

Mídia Ninja e Fora do Eixo: reflexões sobre política e economia nas redes digitais¹

Mídia Ninja e Fora do Eixo: reflexiones sobre política e economia em las redes digitales

Mídia Ninja and Fora do Eixo: reflections about economic and politics on digital networks

Danielle Edite Ferreira Maciel

Mestre e Doutoranda em Ciências da Comunicação, na Escola de Comunicação e Artes (PPGCOM-ECA), da Universidade de São Paulo (USP).

danielle.maciel@usp.br

Artigo recebido em: 29/07/2015 e aprovado em 10/09/2015

Resumo

O artigo traça um histórico do processo pelo qual emergiu o Fora do Eixo (FdE) e a Mídia Ninja, caracterizando suas formas de atuação baseadas em princípios colaborativistas e não comerciais, e em parceria com a política institucional. Num segundo momento, analisa, a partir da forma organizativa do FdE: 1) o trabalho dos ativistas orgânicos, que moram nas Casas FdE e; 2) o trabalho colaborativo dos coletivos parceiros não-orgânicos da rede. Por fim, discute a possibilidade da atuação dessas redes estarem em conformidade com novas formas de produção e gestão do capitalismo contemporâneo.

Palavras-chave: Produção Colaborativa, Midialivrisimo, Políticas Públicas, Capitalismo Contemporâneo

Resumen

El estudio tiene como objetivo elaborar un relato histórico del proceso por el cual surgió la red Fora do Eixo (FdE) y la Mídia Ninja, con sus formas de acción basadas en principios colaborativistas y no comerciales, y en asociación con la política institucional. En segundo lugar, analiza, basándose en datos sobre la forma de organizativa del FdE: 1) El trabajo de los activistas orgánicos, que viven en las casas FdE y 2) El trabajo cooperativo o colaborativo de los colectivos (socios externos) a la red FdE. En este sentido, se discute la posibilidad de que la actuación de esas redes esté en sintonía con las nuevas formas de producción y gestión del capitalismo contemporáneo.

Palabras-clave: Producción Colaborativa, Midialivrisimo, Políticas Públicas, Capitalismo Contemporáneo

Abstract

This paper aims to follow Fora do Eixo (FdE) and Mídia Ninja development and historical process path by which these organizations arised, showing their collaborative and non-commercial principles ways of working, and in parternship with institutional policy. Secondly, analyzes, from FdE's organization aspects: 1) The organic activists work - who live at FdE houses -, and; 2) Non-organic partners and network collectives that work together in a collaborative or cooperative way. In this sense, we discuss if this network actions are working according with the contemporary capitalism new production forms and management. management new (procedures ways) contemporary capitalism.

Keywords: Collaborative Production, Midialivrisimo, Public Politics, Contemporary Capitalism

Introdução

1- Este artigo dá sequência a uma pesquisa iniciada no mestrado e aprofundada no doutorado, ainda em andamento, no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo (USP), sob orientação do Prof. Dr. Celso Frederico e financiada pela Capes.

Foi durante as manifestações de junho de 2013 no Brasil, motivadas inicialmente pelo aumento da tarifa do transporte público em São Paulo e depois estendidas com outras pautas para o resto do país, que a Mídia Ninja, Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação, destacou-se. O projeto é definido por seus idealizadores como:

Uma rede de comunicadores que produzem e distribuem informação em movimento, agindo e comunicando. Apostamos na lógica colaborativa de criação e compartilhamento de conteúdos, característica da sociedade em rede, para realizar reportagens, documentários e investigações no Brasil e no mundo. [...] Vivemos uma cultura *peertopeer* (P2P), que permite a troca de informações diretas entre as pessoas, sem a presença dos velhos intermediários. (NINJA, 2014)

