comunicativas se multiplicaram a níveis expressivos no país. O ciberespaço (LÉVY, 1999; 2014) transformou-se na principal arena para a comunicação criada pelos movimentos sociais, especialmente o site de rede social Facebook. Os ativistas criaram mais de trezentas *Fanpages* nesta rede social, objetivando contrainformar sobre o movimento. Os vídeos dos protestos viralizavam rapidamente e, assim, uma rede foi sendo criada, composta por coletivos e indivíduos que ficaram conhecidos como “vídeo-ativistas”. Ao mesmo tempo, a relação entre jornalistas profissionais, que trabalhavam para os grandes meios de comunicação, e os movimentos sociais se tornaram conflitivas. Devido a isso, a cobertura das manifestações pelas empresas comerciais de comunicação no Brasil começou a experimentar mudanças em alguns aspectos, que ocorreram em duas direções, principalmente: 1) realizando a cobertura dos protestos “de fora”; 2) utilizando o mesmo formato do vídeo-ativismo.

Este artigo pretende refletir sobre o papel das práticas midiáticas vídeo-ativistas nos protestos realizados na cidade do Rio Janeiro, assim como compreender as características da metodologia de realização criada nesse contexto e em que medida as práticas jornalísticas foram modificadas pelo vídeo-ativismo.

2. Metodologia

Os resultados apresentados neste artigo provêm do cruzamento metodológico entre os métodos digitais (RIEDER, 2013); metodologias qualitativas, incluindo entrevistas semiestruturadas e observação participante (BRANDÃO, 1984); e da análise dos vídeos (SOUSA; MAIA, 2016; SOUSA, *forthcoming*) produzida pelos coletivos ativistas que foram acompanhados nesta pesquisa.

Os procedimentos metodológicos desenvolvidos neste trabalho partem do mapeamento dos grupos vídeo-ativistas mais ativos online e offline, no contexto dos protestos contra o Mundial de Futebol da FIFA, em 2014, no Rio de Janeiro (Brasil). O dispositivo envolveu o uso de uma matriz que relaciona as curtidas nas páginas de fãs no Facebook, o número de vídeos publicados, os seguidores nos respectivos canais do *YouTube* e a presença nas ruas durante os protestos – considerando o período entre junho de 2013 e os dias anteriores ao trabalho de campo.

Os resultados qualitativos são baseados, principalmente, na observação participante, entrevistas realizadas com os vídeo-ativistas e uma *database* de vídeo, contendo o material produzido pelos dez coletivos de vídeo-ativismo. A observação participante foi conduzida entre nove de junho e 15 de julho de 2014, incluindo a participação nas atividades diárias dos ativistas. Assim, acompanhamos encontros, workshops de treinamento e o processo completo de realização audiovisual dos protestos. A observação foi registrada em vídeo e em diário de campo. Três grupos, dos dez iniciais, com diferentes enfoques foram selecionados para um acompanhamento mais profundo pela pesquisadora.

1) Rio40caos, um coletivo focado na produção de *advocacy video*¹;

2) Coletivo Carranca, um coletivo centrado na transmissão via streaming;

3) Jornal *A Nova Democracia*, e outro grupo que trabalhava com reportagens e notícias.

Simultaneamente, foram conduzidas entrevistas semiestruturadas com 20 ativistas, que também foram filmadas. As entrevistas seguem os pontos-chave da pesquisa (sendo alguns deles a metodologia de trabalho, identidade, narrativas, estética), mas estabelecem um diálogo livre entre pesquisadora e ativistas. Finalmente, as entrevistas em português foram transcritas, codificadas em números para garantir confidencialidade, e processadas, utilizando o software Nvivo para categorizá-las.

Os resultados quantitativos são baseados nos métodos digitais, com a utilização do Netvizz, Gephi, do software Nvivo e do YouTube Data Tools para capturar, analisar e visualizar os dados do Facebook, YouTube e TwitCasting. Os dados do Facebook foram coletados entre junho e julho de 2014, como o número de curtidas nas páginas de fãs, *posts* e comentários dos usuários. Em relação ao YouTube e TwitCasting, foram coletados o número de seguidores, vídeos e interações (curtidas, comentários, etc.) de cada canal. Finalmente, uma *database* foi construída com todos os vídeos produzidos entre os dez grupos do corpus inicial, resultando em 166 vídeos.

3. Vídeo-ativismo: sempre ao lado dos movimentos sociais

Quando as práticas comunicativas relacionadas ao vídeo e aos movimentos sociais são abordadas, a partir de um ponto de vista empírico, pode-se encontrar relatos de diversas experiências e com a utilização de conceitos diversos para nomeá-las. Vídeo participativo (LUNCH e LUNCH, 2006; SHIRLEY, 2003; JOHANSSON, 1999), vídeo para o desenvolvimento, *radical video*, vídeo alternativo, vídeo comunitário, vídeo guerrilha, *advocacy video* (ASKANIUS, 2014; PASQUINELLI, 2002), vídeo de combate (Bustos, 2006), etc.

Este trabalho estará centrado conceitualmente no vídeo-ativismo, por mais que a literatura acadêmica não tenha chegado a uma terminologia estabilizada para defini-lo, como afirmam Mateos e Rajas (2014). Harding (2001), Widginton (2005) e Mateos e Rajas (2014) oferecem uma visão ampla sobre a questão. Harding (2001, p. 1) argumenta que o vídeo-ativista é “quem usa o vídeo como uma ferramenta tática para lutar por justiça social”, fazendo uso da câmera como um poderoso instrumento político. De acordo com Widginton (op. cit.), o vídeo-ativista está envolvido com ativismo diariamente, usando a câmera para defender a justiça e a mudança social, desenvolvendo uma relação próxima e de suporte à comunidade ativista. Mateos e Rajas (2014) focam no vídeo-ativismo como processo, identificando-o com as práticas utilizadas como recursos de intervenção política com finalidade transformadora, utilizadas por atores subalternos. Outras pesquisas, no entanto, focam em aspectos mais específicos ao analisar o conceito. Para Zarzuelo (2012), por exemplo, o nó central é a posição do vídeo-ativista no conflito. Segundo a investigadora, o vídeo-ativista está dentro da ação coletiva e também forma parte dela

como militante. Wilson e Tanya (2010) consideram vídeo-ativistas “as pessoas que usam o vídeo como uma ferramenta para frear a violência policial, documentar abusos e outras más condutas policiais e de outras autoridades, além de tentar influenciar a agenda política”. Para Pasquinelli (2002), o vídeo-ativismo nasce da impossibilidade de ser parte dos grandes meios informativos. Com as câmeras, os ativistas podem evitar as omissões e manipulações por parte dos grandes meios, utilizando a tecnologia para tal fim.

