

Mídia Ninja: a narrativa fotojornalística brasileira na era digital¹



Monica Martinez

*Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP
Pós-doutora pela UMESP com estágio pós-doutoral
pela Universidade do Texas (EUA)
Professora de Pós-graduação
em Comunicação e Cultura na UNISO-SP
E-mail: martinez.monica@uol.com.br*

Simonetta Persichetti

*Doutora em Psicologia pela PUC-SP
Pós-doutoranda na ECA-USP
Professora de Pós-graduação em Comunicação
da Faculdade Cásper Líbero (FCL-SP)
E-mail: spersich@uol.com.br*

Resumo: Mídia Ninja (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação) é um grupo de mídia brasileiro conhecido pelo mídia ativismo, que usa redes sociais digitais como uma abordagem alternativa às formas tradicionais de mídia. Este estudo emprega a metodologia de análise de conteúdo para comparar a produção do Mídia Ninja SP em relação à Folha de S.Paulo durante o jogo de abertura da Copa do Mundo da FIFA. Ambas as mídias têm uma abordagem ideológica, que deve ser entendida numa perspectiva ecossistêmica, mostrando que ambas são complementares e oferecem a possibilidade de melhor compreensão das realidades complexas.

Palavras-chave: Comunicação, mídia digital, *Mídia Ninja*, análise de conteúdo.

Mídia Ninja: narración de fotoperiodismo brasileño en la era digital

Resumen: Mídia Ninja (Periodismo Narrativo Independiente y Acción) es un grupo de medios de Brasil conocida por su activismo medios de comunicación, el uso de redes sociales digitales como una alternativa a las formas tradicionales de medios de comunicación. Este estudio utiliza la metodología de análisis de contenido para comparar la producción de los medios de comunicación Ninja SP em relação à Folha de S.Paulo durante el partido inaugural de la Copa Mundial de la FIFA. Ambos medios de comunicación tienen un enfoque ideológico, que debe entenderse en una perspectiva ecossistêmica, que muestra que ambas son complementarias y ofrecen la posibilidad de una mejor comprensión de las realidades complejas.

Palabras clave: Comunicación, medios digitales, *Mídia Ninja*, análisis de contenido.

Mídia Ninja: brazilian photojournalistic narratives in the digital age

Abstract: Mídia Ninja (Narrative Independent Journalism and Action) is a Brazilian media group known for media activism, using digital social networks as an alternative approach to traditional forms of media. This study uses content analysis methodology to compare the production of Media Ninja SP over Folha de S.Paulo during the opening match of the FIFA World Cup. Both media have an ideological approach, which should be understood in an ecosystem perspective, showing that both are complementary and offer the possibility of better understanding of the complex realities.

Keywords: Communication, digital media, *Mídia Ninja*, content analysis.

Antecedentes históricos de 12 junho de 2014

Em meados de junho de 2013, as ruas do Brasil foram tomadas por jovens e, em seguida, por outras camadas da população, que protestaram sobre o aumento do preço do transporte público e, em seguida, sobre questões mais amplas, como a corrupção. Logo o movimento tornou-se o maior do país desde 1992, quando os brasileiros organizaram manifestações contra o ex-pre-

¹ Este trabalho foi apresentado no XIV Congresso Iberoamericano de Comunicação – IBERCOM 2015, na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, de 29 de março a 02 de abril.

sidente Fernando Collor de Mello (1990-1992), que resultaram no *impeachment* presidencial em dezembro daquele ano.

Foi em 2013 também que o Mídia Ninja (sigla em português para Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação) tornou-se visível e sujeito no próprio sistema midiático que, em teoria, repudia. O grupo foi fundado em 2011 pelo jornalista Bruno Torturra, juntamente com outros ativistas como Rafael Vilela, Filipe Peçanha, Thiago Dezan, Felipe Altenfelder, Dríage Aguiar e Pablo Capilé.