Munidos de *smartphones*, conexões móveis de internet 3G e publicação direta em redes sociais como Facebook e Twitter, os Ninjas conseguiram transmitir em tempo real a maior onda de protestos dos últimos tempos no Brasil, alcançando altos índices de audiência. Para a ampla cobertura, a Mídia Ninja conta com a contribuição de colaboradores espalhados por toda a rede, que podem estar tanto organicamente vinculados à proposta quanto contribuindo de maneira externa e esporádica. Nesse caso, é importante frisar que o projeto surgiu de dentro da experiência comunicativa do coletivo Fora do Eixo (FdE), uma rede de coletivos culturais criada no final de 2005 por produtores culturais independentes, o que permitiu que já possuísse, de antemão, uma gama de colaboradores. Segundo Rodrigo Savazoni, parceiro da iniciativa e também pesquisador sobre a forma organizativa e a trajetória do FdE, a Mídia Ninja surgiu devido ao êxito da Pós-TV, (WebTV do Fora do Eixo), sendo pensada como um projeto específico: “uma iniciativa articulada pelo Fora do Eixo dentro de uma estratégia que a organização denominou, a partir do seu 4º Congresso, de ‘pós-marca’. Ou seja, de que as iniciativas fomentadas pelo FdE pudessem dar origem a redes autônomas.” (SAVAZONI, 2014, p. 126)

Segundo Torturra (2013, s/p), os Ninjas, à altura, possuíam “um núcleo pequeno e crescente, de umas 15 pessoas, que trabalha em dedicação integral ao projeto” e, “mais importante”, tinham, “mais de 1500 inscrições, de todos os estados do Brasil, mais de 150 cidades, de gente querendo se envolver no projeto”. É nesse sentido que a experiência se configura como uma forma colaborativa de produção nas redes, que são potencializadas a partir da web 2.0., plataformas nas quais os usuários podem não somente consumir informações como também interagir e produzir conteúdos.

Para seus organizadores, a Mídia Ninja diferenciar-se-ia de uma empresa tradicional de jornalismo, uma vez que não existe uma relação salarial entre seus membros, tampouco definição rígida de cargos; além disso, o projeto não cobra de seus leitores as informações que produz em seus canais – no Facebook, Twitter e em sua página oficial, na plataforma Oximity. Sua proposta se apresentaria, portanto, como continuadora de uma história de midialivrisimo, como nomeiam o movimento do qual fazem parte, lutando pela democratização da comunicação, desvinculada de interesses mercadológicos. (NINJA, 2014)

O fenômeno da Mídia Ninja nos parece um ponto de partida interessante para refletirmos sobre as transformações pelas quais vêm passando os processos produtivos e as formas de gestão e reprodução do capitalismo contemporâneo. Ele levanta um desafio, inicialmente, que é compreender como se mantêm materialmente o projeto em sua integralidade, já que não apresenta fontes de renda tradicionais de empresas jornalísticas, como a venda de seus conteúdos (textos, fotos, vídeos, transmissões etc.) ou espaço para anúncios. Assim, dividimos esse artigo em dois momentos: 1) problematizamos se toda a construção discursiva antimercadológica, colaborativista e independente da iniciativa se sustenta, investigando o percurso histórico que possibilita a formação dessas experiências e as possíveis contradições que elas possam conter; 2) procuramos compreender o funcionamento de sua produção colaborativa, levantando reflexões sobre a relação entre trabalho e engajamento e a própria lógica de economia das redes. Cabe refletir, portanto, sobre os sentidos desse colaborativismo: poderia comportar processos mais democratizantes ou estaria promovendo um novo tipo de exploração nas redes?

1- Midialivrisimo: sintoma de uma época?

Inspirado pelo acúmulo de mais de 15 anos de Mídia Livre no Brasil, de experiências que vão da Ciranda da Informação Independente nos Fóruns Sociais Mundiais às redes autônomas da blogosfera, passando por inúmeras iniciativas articuladas em torno dos fóruns de Mídia Livre, o NINJA é parte de um movimento mais amplo que chamamos midialivrisimo. (NINJA, 2014)

2- Os Dias de Ação Global foram manifestações descentralizadas, organizadas em diversos lugares do mundo, em datas que coincidiam com encontros de cúpula de organismos internacionais como o G8, a Organização Mundial do Comércio (OMC), o Banco Mundial (BID) e o Fundo Monetário Internacional (FMI) (MACIEL, 2012, p. 72).