Esta breve revisão teórica sugere que a literatura acadêmica considera o posicionamento político como fator-chave para definir o processo vídeo-ativista. Mateos e Rajas (2014) chamam a atenção para o fato de que o centro definidor da atividade é o tipo de prática, ou seja, processo, e não o produto. Assim, dentro da categoria de vídeo-ativismo podem ser incluídas várias práticas, em diferentes gêneros e formatos, que são projetadas em diferentes plataformas, como os cine-fóruns, oficinas de formação em audiovisual, TVs de rua, videoarte, cinema e produções em vídeo, reportagens, transmissões ao vivo, etc. Entretanto, no contexto desta pesquisa, nos interessamos especificamente pelo vídeo-ativismo que se desenvolve entre a rua – nos protestos sociais – e no ciberespaço. Assim, na próxima seção serão abordadas algumas características desse tipo de prática comunicativa.

3.1 Vídeo-ativismo online: da rua aos sites de redes sociais

No passado, as imagens produzidas pelo vídeo-ativismo estavam, geralmente, destinadas a projeções privadas, muitas vezes apenas no âmbito dos movimentos sociais. Algumas vezes, era possível realizar projeções públicas principalmente as realizadas pelas televisões de rua e, ainda em menor medida, ocorriam transmissões por cabo ou televisão aberta, em canais comunitários.

A primeira grande onda do vídeo-ativismo, em Seattle (1999), foi marcada pela conexão entre o vídeo e a internet. De acordo com Pasquinelli (2002), este primeiro grande furacão mídia ativista e o próprio nascimento do Centro de Mídia Independente (Indymedia) haveria sido impossível sem essa união. A partir desse momento, “a guinada às redes sociais online, a difusão da internet, e a acessibilidade da telefonia móvel” (WELLMAN e RAINIE, 2013, p. 1) modificaram profundamente as práticas sociais e comunicativas e, em particular, o vídeo-ativismo. Atualmente, o fato de que cada vez mais pessoas tenha acesso a dispositivos móveis,

tecnicamente preparados para filmar e se conectar à internet, em alta qualidade, está introduzindo importantes mudanças no processo. Portando um telefone móvel, conhecimentos básicos de filmagem, edição e *upload* ou *streaming*, qualquer cidadão ou ativista pode usar o vídeo como ferramenta para promover a justiça social.

Atualmente, os protestos sociais urbanos são filmados minuto a minuto, em cada centímetro da cidade por um exército vídeo-ativista (PASQUINELLI, 2002); e transmitidos ao vivo por *streaming* ou compartilhados nas redes sociais online, como Facebook, YouTube e Vimeo. Essas plataformas modificaram as estruturas de produção e circulação das imagens criadas pelo vídeo-ativismo. A internet foi apropriada por várias organizações e movimentos sociais, possibilitando a distribuição de conteúdo para uma audiência global. Dessa forma, o vídeo-ativismo contemporâneo está se movendo, cada vez mais, para o espaço virtual.

3.2 Um olhar sobre o vídeo-ativismo no Rio de Janeiro

Ainda que os protestos tenham sido observados em todas as regiões do país, o vídeo-ativismo foi mais organizado em algumas cidades, em particular no Rio de Janeiro. Os grupos e coletivos se formaram rapidamente, mas também participaram da rede de ativistas independentes que não se vinculavam organicamente a nenhum grupo específico. Nesta pesquisa, foram realizadas 20 entrevistas semiestruturadas, incluindo ativistas dos grupos mais ativos da cidade, além dos ativistas independentes² já mencionados.

A entrevistada I-8, participante de vários coletivos, como o jornal *A Nova Democracia* e Coletivo Mariachi, explica como a gênese do movimento vídeo-ativista foi natural:

No início, eu filmava sozinha. Não conhecia ninguém. Uma vez, encontrei um grande amigo na manifestação. Ele também estava filmando. E depois fui conhecendo todo mundo. Aí começou esta dinâmica em que todos começaram a se conhecer e, cada vez que havia uma ação, as pessoas entravam em contato por mensagens no telefone ou no Facebook. Então este grupo, que era de mais de umas 30 pessoas, foi se transformando quase numa instituição (I-8, entrevista pessoal, 20 de agosto de 2015).

Em relação ao citado acima, esse “grande grupo”, entretanto, guarda certas singularidades, incluindo a definição como ativista ou vídeo-ativista. Entre os que ainda utilizam o conceito de militante está o entrevistado I-4, do *A Nova Democracia* (entrevista pessoal, julho

de 2014): “Eu sou um militante com uma câmera”. Já a entrevistada I-10 se vê como uma pessoa inconformada com as injustiças sociais: “Eu me vejo como uma ativista, como uma cidadã indignada. Há dias nos quais eu nem levo minha câmera” (entrevista pessoal, junho de 2014). Como Pasquinelli (2002), I- 1, do Coletivo Carranca, defende o conceito de mídia ativista “Eu gosto do conceito de mídia ativista porque pra mim todo mundo é um ativista. Nós somos atores políticos. O conceito é bom, mas hoje em dia é um pouco vago, já que ativista é qualquer coisa” (entrevista pessoal, junho de 2014).

Por mais que haja diferenças, observou-se, na prática, uma ação conjunta destes grupos nos protestos, durante a realização do trabalho de campo. Eles atuavam formando um bloco de ativistas (Figura 1), compartilhando práticas sociais e usando a câmera como uma arma de luta.

Figura 1 – Vídeo-ativistas nos protestos do Rio de Janeiro



Nota: Reprodução do Facebook. Fotografia de autor desconhecido, 1 maio de 2014.

Estas práticas comuns nos permitem listar algumas características gerais da produção vídeo-ativista durante os protestos contra o Mundial de Futebol da FIFA, no Rio de Janeiro, dentre as quais destacam-se:

1. Em relação ao tipo de material produzido, a maioria dos coletivos se dedica a realizar notas e informes jornalísticos

audiovisuais, e a fotografar; exceto pelos Coletivos Carranca, Vinhetando e Mídia Ninja, que também se especializaram na transmissão ao vivo (*streaming*) das ações;

2. No que se refere à configuração dos grupos durante os protestos, predomina a ação conjunta em momentos de tranquilidade (Figura 1); mas quando o conflito se acentua, procuram estar em duplas ou visíveis aos seus pares, para garantir a segurança de todo o grupo;

3. Como regra geral, usam credenciais de imprensa, com identificação pessoal e do coletivo pelo qual atuam;

4. Utilizam equipamentos individuais de proteção, como capacetes, colete salva-vidas, máscaras de gás, etc.

5. Durante os protestos, em geral, a forma de atuar os divide em dois grupos: os que se comportam como militantes com uma câmera nas mãos e os que se comportam como imprensa. O primeiro grupo, em muitos casos, está no meio, quando não são o centro do conflito com a polícia: gritam palavras de ordem, cantam, provocam e são provocados pelo aparato repressor estatal. O segundo grupo é mais moderado e tenta manter-se longe de conflitos, buscando em primeiro lugar garantir o cumprimento do seu trabalho como imprensa.