A fotografia está relacionada às formas de comportamento do indivíduo, a partir do momento que se tem uma infinidade de imagens na memória



Munido de smartphones e câmeras digitais, o Mídia Ninja fez em 2013 cobertura ao vivo postada em redes sociais como o Twitter e o Facebook.

Podemos diferenciar a onda contemporânea de projetos independentes de mídia e coletivos, como Ninja, pelo seu impulso para a democratização dos meios de comunicação. Não é ideologia servida por meio da mídia, mas uma ideologia da mídia: jornalismo cidadão, participativo e com organização transparente, bem como uma rejeição de modelos de receitas à base de lucro das empresas (Landesman, 2013, p. 44).²

Além da cobertura noticiosa, durante

² Esta e as demais traduções que se seguem foram feitas livremente a partir do original: “We can differentiate the contemporary wave of independent media projects and collectives, such as Ninja, by their push for the *democratization of media*. It is not ideology served through media but an ideology of media: citizen-journalism, participatory and transparent organization, and a rejection of corporate profit-based revenue models.” (Landesman, 2013, p. 44).

a semana de 12 de junho de 2014 o *Mídia Ninja* também inovou ao lançar um novo portal colaborativo em associação com o *Oximity*, um sistema coletivo para coletar, organizar e disseminar notícias fundado pelo engenheiro elétrico indiano Sanjay Goel e pelo engenheiro alemão Christian Hapke. Esta nova plataforma está disponível em: <<https://ninja.oximity.com>>.

Doze de junho: um dia de alta tensão

Em 2014, o dia dos namorados foi celebrado por muitos casais com um dia de antecedência em São Paulo, uma vez que o Estado sediou a abertura da Copa do Mundo da FIFA (Federação Internacional de Futebol).

Desnecessário discorrer sobre a importância do futebol para a vida cotidiana e o imaginário do povo brasileiro (Lever, Meihy, 1999; Damatta, 2003; 1982). Os campeonatos de futebol são um ritual que sincroniza a vida dos brasileiros ao longo do ano. O esporte, aliás, tem sua história associada ao Estado desde a origem, quando foi introduzido em São Paulo por imigrantes britânicos no final do século 19. A primeira bola de futebol foi introduzida no Estado em 1894 por Charles William Miller, que veio ao Brasil trabalhar na *São Paulo Railway Company*. A difusão do esporte não seguiu os trilhos do trem apenas no Brasil. “O período pioneiro do futebol argentino está inseparavelmente ligado à construção de estradas de ferro a partir de 1860 em Buenos Aires e atingindo, no decurso de 40 anos, o resto da Argentina” (Archetti, 2004, p. 407)³.

O acordo da FIFA para sediar o evento foi feito com o governo brasileiro em 2007, sob a presidência do presidente Luis Inácio Lula da Silva (2003-2011), líder do Partido dos

³ “The pioneering period of Argentinean soccer is inseparably linked to the building of the railways, beginning in 1860s in Buenos Aires and reaching, in the course of forty years, the rest of Argentina” (Arquetti, 2004, p. 407).

Trabalhadores. O próprio Arena Corinthians era um estádio há muito sonhado pelos torcedores do *Sport Club Corinthians Paulista*, fundado em 1910. Na manhã de 12 de junho, três desafios principais pairavam sobre o jogo inaugural.

