

COLETIVOS MEDIATIVISTAS E FACEBOOK: FORMAS DE ORGANIZAÇÃO POLÍTICA ENTRE RUAS E PLATAFORMAS DIGITAIS

Marcelo Castañeda¹

RESUMO

O objetivo do artigo é entender práticas desempenhadas por coletivos midiativistas com plataformas digitais caracterizando formas de organização política. A metodologia é qualitativa, com realização de observação participante e entrevistas em profundidade. Os conceitos de burocracia, plataformas digitais e movimentos sociais em rede constituem uma lente interpretativa da estrutura organizacional dos coletivos. Como resultados: a organização dos coletivos midiativistas estrutura suas práticas e é estruturada por elas; existem duas formas de organização, com e sem uma burocracia flexível; o coletivo midiativista que se estrutura com essa forma de burocracia concentrou ações. A conclusão apresenta limites e possibilidades de organização dos coletivos midiativistas com o Facebook quando este traz novas possibilidades de contrapoder e estabelece novos controles, gerando um paradoxo.

Palavras-Chave: Organização política; Burocracia; Plataformas digitais; Midiativismo; Facebook.

COLECTIVOS DE MEDIATIVISMO Y FACEBOOK: FORMAS DE ORGANIZACIÓN POLÍTICA ENTRE CALLES E PLATAFORMAS DIGITALES

RESUMEN

El objetivo del artículo es comprender las prácticas realizadas por activistas de medios con plataformas digitales que caracterizan formas de organización política. La metodología es cualitativa, con observación participante y entrevistas en profundidad. Los conceptos de burocracia, plataformas digitales y movimientos sociales en red constituyen una lente interpretativa de la estructura organizativa de los colectivos. Como resultado: la organización de los activistas de los medios estructura sus prácticas y es estructurada por ellos; hay dos formas de organización, con y sin burocracia flexible; el colectivo activista mediático que se estructura con esta forma de burocracia concentra acciones. La conclusión presenta límites y posibilidades de

¹Professor do Departamento de Administração da UFRJ.

organizar coletivos mediáticos con Facebook cuando trae nuevas posibilidades de contrapoder y establece nuevos controles, generando una paradoja.

Palabras clave: Organización política; Burocracia; Plataformas digitales; Activismo mediático; Facebook.

MEDIATIVISM COLLECTIVES AND FACEBOOK: FORMS OF POLITICAL ORGANIZATION BETWEEN STREETS AND DIGITAL PLATFORMS

ABSTRACT

The objective of the article is to understand practices performed by media activists with digital platforms characterizing forms of political organization. The methodology is qualitative, with participant observation and in-depth interviews. The concepts of bureaucracy, digital platforms and networked social movements constitute an interpretive lens of the organizational structure of collectives. As a result: the organization of media activists structures their practices and is structured by them; there are two forms of organization, with and without a flexible bureaucracy; the media activist collective that is structured with this form of bureaucracy concentrated actions. The conclusion presents limits and possibilities of organizing media collectives with Facebook when it brings new possibilities of counterpower and establishes new controls, generating a paradox.

Keywords: Political organization; Bureaucracy; Digital platforms; Media activism; Facebook.

INTRODUÇÃO

As manifestações que aconteceram no mês de junho de 2013 tomaram as ruas de várias cidades brasileiras e trouxeram como um dos elementos constituintes mais evidentes as práticas midiativistas, como transmissões por *streaming* ao vivo, circulação de fotos e vídeos e compartilhamento de *links* de notícias e eventos em plataformas digitais. Essas práticas podem configurar formas de organização de um contrapoder, compreendendo a ação coletiva que pode afetar as relações de poder nas redes globais de comunicação que estruturam as sociedades, seja pela construção de quadros de significação que reprogramem essas redes, seja pela capacidade de agir nas conexões de poder com uma interface que insira novas informações provocando a mudança (CASTELLS, 2015). Essas redes globais de comunicação se baseiam cada vez mais em plataformas digitais como Facebook, Twitter, Whatsapp e Telegram, entre outras, que tem seu lugar cada vez mais marcado nas tramas do cotidiano tecidas na contemporaneidade (XAVIER, 2016; MOROZOV, 2018).

Dentre os coletivos midiativistas que mais se destacaram entre 2014 e 2018 no contexto da cidade do Rio de Janeiro estão os que este artigo se volta: Mídia Ninja, Mídia Independente Coletiva (MIC) e Mariachi. Esses coletivos midiativistas podem ser caracterizados como organizações políticas que possuem a capacidade de registrar tecnicamente um aspecto da realidade a ser propagado em plataformas digitais, sendo que dentre as quais está o Facebook que é objeto de análise neste artigo, por constituir um espaço comum aos três coletivos no que diz respeito à circulação dos seus produtos político-técnico-culturais. Com os conteúdos gerados, os coletivos em questão têm como objetivo criar redes de solidariedade, identificação e denúncia na tentativa de se fazer alternativa e até mesmo modificar a narrativa tecida pela mídia corporativa, que tende a produzir a não existência de questões que são caras ao campo mais amplo de lutas e mobilizações em prol da transformação social (BENTES, 2014; BEZERRA; GRILLO, 2014; CASTAÑEDA, 2016; MACEDO; SILVA; CARDOSO, 2017; GUIMARÃES, 2017; GRAVANTE; CABARELLO, 2018).

As práticas nas quais se organizam os coletivos midiativistas podem ser vistas como formas de resistência e contestação da ordem vigente, constituindo uma espécie de contrapoder (CASTELLS, 2015) na medida em que seus integrantes acreditam desafiar as narrativas das corporações midiáticas, contestando e disputando o estatuto da verdade produzida por elas (FRYER-MOREIRA, 2016), bem como refletindo um processo de “desidentificação” da mídia corporativa que já existia no movimento de blogs a partir da primeira metade da década de 2000 (BARROS, 2018).

No que diz respeito à questão organizacional com a internet, na linguagem da ação coletiva, contemporaneamente verificamos um hibridismo que mescla formas de organização coletiva tipicamente modernas que mobilizam um repertório de ação (TILLY, 1995) com formatos derivados da presença cada vez maior das tecnologias da informação e comunicação na vida cotidiana a ponto de constituir um repertório digital de protesto (EARL; KIMPORT, 2011).

A organização do midiativismo em plataformas digitais parece refletir um novo paradigma, que tem uma relação cada vez mais paradoxal com os esforços de contestação da

ordem que vigoravam até o começo da popularização da internet a partir de meados dos anos 1990. Esse paradoxo pode ser reconhecido quando Morozov (2018) chama atenção para as *Big Techs*, designação genérica das cinco grandes empresas associadas a plataformas de uso intensivo de dados — Amazon, Apple, Google, Facebook e Microsoft —, todas situadas nos Estados Unidos, mas sofrendo cada vez mais a concorrência chinesa. Após a crise financeira de 2008, essas empresas se tornaram as maiores empresas do mundo por capitalização de mercado, sendo que a pandemia do novo coronavírus lhes proporciona novas frentes de mercado a partir da intensificação da digitalização da vida (MOROZOV, 2020).

O autor bielo-russo aponta que a força dessas plataformas está no fato de terem ajudado instituições e cidadãos que lutaram contra a crise financeira de 2008 a complementar orçamentos e receitas com novas fontes de renda, bem como efetuaram uma radical redução de custos nas áreas em que atuam em benefício da expansão da lógica neoliberal. Além disso, as elites globais viram no setor de tecnologia uma saída da crise, o que pode ser visto tanto pelo fato do setor responder pela maior parte do crescimento das bolsas de valores quanto pela transição para uma nova fronteira do capitalismo com a transformação digital. Nas mobilizações do campo midiativista, podemos verificar que essa influência se deu principalmente a partir do engajamento de trabalhadores autônomos do setor audiovisual e digital em práticas e ações relacionadas com o registro e divulgação das lutas contemporâneas que são objeto deste artigo.

No que diz respeito à estrutura organizacional dos coletivos midiativistas, torna-se interessante para os estudos organizacionais partir das mudanças percebidas na implicação da burocracia, desde a percepção como mediação e dominação estrutural, que pode ser apreciada e criticada pela tese de Tragtenberg (1974), até a passagem para modelos mais fluídos, como Paes de Paula (2002) procede em sua análise sobre a burocracia flexível para contestar a emergência de um suposto modelo pós-burocrático. Trata-se, sobretudo, de mostrar a hegemonia burocrática sob novas roupagens, em especial no controle dos processos organizacionais.

Tragtenberg (1974, p. 139-140) destaca “o condicionamento técnico da ação burocrática, especialmente o desenvolvimento dos meios de comunicação modernos que favorecem à concentração dos meios de administração nas mãos da burocracia empresarial”. No início da década de 1970, a preocupação do autor era com a pesquisa científica especializada, mas é possível pensar no poder que os segmentos empresariais têm com a concentração da mídia corporativa no contexto brasileiro e os desafios que os coletivos midiativistas se colocam em suas práticas de contestação quando essas se associam a plataformas digitais em um desenvolvimento que também pode ser visto como tecnoburocrático na contemporaneidade.

Ao defender a atualidade de Tragtenberg com a noção de burocracia flexível, Paes de Paula (2002) mostra que o toyotismo representa um amálgama das teorias administrativas que se sucederam, a fim de reinventar a hierarquia e sofisticar os mecanismos de controle, tornando disfarçadas as tentativas de harmonização das tensões entre capital e trabalho, além de reduzir as possibilidades de emancipação humana na esfera das organizações. Ambas as referências teóricas são anteriores à constituição das plataformas digitais e são pertinentes para perceber continuidades históricas de uma tecnoburocracia que atravessa estruturas estatais e empresariais a partir da consolidação do capitalismo como modo de produção hegemônico a partir do século XIX.

Tanto Tragtenberg (1974) quanto Paes de Paula (2002) refletem criticamente sobre a burocracia no aparato estatal e nas organizações empresariais, respectivamente, mas trazem aportes importantes para a reflexão neste artigo devido à lacuna teórica sobre burocracia e estrutura organizacional nos movimentos sociais. Essa lacuna fica clara quando consideramos que a maior parte das referências bibliográficas que conjugam os termos “burocracia”, “estrutura organizacional” e “movimentos sociais” diz respeito às relações dos movimentos sociais com a burocracia do aparato estatal (CARLOS, 2014, 2017; ABERS; SERAFIM; TATAGIBA, 2014), sendo que se torna extremamente desafiador explorar as possibilidades sobre o tema da organização política por meio dos coletivos midiativistas, entre suas atuações no espaço público e sua presença em plataformas digitais, contribuindo com o campo dos estudos organizacionais críticos (MISOCZKY; FLORES; GOULART, 2015).

A problemática do artigo pode, então, ser definida através da seguinte questão: que brechas para permanência ou dissolução das práticas desempenhadas pelos coletivos midiativistas Mídia Ninja, MIC e Mariachi, o Facebook, visto como um desenvolvimento tecnoburocrático, viabiliza ao se constituir como parte da estrutura organizacional deles, seja possibilitando conexões que buscam perfazer a configuração de um contrapoder frente à mídia corporativa, seja exercendo controle pelos filtros e algoritmos atuantes nesta plataforma digital corporativa?