6. Profissionalmente, a maior parte dos vídeo-ativistas são jornalistas e cineastas. Entretanto, também é possível encontrar ativistas que, à margem da ação, desempenham outras profissões.

7. Com exceção do *A Nova Democracia*, um jornal de esquerda estabelecido há mais de dez anos no Rio de Janeiro, os outros coletivos são estruturas exclusivamente militantes.

8. Utilizam a internet e, principalmente, os sites de redes sociais como plataforma de organização, produção e disseminação de suas produções e ativismo político.

A vinculação entre práticas vídeo-ativistas e os sites de redes sociais na internet é um dos aspectos mais importantes para entender como esse tipo de ativismo foi desenvolvido durante os protestos de 2014. Alguns aspectos dessas práticas serão analisados na próxima seção.

3.3 A apropriação do Facebook e do YouTube pelo vídeo-ativismo no Rio de Janeiro

Em 2013, 49,4% da população brasileira estava conectada à internet. Destes, 54,7% acessavam a rede através dos aparatos móveis de comunicação, como tablets e telefones (IBGE, 2013). Entretanto, quando se

analisa a taxa de conexão entre os jovens, os dados indicam que 75,9% deles se conectam à rede regularmente; e entre aqueles com mais de 15 anos de estudo, a porcentagem chegava a 89,8%. A maior parte dos manifestantes em 2013-2014 eram jovens, entre os 14 e 29 anos de idade; 49% tinham entre dez e 15 anos de escolaridade, e 43% tinham entre 15 e 20 anos de estudos completos. Os manifestantes se autoconvocaram, se organizaram e protestaram utilizando os sites de redes sociais. Eles também criaram novos meios informativos e novas formas de fazer política (SAMPEDRO, 2014). Rheingold (2004) considera “multidão inteligente” essas pessoas que, por meio da tecnologia, cruzam os mundos virtual e físico. Os grupos e coletivos do Rio de Janeiro se destacam, em particular, pelo uso do ciberespaço e sua presença nele, principalmente nos sites de redes sociais.

No Brasil, o Facebook é o site de rede social mais utilizado. Em 2013, contava com 76 milhões de usuários e sua importância foi singular no contexto dos protestos aqui analisados. Um dos ativistas, do Coletivo Mariachi, interpreta a relevância do uso dos sites de rede sociais no vídeo-ativismo, “nós começamos a colocar vídeos no YouTube e criamos a página no Facebook. No começo foi muito importante porque criou uma rede e fez com que nossas imagens chegassem a ela, através do compartilhamento” (I-6, entrevista pessoal, junho de 2014). Para o entrevistado I-4 (entrevista pessoal, julho de 2014), as redes potencializaram um trabalho que já existia, “a popularização da internet fortaleceu nosso trabalho. É fundamental. É através dela que conseguimos criar um eco no monopólio dos meios de comunicação”.

Antes, havia um protesto com 50 mil pessoas. Os grandes meios não mostravam e, no final, ninguém ficava sabendo. Agora se 50, 100 mil ou um milhão de pessoas estão nas ruas, como nós fizemos em junho, os grandes meios podem tentar esconder, mas através das redes sociais, das páginas dos coletivos e do YouTube vamos mostrar outro ponto de vista (I-3, entrevista pessoal, junho de 2014).

Os canais no YouTube e páginas no Facebook dos coletivos vídeo-ativistas se proliferaram na mesma velocidade que as manifestações sociais. Mesmo que os vídeos pudessem ser compartilhados diretamente pelo Facebook, a maior parte do material audiovisual costumava ser editado e arquivado no YouTube e depois compartilhado no Facebook. Assim, os dois sites de rede social eram profundamente conectados com o trabalho dos ativistas. Abaixo, apresentamos uma tabela (Tabela 1) onde pode-se observar a relação entre “curtidas” no Facebook, os seguidores no YouTube, os números de vídeos compartilhados, a correspondente viralização, e a visualização total dos vídeos de cada

um dos dez grupos mais ativos durante a pesquisa.

Tabela 1 – Grupos e coletivos de vídeo-ativismo mais ativos

	Grupo	Curtidas no Facebook	Seguidores no YouTube	Vídeos no YouTube	Vídeo mais viral no YouTube	Visualizações no YouTube total
1	<i>Jornal A Nova Democracia</i>	127 100	16 827	257	399 200	3 663 762
2	<i>Mídia Ninja</i>	256 000	Oculto	89	88 614	1 726 251
3	<i>Coletivo Mariachi</i>	7 272	6 788	75	256 1980	3 516 588
4	<i>Coletivo Carranca</i>	5 577	411	19	14 931	26 440
5	<i>Mídia Independente Coletiva</i>	15 888	3 302	17	92 134	224 045
6	<i>Voz das Ruas</i>	1 553	708	51	10 098	84 000
7	<i>Linhas de Fuga</i>	3 287	566	182	350 971	530 626
8	<i>Coletivo Vinhetando</i>	5 264	24	19	2 392	2 698
9	<i>Coletivo Tatu</i>	2 973	493	19	12 788	64 626
10	<i>Rio 40 Caos</i>	1794	240	58	18 501	57 260

Note: Dados do Facebook e YouTube, coletados em maio de 2014, referentes aos dez grupos e coletivos com maior presença nos protestos sociais no Rio de Janeiro, Brasil. Os dados foram coletados utilizando Netvizz, YouTube Data Tools e manualmente.

Como pode ser visto (Tabela 1), todos os grupos possuem páginas de fãs no Facebook e canais no YouTube com grande número de seguidores. Exceto pelo Coletivo Mariachi, o número de “curtidas” no Facebook é mais expressivo do que o número de seguidores no YouTube. Entretanto, não é possível estabelecer uma conexão direta entre os dois sites de redes sociais no que se refere ao número de seguidores, já que estes operam com lógicas diferentes. No Facebook, por exemplo, o número de “curtidas” numa página não determina necessariamente a popularidade do grupo na rede. Há outras variáveis, como a interação e a atenção dada pelo usuário à página (engajamento), que talvez sejam mais importantes para garantir que a publicação alcance um público maior (CANAVARRO, 2014). Entretanto, no YouTube, às vezes, apenas com a viralização

de um vídeo um canal acaba se tornando popular, aumentando o número de seguidores e o número total de visualizações. É o caso do Coletivo Mariachi que, em 2014 tinha cerca de sete mil curtidas em sua página de fãs no *Facebook*, mas possuía mais de três milhões de visualizações no YouTube, devido à viralização de um de seus vídeos.