O principal foi o fato de o estádio não ter sido inteiramente construído com fundos privados, conforme anunciado no início do contrato. O segundo foi de natureza política, visto que 2014 foi ano de eleições que apontariam, pouco depois da Copa, em outubro/novembro, o novo presidente e vice-presidente do país, deputados, senadores, governadores e vice-governadores, deputados estaduais, assim como o governador e vice-governador do Distrito Federal e os representantes do Distrito Federal, Brasília. O terceiro desafio foi de natureza psicológica e estava relacionado ao termo *complexo de vira-lata*, criado pelo escritor brasileiro Nelson Rodrigues (1912-1980) em referência ao trauma sofrido pelos brasileiros em outra Copa do Mundo, a de 1950, quando a Seleção Brasileira, jogando no Maracanã, perdeu na final para o Uruguai. Em 2007, o jornalista estadunidense Larry Rohter, correspondente do *The New York Times*, escreveu sobre este suposto sentimento de inferioridade nacional: “O Brasil sempre aspirou a ser levado a sério como uma potência mundial pelos pesos-pesados e por isso dói nos brasileiros que os líderes mundiais confundam seu país com a Bolívia, como Ronald Reagan fez uma vez, ou dispensem uma nação tão grande – 180 milhões de pessoas⁴ – com um ‘não é um país sério’, como Charles de Gaulle fez” (Rohter, 2004)⁵. Na verdade, o presidente francês De Gaulle (1959-1969) não foi o autor da frase “Le Brésil n’est pas un pays sérieux”, mas o

⁴ 202,8 milhões de acordo com o censo de 2014 do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

⁵ “Brazil has always aspired to be taken seriously as a world power by the heavyweights, and so it pains Brazilians that world leaders could confuse their country with Bolivia, as Ronald Reagan once did, or dismiss a nation so large - it has 180 million people - as ‘not a serious country’, as Charles de Gaulle did” (Rohter, 2004).

embaixador brasileiro Alves de Souza Filho (Souza Filho, 1979).

● Sobre fotojornalismo e teoria da imagem

Em 2006, Persichetti refletiu sobre a chamada crise do fotojornalismo, momento em que alguns estudiosos proclamavam o fim do fotojornalismo enquanto outros apontavam para possíveis transformações da linguagem do campo. Era uma tentativa de compreender o que estava acontecendo em face de uma nova visualidade provocada pela fotografia digital. Esta revolução desmistifica para o público em geral a suposta objetividade e neutralidade fotográfica, noção na qual, desde o seu surgimento, o fotojornalismo tinha se embasado. O dogma da imagem realista – que só existia para aqueles que não tinham relação com a produção e a criação de imagem – estava sendo revista entre os profissionais e os teóricos da imagem (Persichetti, 2012, p. 93-94):

Depois de uma quebra com a imagem dogma – que não se discute e se aceita – a fotografia de imprensa se coloca cada vez mais como participante, deixando de lado uma estética publicitária, que se apoia mais na estética do que no conteúdo, que deixa de lado a informação o fato para se tornar quase que uma mera ilustração, a exemplo do que acontecia no século XIX.

Instrumento ambíguo de conhecimento, a imagem exerce contínuo fascínio sobre o ser humano. Ao mesmo tempo em que tem preservado as referências e lembranças, documentando os feitos cotidianos dos indivíduos e das sociedades em suas múltiplas ações, fixando, enfim, a memória histórica, ela também se prestou – e se presta – aos mais interesseiros e dirigidos usos ideológicos (Kossoy, 2007, p. 31).

A fotografia está relacionada às formas de comportamento do indivíduo, a partir do momento que se tem uma infinidade de imagens guardadas na memória, sejam elas de

natureza endógena ou exógena (Belting apud Baitello, 2005). Imagens que, muitas vezes feitas para um determinado fim, ressurgem num outro contexto, criando *ficções documentais*.

Assim, ao se selecionar um conjunto de imagens para apresentar uma determinada situação, acaba-se por escolher códigos culturais e estéticos que, muitas vezes, criam um discurso que ajuda a comprovar uma ideia. O historiador de fotografia brasileiro Boris Kossoy lembra que “a fotografia resulta do processo de criação do fotógrafo: é sempre construída; e também plena de códigos” (Kossoy, 2007, p. 42).

Nenhum olhar é inocente. Por trás de qualquer e toda imagem existe um olho ideológico que pretende apresentar um ponto de vista acerca de um determinado assunto. É por essa razão que Kossoy chama a atenção para o possível fim de um positivismo imagético, onde a imagem jornalística continua sendo considerada – embora nunca tenha sido – espelho do real.