Apesar da grande repercussão nacional e internacional que a Mídia Ninja teve como proposta inovadora, os próprios idealizadores do projeto reconhecem que estão dentro de um contexto histórico maior, dando continuidade a uma luta pela democratização da comunicação.

As experiências que deram ensejo ao neologismo *mediativismo* (PASQUINELLI, 2002) emergiram na esteira das lutas de movimentos antissistêmicos, no final dos anos 1990, os chamados Dias de Ação Global², da Ação Global dos Povos (AGP), uma plataforma de comunicação e coordenação de movimentos descen-

tralizados e autônomos que tinha como princípios a rejeição ao capitalismo e a outras formas de dominação que estavam promovendo o chamavam de “globalização destrutiva”. Apesar de ser resultado de uma grande diversidade de movimentos anticapitalistas, a ação direta e a desobediência civil como método principal de luta eram seu ponto de convergência, ao invés do diálogo pelas vias institucionais, considerado “ineficiente e ineficaz no tratamento de organizações tão profundamente antidemocráticas e tendenciosas, para quem o capital transnacional seria ‘o único sujeito político real’” (AÇÃO GLOBAL DOS POVOS, s/d).

A experiência paradigmática desse processo foi a formação de uma rede de comunicação produzida por ativistas em luta, durante os protestos em Seattle: a Rede Indymedia ou os Centros de Mídia Independente (CMI). De acordo com Ortellado (CMI, 2009), os próprios manifestantes publicavam diretamente seus relatos, entrevistas, fotos e vídeos, dispensando a mediação do jornalista:

tratava-se de [...] um sistema participativo de publicação aberta. A sua proposta era muito simples: “reunir num site informações sobre as mais variadas lutas, aproximando-as, dando ênfase (ainda que um pouco sutil) à ideia de que todas as lutas estão integradas, ou deveriam estar, e são parte de um mesmo processo de emancipação, de superação do capitalismo.”

O que é fundamental sobre o surgimento desta rede ativista de mídia é que ela nasce de uma necessidade interna da AGP, com o compromisso de evitar a assimilação das lutas pelas organizações contrárias a elas. Todavia, sendo as lutas antiglobalização derrotadas enquanto projeto que almejava pôr em causa os fundamentos das relações capitalistas, elas iniciam uma fase de descenso, contribuindo para a configuração de um novo cenário, o midialivrismo.

O processo de descenso da AGP - e, por consequência, dos CMIs -- ocorreu, sobretudo, pela forte repressão que o movimento sofreu, principalmente a partir das manifestações em Gênova, na Itália, em julho de 2001. A intensa violência que o movimento recebera levou-o a um recuo de táticas e, conseqüentemente, abalou a coesão da rede de movimentos, que acabou por se fragmentar em diferentes perspectivas (das mais recuadas às mais ofensivas), culminando na divergência de estratégias e modos de atuação de cada movimento que compunha AGP.³ Os CMIs, todavia, continuaram a existir, mas já como um instrumento da comunicação que se autonomizava do próprio movimento que lhe dera origem. Além disso, a interatividade e a produção colaborativa nas redes passariam, rapidamente, a se configurar como a própria lógica de produção das corporações do setor de comunicação.

3- Embora não seja foco deste artigo, é importante ressaltar que mesmo essa rede de movimentos já sinalizava um intenso processo de desagregação e segmentação de pautas dos movimentos antissistêmicos tradicionais, sobretudo após a chamada reestruturação produtiva e o desmonte do bloco socialista no final da década de 1980

Foi na fase de descenso da AGP que surgiu a ideia de realização do “Fórum Social Mundial”, em um encontro dos grupos ATTAC, Le Monde Diplomatique e a Comissão Brasileira de Justiça e Paz (CBJP), que integravam a AGP, junto a Oded Grajew, coordenador da Associação Brasileira de Empresários pela Cidadania (CIVES). Logo em seguida, a ideia receberia o apoio da prefeitura de Porto Alegre e do governo do Rio Grande do Sul, ambos do Partido dos Trabalhadores (PT), viabilizando a sua realização. Somaram-se a essas outras seis organizações e movimentos sociais, formando o Comitê Organizador do Fórum Social Mundial (FSM), que foi realizado pela primeira vez em janeiro de 2001. (MANOLO, 2010).