A velocidade e conexão entre o número de protestos – quase diários – e a produção e viralização na rede, levou a um ritmo frenético de produção. Na tabela abaixo (Tabela 2), é possível observar a capacidade de produção dos grupos vídeo-ativistas do Rio de Janeiro. Os vídeos se referem ao período da Copa do Mundo da FIFA.

Tabela 2 – Produção audiovisual dos grupos de vídeo ativismo do Rio de Janeiro entre junho-julho de 2014

Grupo vídeo-ativista	Número de vídeos produzidos
Carranca (transmissões via <i>streaming</i>)	39
Coletivo Mariachi	22
Coletivo Tatu	9
Jornal <i>A Nova Democracia</i>	29
Linha de Fuga	11
Mídia Independente Coletiva (MIC)	4
Mídia Ninja (transmissões via <i>streaming</i>)	43
Rio 40 Caos	2
Voz das ruas	2
Vinhetando	5
Total	166

Note: Número de vídeos produzidos pelos grupos vídeo-ativistas entre 13/06/2014 e 15/07/2014. Tabela preparada com informações coletadas nos canais do YouTube e TwitCasting dos coletivos.

Em menos de um mês, no Rio de Janeiro, 166 vídeos foram produzidos durante os protestos sociais e inseridos nas plataformas YouTube e TwitCasting. Um processo genuíno de “autocomunicação de massas”, na terminologia de Castells (2009, p.88), na qual a “comunicação é feita de muitos para muitos” (p. 88), foi gerada, muitas vezes em tempo real. O *streaming* e os vídeos editados

disponíveis na internet permitiram que os protestos fossem revividos e recordados na rede, além de vividos nas ruas.

Além disso, embora não seja o objeto deste trabalho, é importante mencionar os perigos do tecno-otimismo. Treré e Barranquero (2013) afirmam que, desde 2011, discursos sobre as possibilidades emancipatórias das redes sociais se tornaram muito populares. A tendência foi observada entre alguns vídeo-ativistas do Rio de Janeiro, em 2014, mas também foi criticada por outros:

Nós precisamos nos apropriar da tecnologia para transmitir nossa mensagem para o público. Se as pessoas estão no Facebook, nós precisamos usá-lo. Mas precisamos saber que nosso discurso dentro destas redes é muito limitado. Há vigilância e estamos falando sobre uma companhia privada, portanto, haverá restrições (I-3, entrevista pessoal, junho de 2014).

Em primeiro lugar, é importante ter em mente que a internet não é um espaço completamente livre. Assim como os movimentos sociais se organizaram para utilizá-la como ferramenta de luta – como foi demonstrado nesta pesquisa –, os governos se adaptaram rapidamente à nova tecnologia para monitorar os ativistas (TILLY e WOOD, 2010). No Rio de Janeiro, a unidade de polícia responsável por investigar os ativistas durante os protestos foi o Departamento de Polícia de Crimes Informáticos, que monitorou vários perfis no Facebook associados aos protestos. Segundo, é essencial não cair no tecnodeterminismo, como assevera Tilly e Wood (op. cit.) e Treré e Barranquero (op. cit.), e analisar os movimentos sociais a partir de uma perspectiva histórica e relacional. Os protestos que ocorreram no Brasil a partir de 2012 – com maior expressão em junho de 2013 – correspondem a um contexto social e político no qual muitos fatores estão envolvidos (SOUSA, 2015), não somente o vídeo-ativismo ou as redes sociais na internet.

Assim, é preciso refletir sobre o vídeo-ativismo online no Rio de Janeiro como resultado desses fatores específicos. Para uma melhor compreensão das dinâmicas do fenômeno vídeo-ativista e sua metodologia de trabalho, apresentamos abaixo uma análise etnográfica das metodologias de produção utilizadas pelos ativistas.

3.4 Gravar, editar e subir no YouTube e Facebook

Qual era a rotina de produção dos vídeos-ativistas? Um dos ativistas, I-4, membro do jornal *A Nova Democracia*, entrevistado em 2014, resume:

Eu sempre adotei o método de transmitir as notícias o mais rápido possível. Na maior parte das vezes, eu me preparo com antecedência para ir à manifestação: eu tenho minha câmera (com baterias, memórias, etc.), e minha máscara de gás na mochila. Depois da manifestação, eu vou pra minha casa e passo a noite toda editando um vídeo. Em outros casos, nós fazemos uma edição mais elaborada, e no dia seguinte, o vídeo já está circulando nas redes. Eu não desperdiço tempo, eu não descanso. Houve dias de começar a editar à noite e continuar até o dia seguinte à tarde. Nós vamos editando e publicando. Outra coisa que fazemos também é pegar casos mais específicos de violência policial, juntá-los e rapidamente publicar. Depois, podemos fazer uma reportagem mais completa sobre o protesto, mas nós precisamos fazer com que esta informação flua rapidamente para que o público saiba o que aconteceu (I-4, entrevista pessoal, julho de 2014),

Então eu vou, participo, volto supercansada e ainda tento criar uma narrativa. Quanto mais eu sinto que o protesto precisa ser contado, mais eu me esforço para editar e subir na internet o mais rápido que eu puder. Se é notícia, quanto mais rápido circular melhor (I-2, entrevista pessoal, junho de 2014).