O caso do *Mídia Ninja* e a comparação com a *Folha de S.Paulo*

O grupo *Mídia Ninja* está focado na produção de fotorreportagem durante conflitos. Este artigo tem como objetivo focar na divulgação de fotografias por meio do Facebook do *Mídia Ninja SP* durante o jogo de abertura da World Cup Brasil 2014. Esta produção é comparada à versão impressa da *Folha de S.Paulo* da edição do dia 13 de junho de 2014, que traz a cobertura de eventos a partir da perspectiva do maior jornal do Brasil, com sede em São Paulo. Foi escolhida a abordagem de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011), a principal referência teórica da utilização deste método no Brasil (Martinez, Pessoni, 2014).

A produção da *Folha de S.Paulo*

O corpus de análise da *Folha de S.Paulo* consistiu inicialmente em 12 fotos, todas

encontradas na seção “Poder”. Do total, 5 (42%)⁶ são relacionadas aos protestos sobre a Copa. Mais especificamente, três (25%) foram realizadas em São Paulo e registram o conflito enfrentado no dia 12 entre manifestantes e policiais. Estas três fotos encontram-se na mesma página (A10), sob a manchete “‘Black blocs’ se infiltram em atos e enfrentam a polícia de São Paulo”, seguida da linha fina “Protestos foram menores do que o esperado, mas violentos”. A fotografia maior (19,5 cm x 10,5 cm), do fotógrafo brasileiro Fabio Braga, tem a seguinte legenda: “Mascarados enfrentam polícia e colocam fogo em sacos de lixo na zona leste (...)”. A imagem de um homem mascarado, vestido de preto, com o braço direito erguido em postura desafiadora, evoca um terrorista; a ideia sugerida é completada pelo fogo no canto esquerdo, que ocupa quase um terço do espaço horizontal da imagem. No canto direito, sobre esta mesma fotografia, encontra-se a segunda imagem, em menor escala (4 cm x 5 cm), também feita por Braga, cuja legenda completa a anterior: (...) “no detalhe, jornalista da CNN é socorrida”. A terceira fotografia (10,5 cm x 6 cm) está posicionada ao pé da página, ilustrando a coluna do jornalista Nelson de Sá, com título de “Para Gringo Ver – A tática da polícia”, cuja legenda é: “Do hospital: Arvanitidis, produtora da CNN, mostra via Twitter o braço atingido pela bomba da polícia”. Embora outras 11 pessoas tenham ficado feridas, esta terceira foto, cujo crédito diz apenas reprodução, mostra a contusão no braço de Barbara Arvanitidis. Com base nas imagens, pode-se afirmar que a intenção da edição era a de destacar os elementos de violência, especialmente as ocorrências que tiveram um impacto direto na imprensa internacional. Como se a preocupação principal fosse a de produzir uma cobertura que atendesse as expectativas de uma audiência mundial sobre o conflito.

⁶ Não se trata de uma análise quantitativa, portanto os números são expressos apenas com a intenção de prover uma noção de grandeza.



Figura 1 – Fotos 1, 2 e 3 emulam uma cobertura de guerra

A cobertura do *Mídia Ninja* via Facebook

Durante o dia 12 de junho, a cobertura do *Mídia Ninja SP* divulgada via Facebook totalizou 15 imagens. A cobertura foi diversificada, abrangendo da ocupação de um prédio abandonado no centro da cidade à celebração batizada de *Fan Fest*. Desse total, 9 fotos (60%) foram sobre os protestos. Em comum, todos são creditados ao coletivo, nenhum fotógrafo individual é destacado. Em vez de textos mais longos, as fotos são acompanhadas de legendas simples ou foto-legendas, alguns com erros de digitação (ver figura 4 e 7).

A qualidade fotográfica é irregular (cf. figuras 2 e 10), com os fotógrafos buscando capturar os eventos no calor do momento, com fotos vívidas e ricas em movimento. Fa-

tos como o cerco da estação Tatuapé subterrâneo prestam quase um serviço em *real time* para os moradores da cidade.