A problemática se justifica pela contribuição ao campo dos estudos organizacionais pela proposta de articular práticas desempenhadas por atores coletivos específicos em contextos políticos à sua organização permeada pelas plataformas digitais. Quanto ao Facebook, sua escolha se deve ao fato de ser a plataforma que reunia mais pessoas no Brasil no período pesquisado – eram 130 milhões, em 2019, contra 8 milhões do Twitter na mesma época –, além de concentrar as ações dos três coletivos midiativistas pesquisados, que, por sua vez, foram escolhidos por serem os mais atuantes ao longo do período de observação participante da pesquisa, realizada entre 2014 e 2018.

Portanto, o objetivo geral deste artigo é compreender as práticas desempenhadas por coletivos midiativistas no espaço público e em plataformas digitais, a fim de caracterizar suas formas de organização política em seus limites e possibilidades. Dentre os objetivos específicos, podemos listar: (a) caracterizar a relação entre burocracia e plataformas digitais; (b) caracterizar a relação entre movimentos em rede e midiativismo; e (c) criar condições de perceber aberturas e fechamentos viabilizados pela plataforma digital Facebook, quando esta passa a ser vista como parte da estrutura organizacional dos coletivos pesquisados – Mídia Ninja, MIC e Mariachi – entre 2014 e 2018, nas suas ações realizadas no espaço público, especialmente em manifestações de rua na cidade do Rio de Janeiro.

A estrutura do artigo envolve duas seções que expõem a fundamentação teórica, caracterizando, em um primeiro momento, a burocracia e a emergência de plataformas digitais, e, em um segundo momento, a constituição dos movimentos sociais em rede, com destaque para o midiativismo. Depois disso, apresentamos a metodologia adotada, seguida de uma seção

que trata dos resultados da pesquisa, com uma descrição das práticas que constituem as formas de organização política dos coletivos midiativistas pesquisados, e de outra seção com uma discussão, que analisa os limites e possibilidades que o Facebook oferece para a organização política dos coletivos pesquisados. Por fim, tecemos considerações finais.

BUROCRACIA E PLATAFORMAS DIGITAIS

Esta seção compõe uma primeira parte da fundamentação teórica e efetua uma análise crítica da burocracia como parte importante da estrutura das organizações empresariais e estatais a partir de Tragtenberg (1974), tido como autor fundamental para os estudos organizacionais críticos (MISOCZKY; FLORES; GOULART, 2015).

O artigo se alinha ao *anti-management* (MISOCZKY; FLORES; GOULART, 2015) e procura combinar as perspectivas de Boltanski e Chiapello (2009) e Rodrigues (2010) com Paes de Paula (2002), que continua a argumentação de Tragtenberg (1974) ao colocar o toyotismo como objeto de crítica e delimitar uma burocracia flexível para se contrapor ao anunciado fim da burocracia, a fim de mostrar como as mudanças no âmbito das empresas foram influenciadas e influenciam a sociedade e os movimentos sociais. As transformações do capitalismo para um mundo conexcionista e flexível tornaram possível que a internet viabilizasse as comunicações, conexões e formas de organizar nas sociedades contemporâneas, sendo por isso que a seção se encerra com a transição recente dos *sites* de rede social (BOYD; ELLISON, 2007) para as plataformas digitais (XAVIER, 2016; D'ANDREA, 2018; MOROZOV, 2018).

A questão da burocracia como parte da estrutura organizacional foi tratada por Tragtenberg (1974) após analisar o surgimento e perecimento de teorias administrativas vistas como representações intelectuais de momentos do desenvolvimento histórico-social, sendo transitórias, ambíguas e cumulativas. Antes disso, o autor mostra que a administração, enquanto organização formal burocrática, se realiza plenamente no Estado, podendo ser vista no modo de produção asiático, muito antes do seu surgimento na empresa privada.

Baseado na perspectiva weberiana, Tragtenberg (1974) mostra que a burocracia é um tipo de poder que opera organizativamente. Trata-se de um sistema racional em que a divisão do trabalho se dá com vistas a fins, implicando predomínio do formalismo, da existência de normas escritas, estrutura hierárquica, divisão horizontal e vertical de trabalho, e impessoalidade no recrutamento dos quadros. A burocracia não é apenas um sistema de organização formal, mas um sistema de condutas significativas, indo além de um fenômeno meramente técnico, podendo ser visto como uma forma de dominação típica das organizações capitalistas modernas.

Com uma análise materialista, Tragtenberg (1974) aponta um pluralismo de racionalidades em função das classes sociais existentes. Para pensar as plataformas digitais, que tentam exercer seu controle contemporaneamente, importa entender que, na perspectiva deste autor, de um lado, a burocracia convida à participação de todos; de outro, com a hierarquia, monocracia, formalismo e opressão, afirma a alienação de todos, tornando-se secreta e se defendendo pelo sigilo administrativo, coação econômica e repressão política. Contemporaneamente, Morozov (2018) entende a possibilidade de um tecnofeudalismo no qual as *Big Techs* agiriam cada vez mais como novos governos através de suas plataformas digitais, sendo muito mais poderosas do que os Estados-nação e, por isso, torna-se importante repensar a burocracia.

Além disso, a inadequação do fator subjetivo, político e ideológico ao elemento objetivo da revolução tecnocientífica, da ciência como fator produtivo, do conhecimento como força de produção causa um vácuo que é o motivo do fascismo na esfera capitalista e, na época da escrita da tese de Tragtenberg (1974), do burocratismo na esfera socialista. O problema continua sendo a burocracia como poder político, que agora se manifesta nos controles opacos que as plataformas digitais efetuam a cada instante sobre a subjetividade de cada ser humano (O'NEIL, 2016; MOROZOV, 2018).

Paes de Paula (2002) procura atualizar as contribuições desse autor com a configuração de um capitalismo flexível capaz de combinar taxas variáveis de emprego, produção e consumo, maximizando ganhos a partir das diferentes formas de contratação da mão-de-obra, de

produção de bens e serviços e de investimentos de capital. A autora destaca a defesa de organizações enxutas e flexíveis, bem como processos como reengenharia, *downsizing*, terceirização, quarteirização e virtualização organizacional. Na seara das teorias administrativas, o toyotismo se destaca como solução pós-fordista com produção vinculada à demanda, individualizada, variada e heterogênea, baseada na filosofia *just in time* de gerenciamento com estoque mínimo, sistemas *kanban* e planejamento da produção.

Entendendo, de acordo com Tragtenberg (1974), a burocracia como um aparelho ideológico que se adapta às novas condições históricas, Paes de Paula (2002) aponta dissonâncias na perspectiva pós-burocrática, pois a burocracia reinventou a hierarquia e sofisticou os mecanismos de controle, tornando suas tentativas de harmonização das tensões entre capital e trabalho ainda mais disfarçadas, e reduzindo as possibilidades de emancipação humana. Trata-se de um novo sistema de dominação que se constrói em nome da liberdade: uma nova forma de organizar o tempo no local de trabalho, com planejamento flexível das jornadas e trabalho virtual. Sob a combinação de neoliberalismo e sofisticada vigilância perpetuam-se as formas de disciplina e controle organizacionais.

A autora mostra que o retorno a curto prazo para acionistas e a resposta imediata à demanda do consumidor são condutores dos funcionários que controlam mais suas atividades vigiados pelas tecnologias da informação e comunicação em uma adaptação dos sistemas burocráticos de supervisão. Na burocracia flexível, os membros de uma organização são portadores de regras implícitas de comportamento e monitoram o cumprimento destas pelos colegas. A iniciativa e capacidade de inovar passam a ser exigidas dos funcionários como uma regra de comportamento, algo desejado, perfazendo uma atividade estereotipada. Veremos como essas atitudes, típicas do mundo do trabalho nas organizações capitalistas, transbordam para a cultura e as relações sociais, bem como o papel que os *sites* de redes sociais, recentemente convertidos em plataformas digitais, desempenham nesse processo, e como essas afetam os coletivos midiativistas pesquisados.

Antes de chegar nos coletivos midiativistas e nas plataformas digitais, autores como Boltanski e Chiapello (2009) complementam a visão sobre as mudanças na estrutura

organizacional das empresas, que acabou por afetar o Estado e os próprios movimentos sociais. Eles mostram que a reorganização do capitalismo, a partir dos anos 1970, apresenta uma relação direta com as críticas dos movimentos sociais que tomaram forma no fim dos anos 1960 e foram incorporadas pelos seus atores principais: as empresas passaram a adotar processos de descentralização, *downsizing* e reengenharia, buscando adequação a críticas e demandas² dos movimentos que tiveram em maio de 1968 seu apogeu. Trata-se da emergência de um novo modelo ideológico que os autores denominam como “novo espírito do capitalismo”, trazendo como parte fundamental o paradigma da rede como forma de organização do trabalho e da vida.

Com a passagem da administração por objetivos, dos anos 1960, para as redes de empresas, que passam a ser hegemônicas a partir dos anos 1990, os autores entendem que os dispositivos de controle se dão através da governança e do autocontrole. A metáfora da rede passa a ser intensamente mobilizada como forma específica entre a hierarquia e o mercado, alimentando uma multiplicidade de projetos baseados na noção de empregabilidade e reputação. Em um mundo conexcionista, Boltanski e Chiapello (2009) mostram que as pessoas se preocupam cada vez mais com o desejo de se conectar com os outros, de se relacionar e estabelecer elos para não ficarem isoladas e esquecidas, depositando confiança e tendo foco na comunicação para discutir livremente, mas também ajustar-se aos outros e às situações de forma contínua na medida em que o que torna alguém empregável é a capacidade de envolver-se plenamente nos projetos de forma entusiasmada, sendo adaptável, flexível e polivalente, perfazendo uma estratégia individualista de busca pelo sucesso.

No cenário deste capitalismo informacional, Rodrigues (2010) destaca que as tecnologias da informação e comunicação dão concretude a novas formas de organização do trabalho, possibilitando a expansão dos valores do mundo do trabalho para a sociabilidade e a cultura. Assim, os *sites* de rede social e os dispositivos móveis são vistos como exemplos da

² Entre as críticas e demandas, Boltanski e Chiapello (2009, p. 130) apontam “[...] autonomia, espontaneidade, mobilidade, capacidade rizomática, polivalência (em oposição à especialização estrita da antiga divisão do trabalho), comunicabilidade, abertura para os outros e para as novidades, disponibilidade, criatividade, intuição visionária, sensibilidade para as diferenças, capacidade de dar atenção à vivência alheia, aceitação de múltiplas experiências, atração pelo informal e busca de contatos interpessoais [...]”.

incorporação na cultura, como valor, de princípios que surgiram como exigência no mundo do trabalho, incorporados nesse novo espírito do capitalismo a ponto de caracterizar um estado de conexão permanente que envolve compartilhamento de dados e informações em tempo real. A autora entende que esse estado de hiperconectividade tende a promover uma entrega voluntária à vigilância, com pouco espaço para brechas.