Quase todos os vídeo-ativistas seguem essa metodologia. A maior parte tenta editar o material, arquivar no YouTube e compartilhar no Facebook o mais rápido possível, já que assim eles podem disputar a opinião pública. É, por exemplo, o caso da produção do vídeo “Cineasta canadense sendo roubado e espancado por PMs no Rio”, publicado por *A Nova Democracia* (Imagem 2), em 14 de julho de 2014, através de um extrato do diário de campo da pesquisa:

13 de julho. A manifestação do dia 13 de julho teve uma véspera complicada. Durante as primeiras horas do dia, vários militantes foram presos sob a acusação de formação de quadrilha. Entretanto, a prisão dos ativistas levou a que mais pessoas participassem do evento, que ocorreu no mesmo dia da partida final do Mundial de Futebol da FIFA. A concentração começou às 10h da manhã na Praça Saens Peña, na região do Estádio de futebol Maracanã. Eu segui o início do *streaming* e às 12h, cheguei à Praça. Como de costume, os mídia-ativistas se concentravam todos juntos. Eles falaram sobre a necessidade de proteger-se porque havia três policiais para cada manifestante, o que deixava claro que qualquer um poderia estar sujeito a violações dos direitos humanos. Às 14h, os manifestantes tentaram formar filas e caminhar, mas a polícia os cercou na praça e ninguém pôde sair. A manifestação se movia num raio de 500 metros, sempre cercada por barreiras policiais. Logo depois, a polícia iniciou revistas violentas e a utilizar bombas de gás lacrimogêneo, spray de pimenta e pistolas *taser* (de choque elétrico). Algumas pessoas foram presas. A entrada e saída da praça ficou fechada até as 19h. Eu estava num grupo com I-7, do grupo Rio40Caos e I-8 do Coletivo Mariachi e jornal *A Nova Democracia*. Em um momento, ela conseguiu passar pela barreira policial, mas logo depois foi atacada pela polícia. Alguns minutos depois, nós encontramos com Jason O'Hara, um cineasta canadense, também colaborador do *A Nova Democracia*, sendo atendido pelos médicos ativistas, que prestavam socorro médico durante as manifestações. Os policiais o haviam agredido e roubado, mas ele estava sendo levado para o hospital. Por volta das 19h, os advogados ativistas negociaram com a polícia a liberação dos ativistas do cárcere efetuado na Praça. Os vídeo-ativistas saíram em grupo e se encontraram num bar, a duas

quadras de distância da Praça. Eles queriam checar que todo mundo houvesse saído e estivesse em segurança. Naquele momento, coletaram todos os cartões que pudessem conter imagens da agressão sofrida por Jason e entregam ao I-4. Nós tomamos um táxi para Copacabana, para averiguar se algo estava acontecendo por lá, se havia mais protestos ou não, porém não encontramos nenhum sinal de manifestação. Então fomos para casa.

14 de julho. Quando acordei, o vídeo, narrando a agressão sofrida pelo Jason já havia viralizado no Facebook (Sousa, A.L.N., notas do diário de campo, 13 e 14 de julho de 2014).

O vídeo circulou rapidamente pelos sites de rede social, depois de ser publicado pelo jornal *A Nova Democracia* no Facebook (Figura 2), sendo apropriado pela imprensa nacional e internacional.

Figura 2 – Publicação oficial na página de fãs do jornal *A Nova Democracia*



Nota: Imagem da página de fãs do jornal *A Nova Democracia*, capturada com o software Nvivo, em 16 de dezembro de 2015.

Além disso, o vídeo se tornou um dos mais populares do YouTube Brasil no dia de sua publicação. Em 14 de julho de 2014, alcançou mais de 370 mil visualizações. A partir da página Facebook do jornal *A Nova Democracia*, o vídeo foi compartilhado 3.614 vezes, teve 127 comentários, 1.433 curtidas e um alcance de 434.304 pessoas. Outro aspecto importante, talvez ainda mais significativo é o resultado que o vídeo gerou fora das redes sociais online. Os vídeo-ativistas conseguiram identificar os quatro policiais diretamente envolvidos na agressão, que foram suspensos da corporação. No dia seguinte, à tarde, uma nova concentração no centro da cidade comemorava o resultado da ação.

A observação em campo e as entrevistas revelaram aspectos importantes da rotina produtiva vídeo-ativista: 1) preparação prévia; 2) trabalho conjunto com outros ativistas; 3) garantia não somente da segurança individual, mas coletiva; 4) rotina de trabalho exaustiva; 5) baixa divisão do trabalho, em muitos casos a mesma pessoa é responsável por todos os estágios da produção.

4 Vídeo-ativismo: na fronteira entre o ativismo e o jornalismo

A prática jornalística é guiada por princípios de objetividade, neutralidade e veracidade (MOTTA et al, 2004). Segundo Becker e Machado (2014), defender uma causa distorce os princípios jornalísticos. Entretanto, para outros pesquisadores como Deuze (2005), esses valores são “às vezes inevitavelmente inconsistentes e contraditórios”. Ele afirma que os princípios se tornaram ainda mais complexos na contemporaneidade. Para Tuchman (1972), as estratégias jornalísticas para narrar notícias e histórias podem almejar a objetividade, mas não se pode afirmar que seja possível alcançá-la. Os vídeo-ativistas, pelo contrário, trabalham a partir de outro ponto de partida, não profissional, mas político. O ponto de vista da comunicação gerada pelos movimentos sociais é o claro posicionamento ao lado dos oprimidos, o que é confirmado pelo entrevistado I-9 “nós não procuramos exatamente ser neutros. Quando nós estamos lá, juntos, nós precisamos tomar partido. Nós escolhemos o lado democrático, mostrando a violência que está acontecendo ali”. O entrevistado I-1 relata que “entendi que

como jornalista eu poderia ser mais útil do que como ativista, já que assim poderia ajudar a pessoas que estavam nas ruas e que não podiam ter seu ponto de vista veiculado nos grandes meios de comunicação”.

Assim, a credibilidade da narrativa vídeo-ativista não vem da imparcialidade, neutralidade ou objetividade jornalística, mas da imersão nos eventos e da proximidade com os atores envolvidos nos protestos. O que pode ser verificado na narrativa e visualmente por meio dos enquadramentos e planos, por exemplo. Os vídeos produzidos pelos ativistas obtêm, assim, um status de “autenticidade” (PLATON e DEUZE, 2003) devido à proximidade com os sujeitos históricos do evento, que compartilharam – lado a lado – o espaço e o tempo da manifestação com as câmeras. Almeida (2015) e Brasil e Frazão (2013) chamam a atenção para o caráter de “experiência” e proximidade da cobertura vídeo-ativista. Para Brasil e Frazão (2013), a cobertura vídeo-ativista flui pelas veias da multidão.

A prática vídeo-ativista se afasta da objetividade e neutralidade defendida pelo *ethos* jornalístico, mas se aproxima de outros padrões da profissão. A atualidade possibilitada pela ausência de uma grade de programação e funcionários a pagar; as possibilidades técnicas da comunicação móvel e a energia ativista possibilitaram as transmissões em *streaming*, muitas vezes com longa duração. Além disso, vídeos e fotos eram publicadas e compartilhadas nas redes sociais online minuto a minuto.