Sobre os incidentes, a cobertura do *Mídia Ninja SP* revelou torcedores brasileiros atendidos por paramédicos durante a repressão do ato “Não terá Copa” (figura 5), mas não jornalistas estrangeiros. Esta pode ser simplesmente uma evidência de o *Mídia Ninja SP* ter uma equipe menor, ou mesmo a intenção de fotógrafos para se aproximar de conflito, inspirados na abordagem do fotojornalista húngaro Robert Capa (1913-1954). O cofundador da Magnum Photos era conhecido por se aproximar de eventos, especialmente de guerra.



Figura 2 – “Mais prisões. Manifestante é detido durante evacuação do Metrô Tatuapé, em SP. A ação da Polícia Militar na capital feriu diversas pessoas, entre ativistas e membros da Imprensa”



Figura 3 – “Metrô sitiado: em SP o protesto concentrado na estação Tatuapé é cercado e sufocado com truculência pelas tropas do batalhão de choque da PM. O metrô foi fechado para evitar a concentração de novos atos, impedindo a ida e vinda da população. A Favela do Moinho e a ocupação Copa do Povo seguem com atividades culturais críticas à Copa. Em breve matéria completa sobre o dia de protestos na capital em: <www.midianinja.org>”.



Figura 4 – “CANARINHA ANTI GÁS: Incomodado pelo Gás Lacrimogêneo torcedor cobre o rosto com a camisa da Seleção Brasileira. Polícia reprimiu com violência os protestos na Zona Leste de São Paulo”



Figura 7 – “CHOQUE EM CAMPO: Grande contingente da tropa de choque presente hoje nas ruas da Zona Leste de São Paulo”



Figura 5 – “TORCIDA EM CHOQUE. Torcedora do Brasil que estava na Zona Leste passa mal durante a repressão ao Ato Não Vai Ter Copa. Socorristas presentes na manifestação fizeram o atendimento”



Figura 8 – “METROVIÁRIOS RESISTEM: Nesse momento, na Zona Leste de São Paulo, trabalhadores se concentram para um ato de solidariedade aos metroviários que participaram de greve na última semana e exigem a readmissão dos trabalhadores despedidos”



Figura 6 – “MANIFESTAÇÃO IMPEDIDA: Polícia atua com violência desde as 10h da manhã nas ruas da Zona Leste de São Paulo. O uso da força foi justificado pela necessidade de se garantir o fluxo na Avenida Radial Leste”



Figura 9 – “REPRESSÃO NA CONCENTRAÇÃO: Um grande ato estava marcado hoje em São Paulo: Se não tiver direitos Não Vai Ter Copa. Manifestantes começavam a se agrupar ao lado da Estação Carrão do Metrô desde as 10 horas da manhã. Do que depender da Polícia Militar não vai ter ato. A Tropa de choque está no local e já usa bombas de efeito moral, balas de borracha e gás lacrimogênio para dispersar um número ainda pequeno de manifestantes que se concentrava no local. Duas pessoas já foram detidas e jornalistas internacionais também foram atingidos”



Figura 10 – “No dia que começam os jogos da Copa do Mundo 2014 a Polícia Militar, de São Paulo, usa bombas de efeito moral e tropa de choque para impedir que o ato ‘Não Vai Ter Copa’ chegue até a Radial Leste”

Discussão: um comparativo entre *Mídia Ninja SP* e *Folha de S.Paulo*

A primeira constatação está relacionada à quantidade de fotos. Do total de 12 fotos publicadas pela *Folha de S.Paulo*, 5 (42%) foram relacionados aos protestos sobre a Copa. Por outro lado, o *Mídia Ninja SP* divulgou, via Facebook, um total de 15 imagens, sendo 9 fotos (60%) sobre os protestos. A cobertura da *Folha de S.Paulo* destaca os elementos de violência, com manifestantes e policiais em confronto, especialmente os que tiveram impacto direto na imprensa internacional, como os ferimentos causados por projéteis disparados por policiais em jornalistas do canal a cabo noticioso estadunidense *CNN*. Por outro lado, a cobertura do *Mídia Ninja SP* foi mais diversificada, tendo aparentemente como foco o mercado doméstico, englobando desde a ocupação de prédio abandonado no centro da cidade até a celebração denominada *Fan Fest*.