A partir das divergências internas ao movimento global, foram se concretizando ações e alianças entre os grupos “mais moderados” e os empresários interessados “no bem da sociedade civil”, além do auxílio financeiro determinante do PT. Para os ativistas que se identificavam com o “espírito de Seattle” (libertário, autônomo e anticapitalista), a construção do FSM era a tentativa de arrefecer os ânimos mais radicais do movimento

Que o FSM se realize como tentativa de apresentar-se como síntese das lutas “antiglobalização”, é só a realização daquilo mesmo que caracteriza toda a esquerda institucional e sua tentativa permanente de tornar-se porta-voz das reivindicações, para incluí-las - uma vez mais e sempre - na lógica da “diversidade consentida” do mercado e do jogo eleitoral. Um outro mundo é possível diz o FSM. A tentativa de traduzir o realmente diverso no mundo falsamente plural do mercado e do Estado apresenta-se, ainda uma vez, como tentativa de colorir de tons diversos o cinza do mundo único do capital e do Estado. (COLETIVO ACRÁTICO, COLETIVO CONTRA A CORRENTE E COLETIVO PIRACEMA, 2001)

Grupos que tiveram o CMI como referência, ou que se formaram neste meio, iniciaram outras experiências com vistas ao uso emancipador das mídias digitais, dentre as quais podemos destacar, pelo menos, quatro diferentes formas de atuação: coletivos de mídia e cultura digital que se transformaram em ONGs para conseguirem atuar num espectro mais amplo da sociedade; grupos mais próximos ao governo que atuaram na tentativa de implementar políticas públicas no âmbito da cultura digital; iniciativas empresariais de redes de relacionamento e compartilhamento de informações e bens culturais (como é o caso do Twitter, que foi criado por um dos ativistas do CMI); e coletivos de política e tecnologia, que optaram por pesquisar de forma autônoma e independente usos que garantissem a privacidade e a segurança na internet.

O fator fundamental para se compreender o surgimento do “midialivrismo” está exatamente nesse processo de, diante do descenso de lutas radicalizadas,

4- De acordo com Paulo Arantes (2015b): “Não foi por crueldade social que o lulismo enterrou a reforma agrária, ou realizou uma verdadeira anti-reforma urbana, coroada pelo monstrego do Minha Casa Minha Vida, [...] Foi o que acabamos de ver. [...] Quando se diz que o Brasil mudou, é para valer, não se trata de maré conjuntural. A partir do momento em que despertamos do sonho de uma sociedade do trabalho em construção, deixamos de ser uma comunidade política de expectativas imaginadas e nos tornamos uma comunidade de escolhas de produtos políticos oferecidos pelos governantes de turno e comprados, ou rejeitados, caso não satisfaçam determinado “sonho”, pelos agentes de um novo mercado, o da cidadania.”

alças mais moderadas, ligadas a partidos políticos e à disputa institucional, encontrarem uma proposta de conciliação entre diferentes setores da sociedade. O FSM uniu movimentos sociais, partidos políticos e empresários do terceiro setor em torno de um grande evento que organizou a esquerda brasileira preparando um cenário favorável ao modelo de gestão implementado na esfera federal logo em seguida pelos mandatos petistas. Em 2003, Lula e o PT chegavam à presidência, acionando mecanismos de governo fundamentados na ampliação da participação e da cidadania através de políticas públicas voltadas ao “social”, num processo em que a classe trabalhadora, já apassivada e politicamente fragmentada, passava a ser abordada como público-alvo das políticas em questão. Com o governo de esquerda no poder, a tática de luta baseada nas ações diretas e na desobediência civil perde espaço para as negociações no âmbito institucional; o horizonte de transformações sociais radicais distancia-se cada vez mais, ajudando a compor um “tempo de expectativas decrescentes” (ARANTES, 2015a)⁴.