Com isso, cabe-nos entender a passagem dos *sites* de rede social para as plataformas digitais. Boyd e Ellison (2007) entendem que os *sites* de rede social permitem a construção de um perfil público ou semipúblico do ator em cena, que pode traduzir sua rede social e oferecer a possibilidade de que outras pessoas possam “flanar” pela rede social alheia, vendo conhecidos em comum. Um *site* de rede social é uma ferramenta que permite que as pessoas apresentem suas redes sociais e mostrem essas estruturas: não são as redes sociais em si, mas servem para mostrar, transformar e publicizar essas redes.

No entanto, o que está em jogo atualmente não são tanto os *sites* de rede social, mas as plataformas digitais, um conceito mais abrangente que compreende os *sites* de rede social de modo mais amplo, a partir de padrões de programação e das ferramentas que são usadas a partir deles. D’Andrea (2018, p. 29) destaca que “Para os estudos sobre plataformas digitais e, em especial, para as controvérsias que nelas se desenrolam, essa visada aponta para a importância de se compreender a formação do social situada, entre outros aspectos, nas materialidades dos softwares (e das infraestruturas) e a partir das regulações político-econômicas do Twitter, Facebook, etc”.

Xavier (2016) mostra que o desenvolvimento acelerado das tecnologias da informação, a expansão e popularização da telefonia celular e a disseminação dos *smartphones* conectados às redes 3G, 4G ou Wi-Fi trouxeram como possibilidades as plataformas digitais, que compreendem tanto aplicativos (Whatsapp, Messenger, Telegram e Hangouts) quanto *sites* de rede social (Facebook, Twitter, Instagram). O sistema de objetos e ações destas plataformas digitais induz novos comportamentos, formas de organização do trabalho, do consumo e da vida cotidiana, bem como de relacionamentos pessoais. Também correspondem a sofisticados meios de levantamento de informações e monitoramento de seus usuários, constituindo um

panóptico digital a serviço das grandes empresas que acessam lugares frequentados, *sites* visitados, lista de contatos e ligações realizadas, entre outras informações. Isso permite identificar e classificar perfis de usuários/ consumidores que, por sua vez, integrarão estratégias de indução a certos comportamentos alinhados aos interesses das empresas.

Cabe destacar que Morozov (2018) critica o domínio das empresas do Vale do Silício na configuração das plataformas digitais, que encampam a retórica da emancipação por meio do consumo ao fornecer uma multiplicidade de ferramentas para “enfrentar o sistema”, tais como Google, Uber, Airbnb, Amazon e Facebook. Para entender o apelo global dessa retórica é preciso contrapor a desconfiança pós-moderna diante de tudo o que seja remotamente consolidado, percebido como corrupto e a serviço de interesses escusos, e o triunfo da ideologia neoliberal. O autor entende que as plataformas digitais oferecem uma falsa emancipação, pois estas nos prometem mais liberdade, abertura e mobilidade para nos controlar mais, constituindo um modelo de capitalismo baseado em dados que busca converter todos os aspectos da existência em um ativo rentável. Também ressalta um aumento do custo da privacidade, com sua privatização em curso, em função da destruição da capacidade de imaginar outros modelos de gestão e organização da infraestrutura de comunicação: no fundo, trata-se de uma ditadura da falta de opção. Por fim, a epistemologia simplista do Vale do Silício começou a ser imitada por outras instituições.

MOVIMENTOS SOCIAIS EM REDE E MEDIATIVISMO

Na segunda parte da fundamentação teórica partimos da noção de Castells (2015) sobre o poder na sociedade global em rede, enfatizando a ação coletiva como uma possibilidade materializada com o mapeamento de Puyosa (2015) sobre movimentos sociais em rede, sendo que procuramos pensar na estrutura dos movimentos sociais a partir de Rich (2020). Depois desse percurso inicial, buscamos uma contextualização histórica do midiativismo (KELLNER, 2003; KAVADA, 2006; FIGUEIREDO, 2007; ALCÂNTARA, 2009; MOROZOV, 2018), a fim de

mostrar as condições pelas quais o midiativismo brasileiro perpassa as manifestações a partir de junho de 2013, com ênfase na cidade do Rio de Janeiro (BEZERRA; GRILLO, 2014; CASTAÑEDA, 2016; MACEDO; SILVA; CARDOSO, 2017).

Castells (2015) assinala que o poder na sociedade global em rede é constituído por dois mecanismos: a programação e a conexão das redes. A constituição de redes pelas organizações atuantes no processo de comunicação depende da capacidade de programar estas redes com objetivos e reprogramá-las para atingir os objetivos programados. Já a capacidade de conectar redes procura garantir a cooperação de diferentes redes ao compartilhar objetivos comuns, bem como afastar a competição de outras redes por meio da cooperação estratégica.

A ação coletiva pode afetar as relações de poder nas redes globais de comunicação que estruturam as sociedades mediante a construção de quadros de significação contendo discursos globais com potencial para reprogramar estas redes. Outra possibilidade é agir nas conexões de poder na medida em que os programas de cada rede determinam o alcance de interfaces possíveis no processo de conectar com outras redes. Para Castells (2015), a ação coletiva que constitui um contrapoder deve se voltar para a produção de códigos culturais e para inserir novas informações, práticas e atores-rede no sistema político. A mudança social na sociedade em rede é produto da reprogramação das redes de comunicação que constituem o ambiente simbólico de manipulação das imagens e processamento das informações.

Em sua caracterização dos movimentos sociais em rede, Puyosa (2015) chama atenção para o início emocional da mobilização e elaboração dos marcos de injustiça, bem como para o uso intensivo da internet e dos telefones celulares para comunicação política autônoma, trazendo a ideia de “poder de fazer rede” como habilidade para programar os discursos. A autora aborda a construção de identidade coletiva a partir de marcos de valores e uma linguagem própria dos movimentos, os debates sobre temas e valores em encontros deliberativos, o caráter difuso da estrutura destes movimentos e coalizões fluídas de redes de ativistas conectadas com múltiplas organizações de natureza híbrida com suas dinâmicas de capital social que combinam laços fortes e fracos. Assim, a ação coletiva para ocupação do espaço público aparece com destaque, sendo vista como um conjunto de práticas das quais

participam simultaneamente indivíduos e grupos que compartilham um espaço social de relações capaz de dar sentido ao que estão fazendo na medida em que usam uma linguagem e valores comuns para compor uma ação política contra-hegemônica, propagando ideias por difusão, cascatas ou contágio em redes.

Neste ponto, torna-se necessário uma aproximação com um ponto que é caro à problemática deste artigo: a estrutura organizacional dos coletivos midiativistas. O caráter exploratório do presente artigo se reforça ao considerarmos que boa parte da produção acadêmica sobre estrutura organizacional, burocracia e movimentos sociais se volta para as relações entre esses e o Estado, investigando a heterogeneidade estatal frente aos repertórios de interação (ABERS; SERAFIM; TATAGIBA, 2014), o conflito e a cooperação entre movimentos e o Estado (CARLOS, 2017) ou padrões organizacionais e discursivos derivados desta relação (CARLOS, 2014).

Rich (2020) traz aportes para entender a relação entre estrutura organizacional de movimentos sociais e as táticas adotadas por eles. A autora parte da ideia de movimentos híbridos, que continuam protestando nas ruas, como no passado, mas que também atuam como grupos de interesse junto aos governos, o que seria um paradoxo para visões mais conservadoras. Para tal seria necessário a formação de uma coalizão federativa que rompa com a dicotomia entre redes horizontalizadas, que não teriam capacidade de negociação com os governos, e federações hierarquizadas, que seriam facilmente cooptadas. Essa distinção se torna importante para entender o estágio atual dos coletivos midiativistas pesquisados neste artigo, como veremos mais adiante.

Se os coletivos midiativistas não podem ser tidos como um movimento social, as formas de organização midiativista não constituem uma novidade. Morozov (2018) retoma o fim da década de 1960 para mostrar um movimento que surgia e iria se repetir ao longo da história recente: um grupo de videoativistas, equipados com câmeras portáteis e entusiasmados com o potencial da TV a cabo, se propôs a documentar as injustiças e contestar os poderes constituídos. O uso da tecnologia para produzir e transmitir os próprios programas traduz certa ingenuidade em acreditar que a aldeia global pós-política e pós-capitalista estava prestes

a ser alcançada, em especial quando os sonhos utópicos que enxergam a internet como uma rede democratizante, solapadora do poder e cosmopolita – em suma, uma aldeia global – jamais se materializaram, sem falar no fato de que atualmente existe um domínio praticamente feudal, nitidamente partilhado entre as empresas de tecnologia e os serviços de inteligência.

No entanto, o marco inicial das práticas midiativistas que investigamos neste artigo pode ser visto no ciclo alterglobalização do final dos anos 1990 e início dos anos 2000, tendo como marca os protestos contra a rodada da Organização Mundial do Comércio (OMC) em Seattle no ano de 1999. Kellner (2003) assinala que a internet possibilitou uma “cobertura crítica” do evento, com a documentação dos vários grupos de protesto e um debate sobre a OMC e a globalização. A mídia hegemônica apresentava os manifestantes como “anticomércio”, destacando os incidentes de violência anarquista contra a propriedade e minimizando a brutalidade policial contra os manifestantes, enquanto a internet possibilitou a circulação de imagens, relatos de testemunhas oculares sobre a crueldade policial e a natureza pacífica e não violenta dos protestos. Essa diferença de perspectiva marca o midiativismo.

Figueiredo (2007) mostra o surgimento da rede *Indymedia*, que chegou a ser formada por centenas de coletivos, os Centros de Mídia Independente (CMI), espalhados pelo planeta, organizados horizontalmente e dedicados à democratização das comunicações. Essa rede nasceu de um *site* que foi criado durante os protestos de Seattle para que os ativistas pudessem trocar arquivos com informações alternativas à grande mídia, refletindo um planejamento que, na época, se dava sobretudo por listas de e-mail. Alcântara (2009) destaca que, através de uma rede descentralizada e autônoma, o CMI teve um papel importante na “Batalha de Seattle”, oferecendo informações, reportagens, fotos e vídeos em tempo real através do *site* na internet, bem como contribuiu na formação do Fórum Social Mundial em 2000.

Do ponto de vista organizativo, em cada manifestação ocorrida em Seattle, grupos que até então tinham atuações tão diferenciadas, e às vezes até contraditórias, agiam com interesses comuns: ambientalistas, sindicalistas, anarquistas, grupos religiosos, gays e lésbicas protestavam através de uma estrutura em rede sem qualquer estrutura central e unificadora.

Os

fóruns e grupos de afinidade constituíam a base desses movimentos, que conseguiam agir conjuntamente de acordo com o que têm em comum. Kavada (2005) mostra que esses grupos operavam uma “rede de redes”, constituindo um primeiro exemplo de resistência a lideranças na medida em que gerenciavam protestos e eventos coordenados sem um líder específico, um programa comum ou um centro de comando.