Outra diferença importante é relativa aos créditos do fotógrafo. Na *Folha de S.Paulo* as fotografias foram creditadas ao fotógrafo brasileiro Fabio Braga, com uma única exceção, citada como ‘reprodução’. Ao contrário, nenhum fotógrafo foi destacado na cobertura do *Mídia Ninja SP*, como todas as fotografias sendo creditadas ao coletivo.

O formato de texto também variou em ambos os casos. A *Folha de S.Paulo* segue o padrão editorial da publicação. Na edição do

Mídia Ninja SP, específica para a plataforma digital, as fotografias são acompanhadas de pequenos textos, praticamente fotolegendas. Talvez devido à pressa para liberar o material, o texto foi escrito em um estilo informal, quase ingênuo. Há também a possibilidade de que esta opção seja uma tentativa consciente (ou inconsciente) de corresponder às representações coletivas de uma cobertura midiática ao vivo, uma vez que não há edição posterior de texto. Alinhada com as imagens, o breve texto que as acompanha fornece aos usuários da Internet a sensação de cobertura em tempo real.

Finalmente, temos de ressaltar que tanto a cobertura da *Folha de S.Paulo* quanto *Mídia Ninja SP* estão inseridas em uma determinada abordagem ideológica. As percepções das audiências podem variar, mas ambas estão ligadas. Ao selecionar um conjunto de imagens para apresentar uma dada situação, tanto os fotojornalistas da *Folha de S.Paulo* quanto os do *Mídia Ninja SP* escolhem códigos culturais e estéticos que muitas vezes acabam por criar um discurso ficcional (Kossoy, 2007).

Considerar o ativismo de uma mídia independente como uma alternativa à imprensa tradicional pode ser uma postura ingênua, pois sem a noção da continuidade da tradição seria impossível existir ruptura. Uma situação bem estudada pelo historiador inglês Eric Hobsbawm (2012). Neste sentido, o que o grupo *Mídia Ninja SP* faz é estabelecer um contraponto narrativo à mídia oficial. Quando saem às ruas, os jovens do coletivo não têm as amarras dos formatos jornalísticos, contudo sua produção também corre o risco de se tornar uma espécie de caricatura do próprio sistema midiático que denunciam. Imagens nervosas, sem grandes preocupações estéticas devido à suposta precariedade, são apresentadas como imagens ‘verdadeiras’, ratificando de certa forma uma mentalidade positivista do século 19. Afinal, como diz Kossoy, “o fragmento fotográfico adquire significado quando se percebem as múltiplas

teias que o enlaçam ao contexto histórico e à vida social em que se insere e ao mesmo tempo documenta” (Kossoy, 2007, p. 52).

● Considerações finais

Este estudo compara a cobertura da abertura da Copa do Mundo da FIFA, ocorrida na capital paulista no dia 12 de junho de 2014, realizada pela *Folha de S.Paulo*, em sua edição no dia 13 de junho, e a em tempo real divulgada pelo Facebook feita pelo coletivo *Mídia Ninja SP*.

O corpus de análise consistiu inicial, no caso a *Folha de S.Paulo*, em 12 fotos (encontradas na seção “Poder”) e 15 fotos do *Mídia Ninja SP*. Deste total foram selecionadas as imagens relativas à cobertura de conflito na capital paulista, totalizando 3 fotografias (25%) da *Folha de S.Paulo* e 9 fotos (60%) do coletivo.