Dentre essas formas articuladas de gestão do social, a política cultural do Ministério da Cultura (MinC), encabeçada pela parceria Gilberto Gil/Juca Ferreira, foi paradigmática. Uma de suas principais ações foi o Programa Cultura, Educação e Cidadania - Cultura Viva, que deu origem aos Pontos de Cultura. Partia-se da ideia de que o Estado seria apenas indutor dos processos culturais, mas não o agente responsável por “fazer cultura”. Dessa maneira os Pontos de Cultura se materializaram em editais públicos que tinham como foco organizações da sociedade civil que atuavam com ações culturais “em áreas com pouca oferta de serviços públicos e envolvendo populações pobres ou em situação de vulnerabilidade social.” (SAVAZONI, 2014, p. 57) O fomento proporcionado por essas políticas culturais transformaram o cenário cultural do país (RUBIM, 2010), sobretudo no que diz respeito às iniciativas ligadas à juventude de periferia e àquela engajada na cultura digital. É desse processo histórico, portanto, que emerge a organização de uma rede como o Fora do Eixo:

O principal aspecto contextual da origem do Fora do Eixo é sua associação à experiência de participação social proporcionada pelo governo Lula, em especial pelo Ministério da Cultura de Gil-Juca, que buscou fomentar ativamente, por meio de políticas públicas, as “forças vivas” da cultura brasileira. Aqui cabe ressaltar o Programa Cultura Viva, com os Pontos de Cultura e as ações de cultura digital. (SAVAZONI, 2014, p. 153)

É nesse mesmo quadro político que se configura o movimento ao qual a Mídia Ninja se filia, o midialivrisimo, que, segundo Savazoni, foi impulsionado durante o governo Lula, “quando o Ministério da Cultura patrocinou uma política pública [...] os Prêmios de Mídia Livre. O governo, na ocasião, também estimulou a

realização dos Fóruns de Mídia Livre, que reuniram diferentes produtores de comunicação independente para articulá-los em redes.” (SAVAZONI, 2014, p. 128)

O ideário e a prática do *midiativismo* na virada do século XX para o XXI tinham como pressupostos o entendimento de que a militância política deveria ser independente em relação a Estados e empresas privadas porque, simplesmente, acreditava-se que, do contrário, comprometer-se-ia irreparavelmente a autonomia política de qualquer projeto de atuação anticapitalista. Diferentemente, no midialivismo praticado desde as Cirandas de Comunicação dos Fóruns Sociais Mundiais até a Mídia Ninja, a forma de atuação ocorre em parceria com governos (e mesmo com empresas privadas). O que fica ainda mais claro pela própria definição do termo mídia livre ou midialivismo que é estabelecida pelo Ministério da Cultura (2015, s/p), nos critérios para os editais dos Pontos de Mídia Livre. Ou seja, a atividade comunicativa é livre apenas no que diz respeito ao “financiamento e subordinação editorial de empresas de comunicação legalmente constituídas ou com vinculação partidária”. Assim, a Mídia Ninja é filha desse movimento, exatamente porque o Fora do Eixo é uma rede articuladora de coletivos culturais que influencia e capta editais na área da cultura e comunicação.

Contudo, mesmo nessa leitura de que o papel que desempenhara a profusão de políticas públicas e dispositivos participativos como uma derrota de um ciclo de lutas e movimentos sociais com aspirações autonomistas, Junho, por caminhos sinuosos, ao retomar formas de ação direta e radicalizadas parece ter sinalizado justamente o transbordamento do arranjo conciliador de que tais mecanismos eram pilares. Neste mesmo momento, vimos despontar a Mídia Ninja, destacando-se por articular habilidades técnicas de comunicação ao grande momento histórico que concentrava naqueles eventos todas as atenções. Todavia, na nova etapa, a produção comunicativa parecia responder muito menos à necessidade interna da luta do que a um experimento técnico e qualitativo de um novo ramo de atuação profissional. Isso porque a primeira aparição do que viria a ser os Ninjas aconteceu, segundo Torturra, quando um empresário do Live Stream, um canal de transmissão on-line, que tinha acabado de montar um escritório no Brasil, ofereceu-lhe “uma mochila com um kit para transmitir ao vivo a Marcha da Liberdade. [...] soube que mais de 90 mil pessoas tinham assistido à cobertura. Concluímos que deveríamos fazer um canal colaborativo, de utilidade pública”. (PINHEIRO, 2013, p. 56)