Gravante e Cabbalero (2018) entendem o midiativismo para além de uma apropriação, que se dá quando as pessoas dão sentido de pertencimento às ferramentas, valorizando-as e aprendendo a usá-las para satisfazer suas necessidades e interesses ou de seus grupos sociais, mas como forma de resistência e oportunidade política. Os autores chamam atenção para os padrões de uso dos meios alternativos de comunicação na recente conflitividade social na América Latina como experiências midiáticas de pequena escala, caracterizadas pelo uso alternativo da tecnologia que expressam visões diferentes das culturas, políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas, tanto com sua atitude quanto com seu posicionamento político.

As motivações dessas experiências midiáticas, nas quais os coletivos midiativistas podem ser vistos, encontram-se na cotidianidade, nas necessidades ordinárias ou extraordinárias vividas por seus protagonistas, marcadas por práticas autogestionárias de criação, produção e distribuição autodidatas, informais e de habilidades coletivas, envolvendo uma capacidade emancipadora e produzindo uma horizontalidade comunicativa entre emissor e receptor. Os coletivos midiativistas são produtores de narrativas, necessidades, desejos e identidades, individuais e coletivas, sendo capazes de produzir uma mudança cultural nas pessoas envolvidas nas suas práticas, portando uma mudança social relativa a visão de mundo.

Ao enfatizar que as transmissões por *streaming* ao vivo dos coletivos midiativistas têm sido associadas a *posts*, *hashtags*, *tweets* e memes que circulam nas plataformas digitais, criando ondas de intensa participação em que a experiência de tempo e espaço, a partilha do sensível, a intensidade da comoção e o engajamento potencializam a relação entre redes e ruas, Bentes (2014) traz elementos que são típicos de momentos em que as mobilizações estão mais intensas, como no Rio de Janeiro entre junho e outubro de 2013. Guimarães (2017) entende

que o corpo não domesticável do *streamer*³ pode ser visto como símbolo da complexa parceria entre o orgânico e os dispositivos cibernéticos. Nesse sentido, enxameados pelas ideias de instantaneidade, mobilidade, atuação em rede, produção colaborativa e compartilhamento de conteúdos, os *streamers* dão vazão a agências específicas tecidas pela existência rebelde, inconstante e instável de um corpo ciborgue.

No contexto da cidade do Rio de Janeiro, os coletivos midiativistas pesquisados estavam imersos em uma profusão de manifestações e eventos que foram analisados por alguns autores, em grande parte tendo as manifestações de junho de 2013 como marco inicial. Bezerra e Grillo (2014) trazem vários exemplos para apontar uma diferença significativa na abordagem da violência nas manifestações do ano de 2013: de um lado, a mídia corporativa não problematiza a violência e enfatiza a atuação dos “vândalos”; de outro lado, os coletivos midiativistas culpam a polícia pelos confrontos e representam positivamente as ações associadas à tática *Black Bloc*⁴. Castañeda (2016) procura entender as práticas que se teceram com a utilização de tecnologias da comunicação, tais como internet, telefones celulares e câmeras que configuram o midiativismo como um contraponto à mídia corporativa. Por fim, Macedo, Silva e Cardoso (2017) sinalizam que os coletivos midiativistas evidenciaram a parcialidade da cobertura jornalística da mídia corporativa, bem como a distância dessa em relação às mobilizações sociais, fazendo com que o midiativismo assuma parcialidade ideológica a favor de movimentos e mobilizações que reivindicam melhores condições de vida, igualdade social e o fim de preconceitos contra minorias.

Na seção seguinte, apresentamos a metodologia da pesquisa realizada, a fim de pensar os limites e possibilidades de organização política dos coletivos midiativistas quando o Facebook passa a se constituir como parte de sua estrutura organizacional.

³ Com esta expressão a autora quer se referir a quem transmite manifestações e demais eventos por *streaming* ao vivo.

⁴ A referida tática refere-se a um bloqueio humano efetuado por alguns manifestantes em situações nas quais a polícia procurava dispersar as manifestações, possibilitando uma diminuição do impacto sobre os manifestantes. Geralmente os manifestantes que compunham o bloqueio estavam vestidos de preto e usando máscaras.

METODOLOGIA

O artigo foi desenvolvido a partir de uma pesquisa que utilizou uma metodologia exploratória e descritiva quanto aos fins e bibliográfica e de campo quanto aos meios (VERGARA, 2016).

O caráter exploratório se deve ao fato do tema e da problemática possuírem pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Dessa forma, não há suposições ou hipóteses, apenas uma sustentação da problemática que foi construída. Também em relação aos fins, trata-se de uma pesquisa descritiva, pois busca caracterizar os coletivos midiativistas pesquisados no que diz respeito às suas formas de organização.

No que diz respeito aos meios, a pesquisa foi bibliográfica ao reunir referências e autores que possibilitassem a formação de uma lente interpretativa para discussão dos resultados da pesquisa de campo, que foi de caráter qualitativo e mobilizou diferentes métodos e técnicas de pesquisa. Todas essas atividades foram desenvolvidas na cidade do Rio de Janeiro.

A pesquisa de campo consistiu em uma observação participante que se desenvolveu entre 2014 e 2018, que foi atravessada por entrevistas em profundidade com atores relevantes das organizações pesquisadas no segundo semestre de 2015. Posteriormente, procedemos na análise dos dados, que se deu no ano de 2019. Cabe-nos detalhar cada passo dado na pesquisa em questão.

A observação participante se desenvolveu a partir de interações em pelo menos quinze atos e manifestações de rua na cidade do Rio de Janeiro, desde aquelas contra a Copa do Mundo que se realizavam no Brasil, em 2014, até o grande ato #EleNãO que foi deflagrado por mulheres contra o então candidato a presidente Jair Bolsonaro, em setembro de 2018.

A participação em atos e manifestações constituiu o momento presencial de uma observação participante que se desenvolveu principalmente em plataformas digitais envolvendo perfis individuais de midiativistas e páginas dos coletivos Mídia Ninja, Mariachi e MIC no Facebook, consistindo na observação dos produtos político-técnico-culturais desses

coletivos e suas interações com o público de seguidores de cada um deles. Todos os sujeitos dos coletivos midiativistas pesquisados com quem interagimos durante a realização da pesquisa sabiam sobre o papel do pesquisador nas interações realizadas, seja em atos ou manifestações seja aquelas feitas com o Facebook.

Nas manifestações, a observação participante foi feita sem bloco de notas, com anotações feitas posteriormente em um diário de campo, visando consolidar a percepção sobre as práticas. A observação nas plataformas digitais se orientou pelos apontamentos metodológicos de Fragozo, Recuero e Amaral (2011), combinando uma inserção silenciosa (*lurker*) na maior parte do tempo, quando se observava a repercussão dos materiais que circulavam no Facebook, sejam *posts* ou vídeos, ou mesmo com uma postura *insider*, na medida em que era reconhecido pelos informantes como alguém que poderia contribuir para os coletivos, até mesmo com a produção textual, o que ocorreu em alguns momentos.

Também foram selecionados três midiativistas com os quais foram realizadas entrevistas em profundidade realizadas que atuavam nos três coletivos que norteiam o presente artigo – Mídia Ninja, Mariachi e MIC – feitas no segundo semestre de 2015. Essas entrevistas formam parte de um recorte de um plano maior de entrevistados, do qual constavam outros três midiativistas que atuavam individualmente. Como o objetivo do artigo é tratar dos coletivos midiativistas, optou-se por manter apenas os entrevistados que atuavam nos coletivos para este artigo. As entrevistas podem ser detalhadas no quadro abaixo com a devida preservação do anonimato de cada um, de acordo com o termo de consentimento livre e esclarecido assinado por eles:

Quadro 1 – Entrevistas realizadas

Entrevistado	Data	Tempo de duração da entrevista
Mídia Ninja	Junho 2015	1 hora e 15 minutos
MIC	Setembro 2015	38 minutos
Mariachi	Outubro 2015	30 minutos

Fonte: elaborado pelo autor.

Estas foram transcritas e analisadas mediante o uso da análise de conteúdo como técnica pela qual Franco (2003) preconiza a codificação e a categorização do conteúdo gravado.

A ênfase foi dada nas tecnologias que os midiativistas utilizavam, nas práticas que eles desempenhavam com essas tecnologias e nos contextos de luta específicos que práticas e tecnologias se associavam (MILLER; SLATER, 2000), bem como na circulação dos materiais produzidos e nas interações com o público de seguidores que acompanhavam suas páginas no Facebook, perfazendo uma forma de organização política, que é o ponto que nos interessa mais neste artigo. A referida análise foi feita com o auxílio de uma planilha Excel para melhor visualização das associações em pauta.

Por fim, como parte do acúmulo para o desenvolvimento deste artigo, em julho de 2016 houve uma reunião com a participação de oito midiativistas para apresentação de resultados preliminares desta pesquisa que então se desenvolvia, o que pode ser tratado como uma entrevista em grupo com duração de cerca de três horas, trazendo boas indicações das tensões que atravessavam o campo e estão refletidas neste artigo. Cabe ressaltar que o histórico e caracterização das organizações que é apresentado na seção seguinte contou com elementos das entrevistas, da observação participante nas manifestações e no Facebook, bem como da reunião que fizemos referência.

COLETIVOS MADIATIVISTAS: UMA DESCRIÇÃO ENTRE AS RUAS E O FACEBOOK

Considerando apenas a plataforma digital Facebook, os três coletivos midiativistas pesquisados se organizam para compartilhar suas narrativas em contraposição à mídia corporativa para o público mais amplo em páginas que trazem mais possibilidades de capilaridade do que os perfis individuais nesta plataforma, pois estes apresentam uma limitação de cinco mil perfis para interação apesar de poderem contar com seguidores de forma ilimitada. As páginas não possuem esse limite.

Para termos uma ideia da importância do Facebook na capacidade de organização dos coletivos midiativistas pesquisados, é fundamental considerar que o seu algoritmo filtra e restringe a capilaridade das páginas. Isso significa que nem todos os seguidores que “curtem” ou “seguem” uma página irão receber as informações divulgadas nela a não ser que procurem por essa página.

O que foi observado na pesquisa é que existe um filtro baseado em uma função algorítmica que seleciona um percentual limitado de perfis que terão contato com o que é divulgado pela página na linha do tempo de cada usuário que acessa o Facebook – ou seja, enquanto estão rolando ou passando o que a plataforma seleciona para ser visto na tela a cada momento que acessam. Essa dinâmica pode ser rompida quando a página em questão “monetiza” uma postagem a fim de “impulsionar a publicação”, pagando para atingir mais perfis de seguidores, sendo esse um dos mecanismos de sustentação financeira dessa plataforma digital, junto com a venda de espaços publicitários segmentados que visam atingir o público esperado pelos anunciantes a partir das informações disponibilizadas pelos usuários que usufruem da “gratuidade” do serviço.