Quanto aos resultados do estudo, destacam-se três questões. A primeira é uma suposta intenção do jornal impresso, o maior em circulação no país, de atender uma demanda noticiosa internacional, destacando os elementos que poderiam ser destaque no exterior, caso dos ferimentos nas jornalistas da televisão a cabo estadunidense *CNN*. Ao contrário, a cobertura do *Mídia Ninja SP* teve um olhar mais doméstico, concentrando-se em divulgar protestos em estações de metrô e ocupações de prédios desocupados no centro da cidade.

Um segundo ponto destacado é a forma como esta produção fotojornalística é registrada, com o jornal impresso creditando aos fotógrafos individuais e o *Mídia Ninja SP* ao coletivo como um todo. Mostra-se, aqui, uma mudança paradigmática.

Finalmente, destaca-se a produção textual, com os textos mais longos da mídia impressa e os extremamente curtos, quase fotolegendas, do *Mídia Ninja SP*. Os erros ortográficos e afins parecem ser considerados como parte inerente do processo de cobertura ao vivo, não sendo corrigidos *a posteriori*.

Como todas as mídias, convém lembrar que a fotografia é um reflexo das sociedades que a adotaram ou adotam. Ela pode ser um potente promotor de transformação social e pessoal, de maneira óbvia ou sutil, mas também revela um processo dialético, em evolução, na maioria dos casos inconsciente, que abre novas possibilidades e nega outras (Ritchin, 2009, p. 3). Segundo o estudioso, “o tempo fotográfico não é mais o momento estático de um encontro privilegiado entre o observador e o sujeito, mas é uma reorganização. O papel do fotógrafo, não surpreende, é menos crucial” (idem, p. 21).⁷

Além da alteração produtiva, houve mudança na relação do tempo e do espaço na observação fotográfica. Agora não há mais uma narrativa única, porém uma miríade de possibilidades construídas a partir da história e da interpretação de quem a vê:

Construímos nossa narrativa por meio de ecos de outras narrativas, por meio da ilusão do autorreflexo, por meio do conhecimento técnico e histórico, por meio da fofoca, dos devaneios, dos preconceitos, da iluminação, dos escrúpulos, da ingenuidade, da compaixão, do engenho. Nenhuma narrativa suscitada por uma imagem é definitiva ou exclusiva, e as medidas para aferir sua justeza variam segundo as mesmas circunstâncias que dão origem a própria narrativa (Manguel, 2000, p. 28).

Quando a narrativa se transforma é claro que também a percepção de mundo se altera. O tempo de olhar, de calma da observação, se altera para um tempo curto e fugidivo, um tempo cada vez mais exíguo e que nem sempre nos permite a reflexão sobre a história. Gilles Lipovestky e Jean Serroy sugerem o conceito de cultura-mundo (2011, p. 7). Seriam estas imagens produzidas por estes jovens acostumados e nascidos dentro da fluidez das ideias uma nova maneira de criar esta cultura-mundo? Seja ela qual for,

⁷ Tradução livre da autora: “Il tempo fotográfico non é piu Il momento statico di un incontro privilegiato tra osservatore e soggetto, ma viene riorganizzato. Il ruolo Del fotografo, non sorprende, diventa meno cruciale”.

não pode mais ser considerada simplesmente como uma superestrutura de signos, como o aroma e a decoração do mundo real: ela ganhou o mundo, o do tecnocapitalismo planetário, das indústrias culturais, do consumismo total, das mídias e das redes. Mas também o mundo do *slow food*, do consumo consciente, dos produtos de origem certificada, que preservam e incentivam as culturas regionais.

A complexa diversidade propiciada por mídias tradicionais, como a *Folha de S.Paulo*, e inovadoras, como o coletivo *Mídia Ninja*,

provavelmente não de mais ser compreendida isoladamente, apenas de forma ecossistêmica (Menezes, 2013). Caso contrário, corre-se o risco de se repetir o velho príncipe de Salina, personagem do livro *Il gattopardo* (O Leopardo), do escritor italiano Giuseppe Tomasi di Lampedusa (1896-1957). No filme homônimo dirigido por Luchino Visconti (*Il Gattopardo*, 1963), seu interprete, o ator estadunidense Burt Lancaster, diz: “tudo deve mudar para que tudo fique como está”. Como num giro de 360 graus.