2- O modus operandi do Fora do Eixo / Mídia Ninja

O funcionamento das experiências midialivistas em questão encontram seu fundamento também na própria maneira como se inserem nos sistemas produtivos impulsionados pela difusão das tecnologias digitais. O relativo barateamento desses instrumentos permitiram que pessoas comuns, que não trabalhavam com

informática ou comunicação, passassem a utilizá-los para diferentes atividades: o trabalho propriamente dito, que em ocupações muito diversas se informatizou, e o lazer, que acabou por se conformar como momento importante de capacitação para o trabalho com dados e informações digitais através, por exemplo, dos jogos eletrônicos, dos e-mails, chats etc., formando uma mão de obra altamente especializada no uso de seu próprio tempo livre. (BERNARDO, 2004, p. 66-67) Tal fato propiciou o embaralhamento destas esferas outrora distintas.

Nesse contexto, muitos coletivos de comunicação e cultura, assim como artistas e produtores independentes, encontraram nos sistemas produtivos e distributivos ocasionados pela internet espaço para ensaiar alternativas à forma capitalista de produção de bens simbólicos, marcada pela presença da tradicional indústria cultural, que estruturou sua base de rendimentos nas vantagens advindas da exclusividade de que seus agentes (gravadoras, editoras, corporações radiodifusoras ou televisivas etc.) se beneficiavam da exploração comercial de um dado produto. De acordo com Pablo Ortellado (2011, s/p), “os criadores começaram a ter meios de evitar os intermediários, o que gerou uma nova safra de artistas independentes, sobretudo na música, mas logo também no mundo do livro” .

A combinação entre tecnologias digitais e a expansão de políticas públicas na área da cultura é o terreno que condicionou a forma de atuação do FdE. Sua experiência inicial era “articular cenas de música jovem e independente, e com isso poder politizar o campo cultural no sentido de disputar políticas públicas e ‘narrativas’ em defesa de um modelo não-comercial e contra-hegemônico de atuação”, de acordo com Savazoni (2014, p.14). Grosso modo, conforme o autor, é possível dizer que o FdE parte de duas grandes estruturas que se sobrepõem: a “Territorial” e a “Temática”. A Territorial é a que articula as “Casas Fora do Eixo” (espaços de moradia coletiva dos ativistas da rede) e os “Pontos Parceiros”, que não estão organicamente na rede, mas realizam “atividades em cooperação”. A estrutura Temática se divide nas frentes de atuação temáticas propriamente ditas, ou seja, em diversas linguagens artísticas (teatro, dança, fotografia, cinema, letras e música), ou áreas específicas de atuação (software livre, sustentabilidade e comunicação), e no que eles chamam de “simulacros”, que são quatro: A Universidade, o Banco, o Partido e a Mídia.

O que nos interessa, contudo, é sublinhar duas situações: 1) O trabalho dos ativistas orgânicos, que moram nas Casas Fora do Eixo e, 2) O trabalho cooperativo ou colaborativo dos coletivos parceiros (que não são orgânicos à rede) do FdE.

2.1- O trabalho dos ativistas orgânicos

De acordo com a detalhada descrição de Savazoni (2014, p. 26-28), os ativistas que “aderem” às Casas Fora do Eixo administram no espaço uma “Agência de Eventos” (shows, debates, festas etc.); uma “Frente de Promoção da Arte”, além de executarem todo o trabalho de design e difusão de conteúdos pela internet. As casas têm caixas coletivos (inclusive cartão de crédito) utilizados por todos os moradores para cobrir custos essenciais. Os ativistas orgânicos não recebem salários, porém, têm funções e responsabilidades definidas. O dinheiro vem dos projetos, captados de instituições públicas e privadas, empreendidos pelos núcleos de atuação que cada militante orgânico integra dentro da rede. O perfil destes jovens é fundamentalmente de “universitários e recém-formados, vindos de cidades de médio porte do interior do país, ou de capitais de estados do Nordeste, Centro-Oeste e Norte.” É importante destacar ainda que tudo o que é produzido pelos membros é chamado de “Tecnologias Sociais”, pois todas metodologias e experiências acumuladas na produção e gestão desses processos são sistematizadas e compartilhadas coletivamente. Portanto, as produções não são “pessoais”, mas sempre coletivas, ou seja, sempre são produção FdE.