É pertinente acreditar que o custo de um coletivo midiativista cresce muito se for impulsionar cada publicação, logo, esse expediente não é usado de forma muito frequente, pelo que constatamos. De toda forma, é interessante destacar que as três páginas de coletivos que fizeram parte do corpo desta pesquisa apresentavam a seguinte quantidade de seguidores na época da escrita deste artigo:

Quadro 2 – Coletivos midiativistas pesquisados no Facebook

Coletivo	Seguidores	Data de início da página
Mídia Ninja	2,2 milhões	27/03/2013
MIC	126 mil seguidores	23/07/2013
Mariachi	171 mil seguidores	12/07/2013

Fonte: elaborado pelo autor com dados coletados no Facebook (MARIACHI, 2022; MÍDIA INDEPENDENTE COLETIVA, 2022; MÍDIA NINJA, 2022).

A página do Mídia Ninja tem um espectro nacional e esse fator explica que esse coletivo tenha uma quantidade de seguidores em sua página significativamente maior do que os outros dois. Devemos considerar sua capacidade de organização prévia para sustentar a operação do coletivo, tendo em vista que foi derivada de uma organização de produção cultural capilarizada nacionalmente, o Fora do Eixo, e conta até mesmo com uma campanha permanente de arrecadação de fundos junto a indivíduos interessados no formato de financiamento coletivo de suas ações.

Além de não contar com uma estrutura organizacional tão bem definida nem com fontes de financiamento externo, tanto o MIC quanto o Mariachi apresentaram descontinuidades na sua atuação ao longo do percurso desta pesquisa, fora o fato de estarem voltadas para uma atuação no contexto específico do Rio de Janeiro. Vale destacar que o Mariachi anunciou o encerramento de suas atividades na sua página no Facebook em março de 2019.

Podemos dizer que existe um campo midiativista, mais do que um movimento social ou coalizão nos termos de Rich (2020) na medida em que compartilham as mesmas práticas, tecnologias e contextos (MILLER; SLATER, 2000), mas não dialogam de forma mais ampla. A princípio, qualquer pessoa que possua os requisitos técnicos, tais como os equipamentos e a conexão, pode se tornar um midiativista numa perspectiva não essencializada do termo, inspirado em como Thompson (1987) pensa classe social, onde o midiativista não existe por si, mas se faz em determinadas condições. Dessa forma, não é necessário nem mesmo pertencer a um coletivo para se fazer um midiativista, o que coloca uma complexidade para entender as formas de organização do campo.

Os diferentes conteúdos produzidos pelos coletivos midiativistas são compartilhados em rede, gerando fluxos que, em determinados momentos, são capazes de influenciar e modificar a narrativa da mídia corporativa (BENTES, 2014; BEZERRA; GRILLO, 2014; MACEDO; SILVA; CARDOSO, 2017). Trata-se de uma prática que reflete uma disputa permanente e desigual, em especial quando se considera a precariedade de recursos, que é típica das formas de organização midiativista que se originam das condições atuais do mundo do trabalho, como Macedo, Silva e Cardoso (2017) identificaram ao mapear as trajetórias familiares e condição operária, suburbana ou favelada de boa parte dos midiativistas cariocas.

Um exemplo de mudança da narrativa tecida pela mídia corporativa é o caso do estudante Bruno Telles, que fora detido em uma manifestação no dia 22/07/2013 por ocasião da visita do papa Francisco ao Rio de Janeiro. Esse fato, presente na narrativa dos midiativistas entrevistados, gerou uma vigília em frente à 9ª Delegacia de Polícia, localizada no bairro do Catete, e na porta do Tribunal de Justiça, bem como um trabalho coletivo e cooperativo de midiativistas que filmaram o momento de sua detenção, provando que ele não arremessou um

coquetel molotov e possibilitando sua liberdade e uma reparação da Rede Globo de Televisão, o que pode ser considerado como uma vitória dos midiativistas que participaram desta ação. Em momentos como esse, as ações dos coletivos midiativistas vão além da circulação de conteúdo no Facebook, em especial quando se trata da cobertura de manifestações de rua e repressão policial, configurando o que Bezerra e Grillo (2014) entendem como uma disputa de narrativas entre as mídias corporativas e os coletivos midiativistas, entre eles os que estão considerados neste artigo.

Como contexto fundamental para o surgimento e enraizamento dos coletivos midiativistas, os entrevistados destacam o papel das manifestações ocorridas no mês de junho de 2013 em todo Brasil, em particular no Rio de Janeiro. No entanto, na narrativa de todos os midiativistas entrevistados, as mobilizações pela permanência da Aldeia Maracanã, em março de 2013, foram um elemento que antecipava as manifestações de junho daquele ano, em especial a repressão policial, que foi objeto recorrente dos vídeos produzidos pelos midiativistas e propagados no Facebook. Portanto, as práticas midiativistas que se conjugavam com as tecnologias estavam dadas no contexto (MILLER; SLATER, 2000) da luta pela permanência da Aldeia Maracanã antes do momento em que adquiriram maior visibilidade.

Com exceção do Mídia Ninja, que possui uma atuação consistente no Twitter, outra plataforma digital, os entrevistados mostram que MIC e Mariachi se voltavam quase que exclusivamente para o Facebook, a fim de propagar produções e registros de imagens. No entanto, uma “encruzilhada” foi ponto de consenso entre todos eles: a dependência desta plataforma digital, que “virou meio para se apropriar da própria internet”, sendo que “a *timeline* é tratada como se fosse uma nova televisão”, de forma que as pessoas não saiam da interação com a mesma e fiquem cada vez mais tempo no contato com a tela, seja do notebook ou do telefone celular.

Para Bentes (2014), trata-se de uma partilha do sensível, que pode criar ondas de participação em certos momentos, o que ficou marcado nas manifestações de junho de 2013, mas não se restringe àquele momento. No entanto, chama atenção o fato de que os próprios midiativistas entrevistados enxergavam problemas e críticas às práticas que eles

desempenhavam com as tecnologias nos contextos de luta. Essa autocrítica dos entrevistados vai ao encontro do que Xavier (2016) e Rodrigues (2010) entendem sobre o desenvolvimento acelerado das tecnologias da informação, que leva a uma situação paradoxal na medida em que abre possibilidades para novos comportamentos, formas de organização e relações entre as pessoas, traduzindo uma incorporação cultural de práticas e tecnologias do mundo do trabalho, que também traz a dimensão do controle mediante levantamento de informações e monitoramento dos usuários das plataformas digitais a ponto de constituir um panóptico digital na medida em que a hiperconectividade tende a promover uma entrega voluntária à vigilância, ainda que existam algumas brechas.

Esse ponto nos leva ao terreno específico da organização. No que diz respeito às origens, o Mídia Ninja se formou antes das manifestações de junho de 2013, e no período daquelas manifestações recrutava pessoas para seu coletivo através de reuniões semanais que aconteciam em um dos *campi* da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Bastava ter um telefone celular e disposição para cobrir manifestações que se desenrolavam. Conflitos nesse coletivo deram origem a outros, como o Coletivo Carranca, por exemplo, que não compõem o *corpus* deste artigo. Essas reuniões foram descontinuadas e, hoje em dia, o Mídia Ninja continua a operar, mantendo uma marca forte e a centralidade no campo do midiativismo, com recrutamento de novos voluntários e formação de pessoas interessadas, a partir da realização de oficinas em diferentes locais, mas sem uma regularidade definida, ainda que sempre em consonância com os períodos de intensificação das manifestações de rua.

Por outro lado, o MIC e o Mariachi se formaram no calor das manifestações de junho de 2013, mediante a necessidade de proteção de um grupo de pessoas que se reuniam para registrar e propagar de forma autônoma e mais horizontalizada o que estava acontecendo, e acabaram se mantendo de forma cada vez mais precária e inconstante, sem muita preocupação com o aspecto organizacional no que diz respeito a pensar numa estrutura. Essa precariedade ficou patente no período em que as manifestações se tornaram mais esporádicas, em especial depois do impeachment de Dilma Rousseff (PT) em abril de 2016.

Nesse ponto, importa trazer a discussão de Tragtenberg (1974) sobre a ambiguidade da burocracia, que convida à participação de todos ao mesmo tempo em que aliena todos que participam de sua estrutura, coadunando com o que Morozov (2018) contemporaneamente aponta como tecnofeudalismo das plataformas digitais. Pelo que se nota, e que nos interessa neste artigo, os coletivos midiativistas pesquisados estavam abertos à participação de todos e, de alguma forma, alienando seus participantes ao criar vínculos essenciais com as plataformas digitais, que de alguma maneira os governam, ainda que de forma sutil, opaca e quase imperceptível.

Essa questão fica clara quando um entrevistado sinaliza que “ainda que os vídeos e postagens do campo midiativista tenham um alcance considerável, estes estão cada vez mais restritos aos parâmetros do Facebook”. Essa declaração mostra que a dependência do Facebook era uma preocupação organizacional inerente ao campo, tendo em vista que era corroborada pelos outros entrevistados. Dois coletivos, MIC e Mariachi, somaram forças para tentar criar um portal intitulado “Mídia Coletiva”, mas este não foi em frente. Até agora, passados mais de oito anos da formação dos coletivos, apenas o Mídia Ninja conseguiu estruturar e manter um portal próprio, que é alimentado com matérias produzidas pelo coletivo e opiniões de colaboradores, ainda que não esteja livre da dependência do Facebook para circulação dos seus conteúdos. Esse foi o passo mais incisivo de todos os coletivos midiativistas pesquisados, que pode ser visto como uma tentativa de criar um espaço de fluxos próprios na internet que não ficasse à mercê dos filtros e algoritmos do Facebook e de qualquer outra plataforma digital. De certa forma, isso mostra que a política com a internet é feita nas brechas que existem na atual configuração tecnofeudalista das plataformas digitais (MOROZOV, 2018).

Também é importante destacar que o Mídia Ninja conseguiu encontrar uma forma de organização que lhe permitiu perenidade do seu portal próprio, ao contrário de MIC e Mariachi que chegaram a se unir para um projeto semelhante sem sucesso. Uma suposição tem novamente relação com a ideia de uma burocracia flexível (PAES DE PAULA, 2002) associada à estrutura do Mídia Ninja, ou seja, longe de estar enterrada pelas novas formas de organização baseadas em tecnologias da informação, a burocracia se renova e se adapta, encontrando

formas de adequação em diferentes segmentos, inclusive em determinados coletivos midiativistas.

Outro ponto sobre a organização remete à composição desses coletivos, sendo importante ressaltar o fato de que os participantes nunca são os mesmos ao longo do tempo. Isso pode ser visto nos coletivos midiativistas que se formaram, já que cada um deles teve diferentes composições de integrantes e alguns deles se destruíram. Dos três coletivos que foram acompanhados, apenas o Mídia Ninja se mantém atuante de forma permanente e constante, apesar das suas diferentes formações. O MIC não atua de forma constante, mas cada vez mais esporádica em *posts* ou transmissões via *streaming* ao vivo, e o Mariachi encerrou suas atividades em 2019.

Nesse sentido, uma suposição a ser desenvolvida é que MIC e Mariachi se aproximam mais do que Gravante e Caballero (2018) enfatizam como práticas autogestionárias de criação, produção e distribuição autodidatas, informais e de habilidades coletivas, buscando uma horizontalidade nas relações que estabelecem. Por outro lado, pela estrutura organizacional e capacidade de se fazer perene e central no campo, cabe-nos inferir se o Mídia Ninja pode ser visto como uma burocracia flexível (PAES DE PAULA, 2002).