(artigo recebido abr.2014/ aprovado mai.2014)

Referências

- ARCHETTI, Eduardo. Male hybrids in the world of soccer. In: SARTO, Ana del; RIÓS, Alicia; TRIGO, Abril. **The Latin American cultural studies reader**. Durham, NC: Duke University Press, 2004.
- BAITELLO Jr. Norval. **A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura**. São Paulo: Hacker, 2005.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70. 279 p. Edição revista e ampliada, 2011.
- DAMATTA, Roberto. Em Torno da Dialética entre Igualdade e Hierarquia: Notas sobre as Imagens e Representações dos Jogos Olímpicos e do Futebol no Brasil. **Antropolítica** (UFF), Rio de Janeiro, v. 1, n.14, 2003.
- DAMATTA, Roberto (Org.). **Universo do futebol: esporte e sociedade no Brasil**. Rio de Janeiro: Pinakothek, 1982.
- HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence O. **A invenção das tradições**. São Paulo, Paz e Terra, 2012.
- KOSSOY, Boris. **Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo**. Cotia, Ateliê Editorial, 2007.
- IL GATTOPARDO. Direção de Luchino Visconti. Intérpretes: Burt Lancaster; Claudia Cardinale; Alain Delon. Itália; França, 1963. (140 min.), son., color. Legendado.
- LANDESMAN, Tucker. Heroes of the street: three radical social movements in Brazil that you should know about. **Occupied London**. London, v. 1, n. 5, p. 41-48, Fall 2013.
- LEVER, Janet; MEIHY, José Carlos Sebe Bom. Two essays on sports. In: LEVINE, Robert M.; CROCETTI, John J. **The Brazil reader: history, culture, politics**. Durham, NC: Duke University Press, 1999.
- LIPOVETSKY, Gilles & SERROY, Jean. **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo, Companhia das Letras, 2011.
- MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.
- MARTINEZ, Monica; PESSONI, Arquimedes. O uso da análise de conteúdo na Intercom: pesquisas feitas com o método (1996 a 2012). In: JORGE, Thaís Mendonça (Org.). **Notícia em fragmentos: o desafio de aplicar a análise de conteúdo ao jornalismo digital**. (No prelo). Brasília, Editora da Universidade de Brasília, 2014.
- MENEZES, J. E. O. Ecologia da Comunicação: a cultura como um macrossistema comunicativo. **Comunicação, tecnologia e cidadania**. Ied. São Paulo: Plêiade, 2013, v. 1, p. 55-72.
- PERSICHETTI, Simonetta. A encruzilhada do fotojornalismo. **Revista Discursos Fotográficos**. V. 2, n. 2, 2006. Londrina. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1484>>. Acesso em: 10/09/2014.
- _____. Morte anunciada? Não necessariamente! O fotojornalismo renasce nas agências fotográficas. **Líbero**, v. XV, n. 29, 2012. São Paulo. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/8-Morte-anunciada.pdf>>. Acesso: 10/09/2014.
- REZENDE, Renata. A Mídia Ninja e o espaço da catarse coletiva: política e afeto no tempo das redes. XXXVI Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação – Intercom, 36, 2013, Manaus. São Paulo: **Intercom**, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1831-1.pdf>>. Acesso em: 21/08/2014.
- RITCHIN, Fred. **Dopo da fotografia**. Torino: Piccola Biblioteca Einaudi, 2009.
- ROHTER, Larry. If Brazil wants to scare the world, it's succeeding. **The New York Times**. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2004/10/31/weekinreview/31roht.html?ex=1256965200&en=37262794038df2bd&ei=5088&partner=rssnyt&r=0>>. Acesso em: 21/08/2014.
- SOUZA FILHO, Carlos Alves. **Um embaixador em tempos de crise**. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora, 1979.