Assim, nesta pesquisa, verifica-se tanto um movimento de aproximação como de rejeição da prática e *ethos* jornalístico. Uma vez que a rotina produtiva vídeo-ativista foi identificada e analisada anteriormente, é possível compará-las (Tabela 3).

Tabela 3 – Diferenças observadas entre a rotina jornalística e s vídeo-ativista no Rio de Janeiro (junho-julho de 2014)

Jornalismo	Vídeo-ativismo
Produção da informação centralizada e hierarquizada	Produção da informação de forma descentralizada e não hierárquica
Informa através de canais centrais (website, rádio ou TV) e compartilha os conteúdos nas redes sociais online	Informa principalmente utilizando as redes sociais online
Informa de fora dos protestos	Informa de dentro dos protestos
Trabalho individual	Trabalho em grupos
Utilização da própria rede para circular o conteúdo	Utilização da conexão em rede para circulação do conteúdo
Divisão do trabalho mais estruturado (câmera, jornalista, produtor, editor, apresentador, etc.)	Baixa divisão do trabalho (a mesma pessoa filma, edita e divulga o vídeo)

4.1 Reconfigurações para a prática jornalística

A relação entre os movimentos sociais e os grandes meios de comunicação de massa sempre foi, historicamente, conflitiva. Na maioria das vezes, esses atores sociais acusam a imprensa de retratá-los de forma negativa (BOYLE & SCHMIERBACH, 2009; GITLIN, 1980; MAN CHAN & LEE, 1984). Nos protestos realizados no Brasil, no contexto da Copa do Mundo da FIFA, não foi diferente. Os manifestantes, em muitos casos, não permitiam que os jornalistas profissionais realizassem a cobertura dos eventos, expulsando-os dos protestos. Um dos vídeos produzidos pelo jornal *A Nova Democracia*, e publicado em 24 de abril de 2014, chamado “Jornalista da Globo tem acesso de raiva e é rechaçada em Copacabana”, foi um dos vídeos mais visualizados dentre os produzidos pelos coletivos vídeo-ativistas, com mais de quatro milhões de visualizações.

Segundo Brasil e Frazão (2013), em resposta à esta dinâmica, os canais de TV optaram por manter distância dos protestos, reportando a partir de prédios, helicópteros ou usando drones. Entretanto, a mais significativa reconfiguração observada no contexto desta pesquisa foi utilizada pela TV Folha – publicada no YouTube e transmitida pela TV Cultura duas vezes por semana

– e pelo canal a cabo Globo News. As duas empresas começaram a tomar partido da estratégia vídeo-ativista, filmando de dentro dos protestos, com o uso de telefones móveis. Pode-se aqui, portanto, considerar que há uma reconfiguração dos padrões de qualidade de imagem a partir de duas perspectivas: 1) a utilização de telefones móveis para se conectar e se camuflar foi a única forma que os grandes meios de comunicação encontraram para cobrir a manifestação de “dentro” do evento; 2) a popularização do YouTube e da cobertura por *streaming* modificou o consumo da audiência: eles já não exigem qualidade da imagem, mas “informação e um mosaico visual” (BITTENCOURT e PUHL, 2013). Porém, para os grandes meios de comunicação, o telefone móvel representa apenas uma forma de capturar imagens, enquanto para os vídeo-ativistas é a principal tecnologia para sua atividade.

Outra diferença é a interação com a audiência realizada por ativistas e os grandes meios de comunicação. Malini (2013) pontua que os canais comerciais têm autoridade, mas não centralidade. Isso significa que as narrativas destes meios são populares porque são lidas. Mas para mensurar a influência na opinião pública é necessário atentar para a centralidade. A centralidade está baseada na capacidade de um nó (nos sites de redes sociais) de atrair e distribuir conexões, de estabelecer uma conversação, de distribuir a informação. Em suas pesquisas, Malini (2013) concluiu que os ativistas tinham mais centralidade que os meios de comunicação de massa. Aqui pode ser visto claramente como esses canais tentaram modificar a forma de gravar, mas não o modelo comunicativo. O mídia-ativismo – aqui tratando não somente de práticas de vídeo, mas de todas as práticas mediáticas ativistas – é baseado numa lógica de rede, que significa que produzir e distribuir as notícias a partir de “uma lógica interativa de compartilhamento, participativa, promovendo trocas sociais de conteúdo, que circulam através de diferentes espaços e atores ” (BITTENCOURT e PUHL, 2014).

Outra referência para o debate que pode ser aprontado é a apropriação das narrativas vídeo-ativistas pelas grandes redes televisivas. Durante os protestos não era incomum que os canais de TV utilizassem imagens gravadas pelos vídeo-ativistas – na maior parte dos casos sem autorização. É o caso do vídeo “Flagrante de cineasta canadense sendo espancado e roubado por PMs no Rio”, publicado pelo *A Nova Democracia*, em 14 de julho de 2014, reproduzido por canais de TV de todo o mundo (SOUSA; MAIA, 2016). De acordo com

I-6, atualmente, há várias demandas judiciais reclamando os direitos autorais dos vídeos realizados pelos ativistas contra os grandes meios de comunicação.

Conclusões: perspectivas para a pesquisa em vídeo-ativismo e jornalismo

No contexto desta pesquisa, o vídeo-ativismo foi analisado como uma importante ferramenta para promover a justiça social. A prática social foi se tornando cada vez mais acessível para um grande número de ativistas, desde que os aparatos tecnológicos e o conhecimento necessário para realizá-lo foi se simplificando. Apesar das limitações no que se refere à segurança e liberdade, o acesso à internet e aos sites de redes sociais como plataformas para projeção das imagens permitiram um crescimento da popularidade do vídeo-ativismo dentro e fora dos movimentos sociais.

Os grupos e coletivos de vídeo-ativismo que trabalham na contrainformação dos protestos desenvolvidos desde 2012 – com mais expressão em 2013 e 2014 –, no Rio de Janeiro, nasceram da necessidade dos movimentos sociais de ir contra o discurso dos grandes meios de comunicação e, ainda, das possibilidades técnicas geradas pela onipresença do telefone móvel, da internet e dos sites de redes sociais. Para atingir o objetivo, coletivos estabeleceram dinâmicas de trabalho que se assemelham às rotinas de produção dos correspondentes de guerra, arriscando sua segurança e muitas vezes a vida na busca da imagem perfeita.

O vídeo-ativismo online ajudou a mudar a dinâmica dos protestos sociais, anteriormente narrado exclusivamente pelos grandes meios de comunicação; garantiram a segurança dos manifestantes, atuaram como testemunha da conduta policial, e foram usados como evidência das violações aos direitos humanos.