Além de se basearem em plataformas digitais, os coletivos midiativistas mobilizam uma série de objetos técnicos em suas atividades cotidianas para se organizar (XAVIER, 2016; CASTAÑEDA, 2016; GUIMARÃES, 2017). Todos os entrevistados faziam uso das tecnologias de informação e comunicação, alguns com experiência em produção cultural e edição de vídeo, outros simplesmente contando com um telefone celular adequado para o registro e propagação imediata de imagens e áudio.

Considerando o que foi exposto até aqui nesta seção, uma síntese pode ser feita no que diz respeito às práticas dos coletivos midiativistas, que se baseiam em três, de um modo geral:

- a) com um telefone celular nas mãos, os midiativistas transmitem manifestações, atos e eventos diversos via *streaming* ao vivo para uma audiência conectada e estas ficam

armazenadas em depositórios eletrônicos, inicialmente isso se dava majoritariamente no aplicativo Twitcasting do Twitter e, agora, na linha do tempo do Facebook;

- b) registrando fotos e vídeos de manifestações, atos e eventos diversos por meio do uso de telefones celulares ou câmeras do tipo *digital single lens reflex* (DSLR), os midiativistas posteriormente editam vídeos no Youtube e difundem seus produtos midiáticos em plataformas digitais, das quais a principal é o Facebook;
- c) em especial nos momentos de baixa efervescência das manifestações de rua, os coletivos midiativistas divulgam *links* de notícias, produções próprias, chamadas para eventos e atos em páginas hospedadas no Facebook.

Daqui por diante, procuramos circunscrever cada uma dessas práticas, começando pelas transmissões por *streaming* ao vivo, que ficaram marcadas pela atuação do Mídia Ninja depois das manifestações de junho de 2013. Essa centralidade do coletivo foi objeto de disputas e dissensos entre coletivos e indivíduos atuantes no campo do midiativismo, em especial por sua origem derivada de uma organização de produção cultural, o Fora do Eixo, que era criticado por autonomistas e outros coletivos, acusado de receber verbas decorrentes de sua participação em editais do governo federal, então comandado pelo Partido dos Trabalhadores (PT). Essa controvérsia foi marcante entre 2013 e 2014. É possível considerar que essa estrutura prévia seja um fator explicativo para o protagonismo do Mídia Ninja no campo midiativista, em especial por conta dos recursos organizacionais que serviram de base para o coletivo em suas etapas iniciais, o que MIC e Mariachi não tiveram. Logo, esse é um elemento de diferenciação que as entrevistas trouxeram e que estão em consonância com a discussão sobre burocracia presente em Paes de Paula (2002) e Tragtenberg (2014).

A transmissão por *streaming* ao vivo envolvia uma parafernália tecnológica antes de existir conexão 3G nos telefones celulares. Na descrição de um entrevistado, as primeiras transmissões ao vivo do Mídia Ninja, no carnaval de São Paulo em 2013, envolviam aplicativos como Livecam e Twitter, *sites* de transmissão ao vivo como LiveStream e Youstream, ou mesmo Hangout do Google, acompanhados de equipamentos como cabos de rede, gerador, caixa de

som, microfone e mesa de som, que iam para todos os lugares em um carrinho de supermercado emprestado em busca de uma conexão de internet também emprestada.

A partir do início de 2013, o telefone celular possibilita conexão direta com a internet e o aplicativo Twitcasting divide a tela do aparelho em duas, viabilizando a transmissão e o recebimento de mensagens com interação com a audiência conectada. Assim, tudo fica mais fácil para a prática de transmissão por *streaming* ao vivo, que se dissemina nos contextos de luta. A partir de 2015, esse processo tende a se concentrar no Facebook, que passou a oferecer esse serviço, primeiro para páginas e depois para qualquer perfil inscrito na plataforma digital. Isso provoca uma mudança significativa no campo dos coletivos midiativistas, que passam a concentrar cada vez mais suas transmissões no Facebook, o que fortalece a percepção de que contam com o Facebook como parte de sua estrutura organizacional, traduzindo o avanço tecnofeudalista (MOROZOV, 2018), no caso em tela em função do entrelaçamento entre práticas e tecnologias em contextos de luta (MILLER; SLATER, 2000).

Outra prática comum ao campo do midiativismo é tirar uma foto ou gravar um vídeo, geralmente numa câmera com tecnologia DSLR e conexão Wi-Fi, e transmitir essa foto para o celular com algum tratamento, postando-a em tempo real. No caso dos vídeos, estes passam por um processo de edição posterior para serem inseridos no Youtube e circularem no ambiente do Facebook. A partir de 2014, o Facebook passa a permitir a inserção direta de vídeos, alterando o fluxo do processo de circulação de forma a tentar concentrar ações na sua plataforma. O que estamos sinalizando como avanço tecnofeudalista do Facebook é um processo que vem se desenvolvendo a partir da incorporação de diversas tecnologias e, até mesmo, de outras empresas de aplicativos – como Instagram e WhatsApp –, e foi bem descrito por Morozov (2018), em especial por conta de sua perspectiva crítica.

No momento posterior a 2013, considerando que o ápice de mobilização fora atingido entre junho e outubro daquele ano no contexto do Rio de Janeiro, as práticas midiativistas continuam sendo importantes para as lutas que se teceram, com destaque para a vitoriosa greve dos garis em pleno carnaval carioca de 2014 e as ocupações de escolas secundaristas

entre o final de 2015 e o primeiro semestre de 2016, que tomaram boa parte do país, bem como manifestações cada vez mais esporádicas nos anos seguintes.

O ano de 2015 foi marcado por manifestações de movimentos que, desde o início do ano, pleiteavam o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, com apropriações de práticas midiativistas por grupos tidos como conservadores, como o Movimento Brasil Livre (MBL) e o Vem Pra Rua. Em 2016, com a concretização do *impeachment* de Dilma Rousseff, as manifestações que tomaram as ruas com alguma regularidade se voltavam para um “Fora Temer”, que foram perdendo força até o final do mandato presidencial. Em 2017, houve uma grande mobilização, em abril, com um protesto contra o projeto de reforma da previdência proposto por Michel Temer, que acabou não acontecendo, embora muito em função das denúncias de corrupção que o atingiram e não pela mobilização contrária. No ano de 2018, as eleições acabaram minando os protestos, principalmente depois da eleição de Jair Bolsonaro, apesar de uma grande mobilização nacional #EleNão no final de setembro contra o então candidato.

Nos dois parágrafos anteriores procuramos resumir o contexto que se seguiu às manifestações de 2013 no período de realização da pesquisa, a fim de mostrar que as mobilizações continuaram tendo seu lugar nas ruas, mesmo que com menos intensidade, sendo que a atividade dos coletivos midiativistas acabou por acentuar uma dependência da plataforma digital Facebook, explicitada por eles mesmos nas entrevistas realizadas. De 2016 em diante, a prática mais destacada foi o compartilhamento de *links* de notícias, bem como a divulgação de eventos, com a transmissão de alguns deles, cada vez mais pelo *streaming* ao vivo do Facebook. De um lado, temos a diminuição das manifestações de rua ou mesmo o retorno dessas a patamares anteriores a 2013; de outro, verificamos dependência cada vez maior da plataforma digital Facebook.

Nesse sentido, na seção seguinte discutimos os resultados apresentados nessa seção à luz da problemática e dos objetivos estabelecidos neste artigo, a fim de nos voltar para o cerne da questão organizacional dos coletivos midiativistas pesquisados.

FORMAS ESPECÍFICAS DE ORGANIZAÇÃO DOS COLETIVOS MEDIATIVISTAS COM O FACEBOOK

Nesta seção avançamos na discussão dos resultados a partir de uma retomada da problemática, ou seja, buscando entender as formas de organização dos coletivos midiativistas, cuja estrutura organizacional se constitui também com o Facebook na medida em que se hospedam nesta plataforma digital corporativa: ao incorporar a análise crítica da burocracia efetuada por Tragtenberg (1974) e Paes de Paula para refletir sobre as práticas midiativistas, cabe verificar se a estrutura reticular viabilizada pelo Facebook institui novos controles que podem ser tidos como um desenvolvimento tecnoburocrático, com o qual os coletivos lidam para configurar um contrapoder frente à mídia corporativa.

Essa reflexão nos leva a algumas questões que podem ser melhor desenvolvidas. Primeiro, entender que não seria novidade o fato de organizações privadas como o Facebook refletirem motivações ideológicas, em especial através do gerenciamento e controle que seus filtros e algoritmos efetuam, direcionando o alcance e o efeito das redes configuradas por organizações como os coletivos midiativistas em questão, de acordo com seus interesses corporativos. Segundo, trazer a reflexão sobre os limites e possibilidades do almejado contrapoder que esses coletivos podem exercer, considerando que podem ser controlados, em alguma medida, pelo desenvolvimento tecnoburocrático que se atualiza para manter sua hegemonia, de acordo com Tragtenberg (1974) e Paes de Paula (2002).

A ausência de uma burocracia visível e evidente nos coletivos midiativistas pesquisados, com exceção do Mídia Ninja, que contava com uma estrutura mínima que suportava suas ações, não deve ser encarada como liberdade de organização autônoma, tendo em vista que essa liberdade funciona apenas como uma retórica no mundo reticular modulado por uma plataforma digital corporativa. As brechas para a construção de um contrapoder face às possibilidades de controle estabelecidas pela estrutura do Facebook sobre organizações políticas como os coletivos midiativistas são limitadas pelos filtros e algoritmos que atuam no terreno configurado por esta plataforma digital corporativa (O'NEIL, 2016; D'ANDREA, 2018; MOROZOV, 2018).

É importante ressaltar que esses limites não impedem que brechas sejam exploradas, mas essas não podem ser tomadas como um padrão do campo de lutas, para além do próprio midiativismo que é o caso em tela. De fato, apesar dos limites impostos por filtros e algoritmos, a política que atravessa os fluxos das plataformas digitais, dentre elas o Facebook, configuram manifestações do contrapoder. Existem nuances a serem exploradas, sendo preciso acompanhar se os benefícios não ficam mais com as plataformas digitais corporativas do que com os atores políticos empenhados na organização de um contrapoder, no caso midiativista em relação à mídia corporativa.

No que diz respeito à organização política dos coletivos midiativistas, o que pode ser visto como uma burocracia flexível (PAES DE PAULA, 2002) se torna fundamental para a sustentabilidade daquele que mantém a centralidade do campo de ação midiativista desde 2013. O Mídia Ninja, ao contar com a estrutura do Fora do Eixo, em especial para seu início de operação, em um modelo próximo a uma espécie de *startup* no terreno das mobilizações sociais, que faz uso do financiamento coletivo de suas ações, estabelece uma espécie de vantagem competitiva em relação aos coletivos mais autônomos e precários, como MIC e Mariachi, que não contam com financiamento externo por dificuldades de organização e que dependem apenas dos esforços e recursos individuais de seus membros para se manter ativos. Nesse sentido, entendemos que algum tipo de burocracia também continua sendo importante para a configuração de uma estrutura organizacional que vá além da conexão de páginas com perfis que atuam em uma plataforma digital corporativa.