A prática também começou a modificar algumas características jornalísticas, expondo alguns problemas e desafios para o futuro do jornalismo. Os grandes meios de comunicação se apropriaram de parte da narrativa vídeo-ativista, utilizando telefones móveis para cobrir os protestos, mas mantendo a mesma forma centralizada e hierarquizada de produção e circulação da informação. Apesar disso, a cobertura das grandes empresas continua reportando sem dialogar com

os movimentos sociais. A erupção do vídeo-ativismo no Brasil desafia a prática jornalística a se adaptar às novas possibilidades narrativas geradas pela popularização da internet, dos sites de redes sociais e do telefone móvel. O jornalismo continuará retratando os movimentos sociais negativamente ou iniciará uma nova era de diálogo?

Por último, há muitas questões que continuam sem resposta. Quanto tempo vai durar a ascensão do vídeo-ativismo brasileiro? Eles estarão mais preparados e experientes na próxima onda de protestos? Conseguirão ganhar a batalha pela opinião pública? Continuarão utilizando os sites de redes sociais, que reforça uma lógica comercial para a circulação da informação, seguindo as regras definidas por grandes companhias? O desafio para os investigadores que se debruçam sobre o vídeo-ativismo e o jornalismo é seguir o fenômeno mais de perto, em cada uma de suas expressões, nas ruas e nos sites de redes sociais online; estendendo as análises para além dos vídeos e considerando o fenômeno em toda sua complexidade, incluindo, principalmente, aspectos da recepção.

NOTES

- 1 Quando se fala de *advocacy vídeo*, faz-se referência a uma larga categoria de vídeos que são parte de um esforço para dar visibilidade e impacto a uma campanha, que objetiva modificar comportamentos sociais, políticas públicas e leis.
- 2 Quando nos referimos à atividade, estamos considerando tanto a ação nas ruas como nas redes sociais online, já que alguns grupos eram ativos nas ruas, mas não compartilhavam os vídeos nos sites de redes sociais. Coletivo como o Rio40Caos, por exemplo, estavam focados na produção de *advocacy video*, especialmente vídeo como prova judicial. Outros grupos, como o Coletivo Tatu, se dedicam a filmar imagens para outros fins, neste caso, para a realização de um documentário.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Thiago D'angelo Ribeiro. **Midiativismo e coberturas jornalísticas: mídias livres, movimentos em rede e estratégias de contrapoder.** 2015. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) –Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2015.

ASKANIUS, Tina. **Radical Online Video.** YouTube, Video Activism and Social Movement Media Practices. 2012. Tese (Doutorado em Comunicação e Mídia) – Lunds Universitet, Lund, 2012.

ASKANIUS, Tina. *Video for Change.* IN: WILKINS, Karin et al. (Org.). **The Handbook of Development and Social Change.** Oxford: WilleyBlackwell, 2014, p. 453-470.

ATTON, Chris. **Alternative Media.** London: Sage, 2002.

ATTON, Chris. Reshaping Social Movement Media for a New Millennium. **Social Movement Studies**, London, v. 2, n. 1, p. 2-14, 2003.

BECKER, Beatriz; MACHADO, Monica. Brasil entre as telas e as ruas: produção e consumo das narrativas jornalísticas audiovisuais sobre os protestos nacionais de junho de 2013. **Discursos fotográficos**, v. 10, p. 39-60, 2014.

BITTENCOURT, Maria Clara de Aquino; PUHL, Paula. As apropriações midiáticas e os atores sociais na cobertura convergente das manifestações pela TV Folha. In: PORCELLO, F. et al. **#telejornalismo: nas ruas e nas telas.** Editora Insular, Florianópolis, 2013, p. 65-86.

BOYLE, Michael P.; SCHMIERBACH, Mike. Media Use and Protest: The Role of Mainstream and Alternative Media Use in Predicting Traditional and Protest Participation. **Communication Quarterly**, v. 57, n. 1, p. 1-17, 2009.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Repensando a pesquisa participante.** São Paulo: Brasiliense, 1984.

BRASIL, Antonio; FRAZÃO, Samira Moratti. Drones no ar e ninjas nas ruas: os desafios do jornalismo imersivo nas mídias radicais. **Sessões do Imaginário**, v. 18, n. 30, p. 127-136, 2013.

BRUCKMANN, Mónica; SANTOS, Theotonio. **Los movimientos sociales en America Latina: un balance histórico.** Actas del Seminario Internacional REG GEN: Alternativas Globalización. Rio de Janeiro: UNESCO, 2005. Disponível em: <<http://goo.gl/EUjOSX>> Acesso em: 01 jan. 2015.

CÁCERES, Jesús Galindo; GONZÁLEZ-ACOSTA, José Ignacio. **#YoSoy132: La Primera Erupción Visible.** Ciudad de México: Global Talent Press

University, 2013.

CANAVARRO, Marcela. **Calibrando a coleta de dados: diferentes valores em cada nó**. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/F1JQMj>> Acesso em: 10 jan. 2015.

CASTELLS, Manuel. **Comunicación y Poder**. Madri: Alianza, 2009.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignación y Esperanza**. Madri: Alianza, 2012.

CHANAN, Michael. Video, activism, and the art of small media. **Transnational Cinemas**, London, n. 2, p. 217-226, 2011.

DAGI, Ihsan (Org.) **Insight Turkey**. Ankara, v. 15, n. 3, 2013.

Deuze, Mark. What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. **Journalism**, 6(4), p. 442-464, 2005. DOI: 10.1177/1464884905056815

DOWNING, J. D. H. **Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2001.

ESTAQUE, Elísio. Rebeliões da classe média? Precariedade e movimentos sociais em Portugal e no Brasil (2011-2013). **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 103, p. 53-80, 2014.

GITLIN, Todd. **The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left**. Berkeley: University of California Press, 1980.

HARP, D et al. The Whole Online World is Watching: Profiling Social Networking Sites and Activists in China, Latin America and the United States. **International Journal of Communication**, California, n.6, p. 298-321, 2012.

HARDING, Thomas (2001). **The Video Activist Handbook**. Londres: Pluto Press, 2001.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Brasília: Federal Government, 2013.

JOHANSSON, L. Participatory Video and PRA: Acknowledging the Politics of Empowerment. **Forests, Trees and People**. Newsletter 40/41, Uppsala, p.21-23, 1999.

JONG, W.; Shaw, M.; Stammers, N. (Eds.). **Global Activism, Global Media**. London: Pluto Press, 2005.

JURIS, Jeffrey S. Reflections on Occupy Everywhere. **American Ethnologist**, v. 39, n.2, pp. 259-279, 2012.