O desafio maior para as formas de organização política dos coletivos midiativistas não passa apenas por romper com a dependência do Facebook, mas, nas palavras dos próprios atores entrevistados, conseguir construir plataformas tecnológicas autônomas e mais horizontais, de forma a poder pensar na configuração de uma alternativa ao ecossistema midiático que se forma entre a mídia corporativa e plataformas tecnológicas já estabelecidas, como o Facebook e o Twitter. De acordo com Morozov (2018), isso só seria possível sem o capitalismo. No entanto, reforçando o ponto sobre a burocracia flexível no Mídia Ninja, esse coletivo midiativista conseguiu manter um portal independente, ao contrário dos esforços de MIC e Mariachi para fazer o mesmo tipo de ação.

Isso não quer dizer que o simples fato de contar com uma estrutura burocrática garanta a perenidade de um coletivo, mas que nos casos em pauta é uma diferença marcante entre os coletivos analisados. Não se trata de uma determinação, o que seria até inviável de se demonstrar pela forma como conduzimos a pesquisa, mas outras variáveis parecem ser relacionadas a partir da observação participante efetuada, tais como a capacidade de atrair e manter novos colaboradores, gerar novas possibilidades de atuação em uma estrutura organizacional e, até mesmo, o fortalecimento de uma marca que se tornou referência no campo do midiativismo, ao ponto das pessoas enxergarem o Mídia Ninja de forma onipresente no cenário nacional, enquanto MIC e Mariachi tinham uma atuação regional, restrita à cidade do Rio de Janeiro (BENTES, 2014; MACEDO; SILVA; CARDOSO, 2017).

O que pode aparecer como brecha no que diz respeito à produção de conteúdo que contesta a mídia corporativa acaba sendo enredado pelas tramas de uma plataforma digital corporativa que abre e fecha possibilidades de organizações políticas que se formam com ela. Como aberturas temos as manifestações de junho de 2013 enquanto exemplo mais evidente, mas podemos também destacar o protesto #EleNão, organizado pelas mulheres contra o então candidato Jair Bolsonaro, no final de setembro de 2018, momento final da nossa pesquisa, que teve grande participação de pessoas nas ruas a partir de um grupo de debates criado no Facebook.

Várias manifestações aconteceram nas ruas e outras tantas foram convocadas no período pesquisado, mostrando que as brechas existem e não faz parte do escopo desse artigo avançar sobre a eficácia dos movimentos sociais na era das plataformas digitais corporativas como mediadoras dos processos de luta. No entanto, o que podemos afirmar a partir da observação participante efetuada é que não é sempre que uma plataforma digital como o Facebook perfaz um elemento importante para a mobilização social, em especial para a convocação de atos e manifestações de rua. Por outro lado, sem essas plataformas, se perde uma possibilidade de atingir um público ao qual os movimentos não teriam acesso de outra forma. Eis aí um paradoxo que não está resolvido.

Logo, cabe aos atores políticos, como os coletivos midiativistas pesquisados, ponderar os riscos e benefícios de se vincular a uma plataforma digital corporativa, em especial se não houver uma preocupação deles com uma estrutura organizacional, que aqui estamos vinculando à ideia de burocracia flexível desenvolvida por Paes de Paula (2002), capaz de atravessar esse espaço de fluxos configurado por essas plataformas. Ao mesmo tempo, isso remete ao universo conexcionista que Boltanski e Chiapello (2009) apontam no novo espírito do capitalismo, de certa forma numa apropriação simplista de que basta estar em rede para ser efetivo, o que pode ser crucial para o campo de lutas na medida em que esse aparece permeado pela transição em curso no mundo do trabalho nos últimos 50 anos, como mostra também Rodrigues (2010).

Em um período com manifestações de rua mais escassas, os coletivos midiativistas apresentam formas de organização de suas práticas cada vez mais restritas à plataforma Facebook, acompanhando suas métricas e capilaridades de alcance de publicações como “medidas de sucesso”, o que Morozov (2018, p. 12) entende como uma armadilha política já que, “[...] caso não encontremos formas de controlar essa infraestrutura, as democracias se afogarão em um tsunami de demagogia digital; esta a fonte mais provável de conteúdos virais [...]”.

Neste campo, são cada vez mais limitadas as brechas que surgem nas formas de controle tecidas por plataformas digitais que nos prometem autonomia e independência, mas estão inseridas no sistema capitalista que vem se transformando radicalmente do final dos anos 1960 em diante, inaugurando novas formas de controle associadas à conexão permanente e à entrega voluntária à vigilância, derivadas do uso de plataformas digitais e dispositivos móveis (RODRIGUES, 2010; XAVIER, 2016), bem como à incorporação cada vez mais veloz da crítica por parte das empresas que assumem protagonismo em um mundo conexcionista (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), no qual as plataformas digitais podem ser vistas como parte integrante do triunfo neoliberal (MOROZOV, 2018) e do desenvolvimento tecnoburocrático (TRAGTNEBERG, 1974; PAES DE PAULA, 2002).

Se considerarmos que Puyosa (2015) caracteriza os movimentos sociais em rede por uma ação mais localizada, a reprogramação global preconizada por Castells (2015) se torna cada vez mais difícil. Nesse sentido, concordamos com Gravante e Cabballero (2018), que assinalam que a capacidade de resistência e oportunidade política em pequena escala dos coletivos midiativistas possibilitam práticas autogestionárias e mudança cultural às pessoas que participam dessas organizações, mas ao mesmo tempo a capacidade de desestabilizar o domínio da mídia corporativa na produção dos fatos, como objetivo dos coletivos midiativistas, acaba ficando limitado a brechas que continuam abertas.

A presente pesquisa confirma o que Bentes (2014), Castañeda (2016) e Guimarães (2017) caracterizam como uma parafernália tecnológica que envolve a atuação dos coletivos midiativistas. Suas práticas de organização podem ser vistas como uma bricolagem, uma espécie de gambiarra que possibilita a qualquer um que tenha acesso a um telefone celular e a uma conexão 3G à internet se faça um midiativista, o que não garantiu a proliferação dos coletivos, pelo contrário. Isso faz levantar a questão das barreiras em relação ao pertencimento que os grupos pesquisados levantam e o baixo interesse de pessoas que adotavam essas práticas numa esfera mais individualizada em fazer parte e montar novos coletivos, o que reforça a estratégia individualista de busca pelo sucesso que o novo espírito do capitalismo incentiva (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). Ao analisar o caso das formas de organização midiativista no Facebook, fica claro que existem brechas para ação política, mas estas, por si só, não garantem a sustentabilidade das ações de contestação da ordem vigente, ainda que enquanto o capitalismo vigorar, e é isso que está em curso, serão estas brechas que alimentarão as possibilidades de constituição de um contrapoder, que não parece prescindir dos desenvolvimentos da burocracia, que mantém sua hegemonia na configuração de estruturas organizacionais que permitam sustentabilidade no sentido da perenidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo contribui para a reflexão dos Estudos Organizacionais ao analisar a organização de coletivos que perfazem o campo de ações do midiativismo, visto como um conjunto de práticas marcadas pelo hibridismo entre ação humana e tecnologias/ máquinas. Ao entender o

Facebook como um desenvolvimento tecnoburocrático que integra, de algum modo, a estrutura organizacional dos coletivos midiativistas, retomamos a atualidade da crítica à burocracia, que continua operando sob novas roupagens através de controles, filtros e algoritmos das plataformas digitais corporativas sobre os movimentos sociais em rede que proliferam com a expansão da internet.

Uma primeira conclusão é que a organização dos coletivos midiativistas viabiliza práticas específicas, tais como a transmissão por *streaming* ao vivo, a difusão de vídeos e fotos, e a divulgação de *links* de notícias e eventos pelo Facebook, e a maior parte do fluxo se dá, passa e quase sempre termina nessa plataforma digital corporativa, que tinha 130 milhões de brasileiros cadastrados em 2019, o que configura um número expressivo, atraindo o interesse de formação de público por parte de atores políticos.

Em uma segunda conclusão, destacamos que as práticas desempenhadas pelos coletivos midiativistas pesquisados permitem caracterizar pelo menos duas formas de organização que se relacionam com o Facebook como parte da estrutura organizacional deles:

- a) de um lado, o Mídia Ninja aparece como coletivo mais bem estruturado por contar com uma burocracia flexível que permite um tipo de organização na fronteira do paradigma da rede que se instaura com o novo espírito do capitalismo que se torna hegemônico no mundo do trabalho, possibilitando que se organize a contestação — neste caso da produção midiática corporativa —, bem como conte com recursos financeiros externos;
- b) de outro lado, ao acompanhar a trajetória de MIC e Mariachi, percebemos que as aberturas organizacionais que se deram na formação desses coletivos durante as manifestações que ocorreram no ano de 2013 foram se fechando nos anos seguintes, em especial por não contarem com uma estrutura organizacional para além daquela disponibilizada pelo Facebook, que instituiu controles próprios, com mais restrições às mobilizações sociais.

Essas duas formas de organização política nos permitem pensar que a burocracia atualiza sua hegemonia e ainda se faz necessária para as organizações em rede ou para redes de organizações que se pretendem perenes, em especial nos termos de uma burocracia flexível que se adequa ao novo espírito do capitalismo. Com a pandemia do novo coronavírus e a

digitalização da vida, é cada vez mais improvável que se consiga se organizar politicamente somente pela mediação das plataformas digitais corporativas ou mesmo de forma presencial, provocando uma ruptura que só poderá ser medida em outros estudos sobre as formas de organização. Nesse sentido, um estudo futuro poderá abordar as formas de organização na imbricação cada vez mais constante das redes com as ruas, do virtual com a presença, perfazendo múltiplas esferas da realidade de um mundo que traz um aumento da desigualdade e de diferentes crises que se entremeiam, no qual os movimentos sociais e os coletivos midiativistas podem fazer alguma diferença no sentido da luta por mudança social.

A terceira conclusão do artigo está no fato de que, no campo do midiativismo, houve uma concentração das ações em uma organização, o Mídia Ninja, em detrimento de vários coletivos que conviviam de forma diversificada nas manifestações de 2013. Apontamos, assim, uma capacidade organizativa do Mídia Ninja que não foi observada nos outros coletivos pesquisados. Não se trata apenas da questão financeira ou de ligações com governos, mandatos parlamentares ou outras organizações mais capilarizadas, ainda que isso importe, mas, para o que interessa aos estudos organizacionais críticos no terreno das mobilizações e contestações sociais, contar com uma estrutura organizacional que não se restringe à administração de páginas e perfis em uma plataforma digital corporativa como o Facebook, além de estar aberta a receber e formar novos integrantes nas oficinas, formando novos grupos de forma constante, aparece como diferencial no campo pesquisado.

Uma quarta conclusão é que as práticas midiativistas estruturam as formas de organização que investigamos nos coletivos, bem como são estruturadas por esses, pois a maior parte das práticas midiativistas se relaciona com períodos de manifestações de rua e conflitividade intensas. Se elas estruturam organizações nesse período, quando as manifestações ficam escassas são as organizações que promovem práticas para se manter. Nesse ponto, o Mídia Ninja conseguiu promover suas práticas de forma a ter 200 mil seguidores a mais entre 2019 e 2020. Ao mesmo tempo, cabe inferir que organizações como MIC e Mariachi, que se formaram em períodos de maior intensidade das manifestações, mas não chegaram a desenvolver uma estrutura organizacional, acabaram por perecer quando essas manifestações se tornaram mais escassas, o que pode ser visto pela interrupção das atividades do Mariachi e pela atuação esporádica do MIC. Em pesquisas futuras, cabe ampliar o conjunto

de organizações, tendo em vista que o campo midiativista não se reduz a essas organizações pesquisadas, a fim de entender mais profundamente essa dinâmica entre práticas, formas de organização e contextos de conflito social.

Por fim, uma quinta conclusão é que a plataforma digital Facebook traz como desafios novas formas de controle que podem fechar possibilidades de estruturação de organizações políticas que dependam exclusivamente dela para contestar estruturas de poder. Cabe pensar no Facebook como desenvolvimento tecnoburocrático contemporâneo, sendo que o caso dos coletivos midiativistas pesquisados é um exemplo das limitações que se apresentam, na medida em que, apesar de apresentarem um discurso de contestação e resistência, acabam por contribuir, ao participar e depender dela para suas atividades, para a constituição de uma forma de dominação mais poderosa, porque fluida e individualizada, que se configura com o advento das plataformas digitais corporativas com seus algoritmos e filtros. Além disso, as organizações de mídia corporativa tendem a representar uma configuração intermediária entre as plataformas digitais e os coletivos e indivíduos que se organizam mediante métricas para a produção de informação.

Nesse sentido, o Facebook é um exemplo em um contexto em que diferentes plataformas digitais proliferam e se complexifica com o advento da inteligência artificial e, em breve, com o 5G e o estabelecimento da Internet das Coisas. Isso nos traz a mais uma possibilidade de pesquisa futura, que procure abranger o ecossistema midiático contemporâneo em um país como o Brasil, o que demandaria uma integração de pesquisadores e instituições, dado o tamanho do desafio.

Por fim, este artigo aponta que uma burocracia flexível continua operando no mundo conexcionista em que as redes são o paradigma dominante. Dessa forma, podemos compreender a centralidade do Mídia Ninja como uma estrutura que consegue se manter de forma mais sustentável do que MIC e Mariachi no campo do midiativismo, mesmo em um contexto com manifestações de rua menos frequentes, o que por si só não resolve a dependência do Facebook ou de outras plataformas digitais como terreno de circulação das informações, vídeos e demais produções desses coletivos, de forma que estão tentando constituir um contrapoder que contesta estruturas hegemônicas no capitalismo contemporâneo e, paradoxalmente, contribuindo com seu fortalecimento na medida em que o contraponto com a mídia corporativa

se dá no terreno de uma nova dominação. Acreditamos que apontar esse paradoxo é a principal contribuição desse artigo, que se voltou para aberturas e fechamentos viabilizados pelo Facebook quando passa a ser visto como parte da estrutura organizacional dos coletivos midiativistas pesquisados.

REFERÊNCIAS

ABERS, Rebecca; SERAFIM, Lizandra; TATAGIBA, Luciana. Repertórios de interação Estado-Sociedade em um Estado heterogêneo: a experiência na Era Lula. **Dados – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v.57, n.2, p. 325-357, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0011-5258201411>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/dados/v57n2/a03v57n2.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2021.

ALCÂNTARA, Ana Roberta Vieira de. **A internet e o Fórum Social Mundial**: a ação política autônoma no mundo das redes. 2009. Dissertação (Mestrado em Cultura e Informação). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-11112009-224313/pt-br.php>. Acesso em: 15 fev. 2021.

BARROS, Marcos. Digitally crafting a resistant professional identity: The case of Brazilian ‘dirty’ bloggers. **Organization**, v. 26, n. 6, p. 755-783, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/1350508418759185>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1350508418759185>. Acesso em 28 jul. 2019.

BENTES, Ivana. Estéticas insurgentes e Mídia-multidão. **Linc em Revista**. Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 330-343, maio, 2014. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3552/3049>. Acesso em: 11 fev. 2019.

BEZERRA, Arthur Coelho; GRILLO, Carolina Cristoph. Batalha nas ruas, guerra nas redes: notas sobre a cobertura midiática da violência em manifestações. **Linc em Revista**, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p. 195-210, maio, 2014. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3544/3041>. Acesso em: 15 fev. 2021.

BOLTANSKI, Luc & CHIAPELLO, Eve. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

CARLOS, Euzeneia. Mudanças e continuidades no movimento de direitos humanos: padrões organizacionais, relacionais e discursivos. **Opinião Pública**, Campinas, v.20, n.3, p. 450-479, dez. 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/1807-01912014203450>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/op/v20n3/0104-6276-op-20-03-00450.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2021.

CARLOS, Euzeneia. Cooperação e conflito na relação movimentos sociais e Estado. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v.16, n.35, jan./abr. 2017. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2017v16n35p321>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2017v16n35p321/34247>. Acesso em: 15 fev. 2021.

CASTAÑEDA, Marcelo. Midiativismo: tecnologias, práticas e contextos nas lutas no Rio de Janeiro. REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 30., 2016, João Pessoa. **[Anais...]** João Pessoa, Associação Brasileira de Antropologia, 2016. Disponível em: http://evento.abant.org.br/rba/30rba/files/1466541150_ARQUIVO_ABA_2016.pdf. Acesso em: 15 fev. 2021.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

FIGUEIREDO, Guilherme Gitahy de. Vamos ao baile: gingas da comunicação e da participação no zapatismo. **Lua Nova**, São Paulo, v.72, p. 47-82, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ln/n72/a03n72.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2021.

EARL, Jennifer & KIMPORT, Katrina. **Digitally enabled social change: activism in the internet age**. Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press, 2011.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de conteúdo**. Brasília: Plano Editora, 2003.

FRYER-MOREIRA, Raffaella May. “**A gente tava ali**”: repensando a verdade com midiativistas no Rio de Janeiro. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

GRAVANTE, Tommaso; CABALLERO, Francisco Sierra. Ciudadania digital y acción coletiva en America Latina: una crítica de la mediación y apropiación social. **Revista NuestrAmerica**, vol. 6; n. 12, p. 79-100, jul/dez, 2018. Disponível em: <http://revistanuestramerica.cl/ojs/index.php/nuestramerica/article/view/134/273>. Acesso em: 20 fev. 2019.

GUIMARÃES, Lara Linhalis Linhalis. Uma revoada de entidades: o que enxameia a atuação dos *streamers* nas jornadas de junho de 2013?. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 36, p. 99-110, set./dez. 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2554232504>. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532017000300099&lng=pt&tlng=pt. Acesso em: 28 mar. 2019.

KAVADA, Anastasia. Exploring the role of the internet in the ‘movement for alternative globalization’: The case of the Paris 2003 European Social Forum. **Westminster Papers in Communication and Culture**, University of Westminster, London), Vol. 2, n.1, p. 72-95, 2005. Disponível em: https://pdfs.semanticscholar.org/4588/9878cc987acb82c4972426e799ae867935a1.pdf?_ga=2.88156763.1327488125.1613421869-82764901.1613421869. Acesso em: 15 fev. 2021.

KELLNER, Douglas. *Globalization, Technopolitics and Revolution. The future of revolutions*. London: Zed Books, 2003.

MACEDO, Marcelo Hernandez; SILVA, Flávio da Rocha Pires; CARDOSO, Alessandra. A formação de grupos de midiativismo no Rio de Janeiro. **Alceu**, v.18, n.35, p. 94-113, jul./dez. 2017. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/index.php/alceu/article/view/121/119>. Acesso em: 15 fev. 2021.

MARIACHI. **[Página no Facebook]**. [S.l.], 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/coletivomariachi/>. Acesso em: 14 mar. 2022.

MÍDIA INDEPENDENTE COLETIVA (MIC). **[Página no Facebook]**. [S.l.], 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/midiaindependentecoletiva/>. Acesso em: 14 mar. 2022.

MÍDIA NINJA. **[Página no Facebook]**. [S.l.], 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/>. Acesso em: 14 mar. 2022.

MILLER, Daniel & SLATER, Don. **Internet: an ethnographic approach**. Oxford: Berg, 2000.

MISOCZKY, Maria Ceci; FLORES, Rafael Kruter; GOULART, Sueli. An anti-managment statement in dialogue with critical brazilian authors. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.55, n.2, p. 130-138, mar./abr. 2015. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0034-759020150203>. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000200130&lng=en&tlng=en. Acesso em: 15 fev. 2021.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

_____. The tech 'solutions' for coronavirus take the surveillance state to the next level. **The Guardian**. London, 15 abr. 2020. Disponível em: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/apr/15/tech-coronavirus-surveillance-state-digital-disrupt>. Acesso em: 10 jun. 2020.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of math destruction: how Big Data increases inequality and threatens democracy**. New York: Crown, 2016.

PAES DE PAULA, Ana Paula. Tragtenberg revistado: as inexoráveis harmonias administrativas e a burocracia flexível. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 1, p. 127-144, jan./fev. 2002. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/6431>. Acesso em: 10 jul. 2019.

PUYOSA, Iria. Los movimientos sociales em red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político. **Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 128, abr/julio 2015. Disponível em:

<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2311/2459>. Acesso em: 15 fev. 2019.

RICH, Jessica Alexis Jolicouer. Organizing twenty-first century activism: from structure to strategy in Latin American social movements. **Latin American Research Review**, v.55, n.3, p. 430-444, set. 2020. DOI: <http://doi.org/10.25222/larr.452>. Disponível em: <https://larrlasa.org/articles/10.25222/larr.452/>. Acesso em 15 fev. 2021.

RODRIGUES, Carla. Capitalismo informacional, redes sociais e dispositivos móveis: hipóteses de articulação. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 20, p. 70-83, dez 2010. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/3133/3291>. Acesso em: 13 fev. 2019.

THOMPSON, Edward Palmer. **A Formação da Classe Operária Inglesa: A Árvore da Liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1987.

TILLY, Charles. Contentious repertoires in Great Britain, 1758-1834. In: TRAUGOTT, Mark (ed.). **Repertoires and Cycles of Collective Action**, Duke University Press, p. 15-42, 1995.

TRAGTENBERG, Mauricio. **Burocracia e ideologia**. São Paulo: Ática, 1974.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. 16 ed. São Paulo: Atlas, 2016.

XAVIER, Marcos Antonio de Moraes. Lugar, corporeidade e política: reflexões a partir do net-ativismo em redes sociais *online*. **Geosp**: Espaço e tempo, v. 20, n. 3, p. 551-567, 2016. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geosp.2016.120261>. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/geosp/article/view/120261>. Acesso em: 14 fev. 2019.

Submetido em 26/04/2021
Aprovado em 23/03/2022