LÈVY, Pierre. **Inteligencia colectiva: por una antropología del**

ciberespacio. Washington: Organização Panamericana de Salud, 2004.

LÉVY, Pierre. **Ciberculture**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LUNCH, C.; LUNCH, N. **Insights into Participatory Video**. A Handbook for the Field. Oxford: Insight, 2006.

MALINI, Fábio. **A nova grande mídia: a ecologia mídia livrista no Facebook**. Vitória, 2014. Disponível em: < <http://goo.gl/gTvCD3>> Acesso em: 07 jan. 2015.

MALINI, Fábio. **Imprensa nas redes sociais: autoridade sem centralidade**. In: **Blog do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura**. 2013. Disponível em: <<http://migre.me/frhSF>> Acesso em: 29 dez. 2016.

MAN CHAN, Joseph; LEE, Chi-Chuan. Journalistic “Paradigms” of Civil Protests: A Case Study in Hong Kong. In: ARNO, Andrew; DISSANAYAKE, Wimal (Orgs.). **The News Media in National and International Conflict**. Colorado: Westview Press, 1984, p. 183–202.

MATEOS, C.; RAJAS, M. Videoativismo: concepto y rasgos. In: BUSTOS, G. et al (Ed). **Videoativismo. Acción política, cámara en mano**. Cuadernos Artesanos de Comunicación 71, Tenerife: Universidad de La Laguna, 2014, p. 15-57.

MCDONALD, Kevin. From Indymedia to Anonymous: Rethinking Action and Identity in Digital Cultures. **Information, Communication and Society**, Londres, v.18, n. 8, p. 968-982, 2015. doi.org/10.1080/1369118X.2015.1039561

MOTTA, Luiz Gonzaga et al. Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística. **Intercom**, v. 27, n. 2, p. 31-51, 2004.

PASQUINELLI, Matteo. **Mediactivismo (Activismo en los medios)**. Estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Mapa internacional y manual de uso. Roma: DeriveApprodi srl, 2002.

PLATON, Sara; DEUZE, Mark. Indymedia Journalism. A Radical Way of Making, Selecting and Sharing News? **Journalism**, v. 4, n. 3, p. 336–355, 2003.

PICKARD, Victor. Assessing the Radical Democracy of Indymedia: Discursive, Technical and Institutional Constructions. **Critical Studies in Media Communication**, Londres, v. 23, n. 1, 2006.

RECUERO, R., Bastos, B.; ZAGO, G. Narrative and violence: The Brazilian Autumn Coverage on Twitter. **Revista Matrizes**, São Paulo, n. 2, p. 191-217, 2014.

RIEDER, B. Studying Facebook via Data Extraction: The Netvizz Application. In: WebSci '13 Proceedings of the 5th Annual ACM Web Science Conference.

Nova York: ACM, p. 346-355, 2013.

SHIRLEY, A. White. Participatory Video: A Process that Transforms the Self and the Other. In: SHIRLEY, A. White (Eds.). **Participatory Video**. Images that Transform and Empower. Londres: Sage, 2003, p.63-101.

SKINNER, Julia. Social Media and Revolution: The Arab Spring and The Occupy Movement as Seen through Three Information Systems Paradigms. **Sprouts: Working Papers on Information Systems**, v. 11, n. 69, Países Baixos, p.1-26, 2011.

SOUSA, A.L.N. Esto va a estar en el *YouTube*: Vídeo, redes sociales y protestas en Brasil. **Revista Internacional del Pensamiento Político**, Sevilla, vol. 10, p.135-155, 2015.

SOUSA, A.L.N.; MAIA, K. Non Fiction and Political Activism: The Video Evidence and Advocacy in Riots. **Culturas Midiáticas**, João Pessoa, vol.16, jan-jun, p.77-90, 2016.

SOUSA, A.L.N. (*forthcoming*). Cómo analizar el video activista en las redes sociales online?

TILLY, Charles; WOOD, Leslie. **Los movimientos sociales, 1768-2008**. Desde sus orígenes a *Facebook*, Barcelona: Crítica, 2010.

TRERÉ, Emiliano; BARRANQUERO, A. De mitos y sublimes digitales: movimientos sociales y tecnologías de la comunicación desde una perspectiva histórica. **Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación**, Sevilla, n. 8, p. 27-47, 2013.

TORET, Javier. Tecropolítica: la potencia de las multitudes conectadas. **IN3 Working Paper Series**, 2013. Disponível em: <<http://goo.gl/vZyz8e>> Acesso em: 29 set. 2015.

Tuchman, Gye. Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. **American Journal of Sociology**, v. 77, n. 4, p. 660- 679, 1972.

WELLMAN, B; RAINIE, L. If Romeo and Juliet Had Mobile Phones. **Mobile Media & Communication**, Londres, n 1, p. 166-171, 2013.

WIDGINGTON, David. Screening Revolution. FAQs about Video Activism. IN: LANGLOIS, Andrea; DUBOIS, Frédéric (Org.), **Autonomous Media. Activating Resistance & Dissent**. Montreal: Cumulus Press, 2005, p. 103-121.

WILSON, Dean; TANYA Serisier. Activism and the Ambiguities of Counter-Surveillance. **Surveillance & Society**, Kingston, v. 8, n. 2, p.166-180, 2010.

ZARZUELO, M. G. Cine militante y videoactivismo: los discursos audiovisuales de los movimientos sociales. **Revista Comunicación**,

Madrid, n.10, p.1091-1102, 2012.

Entrevistas citadas

- Entrevista 1 (I-1), Coletivo Carranca.
- Entrevista 2 (I-2), Coletivo Mariachi.
- Entrevista 3 (I-3), Coletivo Linha de Fuga.
- Entrevista 4 (I-4), Jornal *A Nova Democracia*.
- Entrevista 5 (I-5), Fotógrafa independente.
- Entrevista 6 (I-6), Coletivo Mariachi.
- Entrevista 7 (I-7), Rio40caos.
- Entrevista 8 (I-8), Coletivo Mariachi e Jornal *A Nova Democracia*.
- Entrevista 9 (I-9), Coletivo Tatu.
- Entrevista 10 (I-10), Fotógrafa independente.

Ana Lúcia Nunes de Sousa. Doutoranda em Comunicación y Periodismo na Universitat Autònoma de Barcelona (Espanha)/Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Bolsista CAPES – Brasil. É formada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pós-graduada em Comunicação Hipermedia e Documentário Criativo e mestre em Comunicação e Cultura pela Universidad de Buenos Aires (Argentina). E-mail: anabetune@gmail.com

RECEBIDO EM: 28/05/2016 | ACEITO EM: 15/01/2017