A formulação de projetos para captação de recursos públicos ou privados é a prática cotidiana que sustenta uma série de iniciativas de organizações sem fins lucrativos, sobretudo nas áreas de cultura e comunicação, como é o caso do Fora do Eixo. O trabalho por meta ou responsabilidade tem sido cada vez mais adotado por essas experiências como forma de flexibilizar os horários fixos de trabalho. Com base em experiências semelhantes, apontamos em artigo anterior o quanto a manutenção de ONGs que sobrevivem de projetos implica instabilidade financeira e disposição para realizar uma diversidade de serviços, o que impele estas organizações a buscarem a todo o tempo diferentes tipos de apoio. A mobilização de jovens universitários ou recém-formados que o FdE consegue promover, acreditamos, se relaciona com um quadro de precarização do trabalho de diversos campos profissionais, inclusive das áreas de cultura e comunicação, fazendo com que estes busquem em projetos independentes maior autonomia, liberdade de expressão e de realização dos valores públicos de suas profissões. (HILSENBECK Fº; MACIEL; OLIVEIRA, 2015)⁵

Boltanski e Chiapello (2009, p. 125) demonstram de que maneira a gestão empresarial tenta responder às críticas oriundas da esquerda política dos anos 1960 à falta de autonomia, alienação e rigidez burocrática das organizações através de noções de liberdade, criatividade, mobilidade e polivalência presentes na sucessão de projetos. Para eles, as pessoas não fariam mais carreira, mas passariam

de um projeto a outro, pois o sucesso em dado projeto lhes possibilitará [...] conhecer novas pessoas [...] e, assim, poder ser chamado para outro negócio. Cada projeto

5- Ao analisar o surgimento de blogs jornalísticos, Lima (2012) também indicou que, hoje, o jornalista exerce sua atividade diante de um quadro de “desconforto intelectual”, trabalhando sob rotinas sem sentido e extenuantes, cujo processo e produto lhe escampam. O fato estaria levando muitos profissionais a procurarem modelos alternativos de comunicação na rede, para devolverem prazer e significado à sua atividade.

[...] apresenta-se como uma oportunidade de aprender e enriquecer competências que se tornam trunfos na busca de outros contratos.

Dessa forma, os autores acreditam que o modelo de empresa depois dos anos 1990 procuraria “novas formas de organização que se afastam ao máximo dos princípios hierárquicos”, trabalhando em rede “com uma multidão de participantes, uma organização do trabalho em equipe, ou por projetos [grifo dos autores], orientada para a satisfação do cliente, e uma mobilização geral dos trabalhadores graças às visões de seus líderes”. Nesses termos, a palavra dos anos 90 seria mobilização, pois trata-se de “motivação sem manipulação” que, portanto, faz com que as próprias pessoas se “autocontrolem”. A metáfora da rede seria o “antiautoritarismo e [a] flexibilidade” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 102-115)

Os ativistas orgânicos que vivem nas Casas FdE, por exemplo, necessitam manter ativas e crescentes as redes de contatos e possíveis novos parceiros para a iniciativa. Por isso, as Casas precisam funcionar como pólo de conexões, ao promoverem encontros com potenciais colaboradores, através de debates, festas, shows, eventos de arte etc. A difusão dessas ações pelos meios digitais constitui a própria forma de demonstração das redes que articulam ou tentam articular. O fato de viverem em casas coletivas e disporem de um caixa coletivo não faz dessa iniciativa expressão de formas emancipadas das relações capitalistas. Para que esses ativistas usufruam desse caixa e vivam nessas casas, eles precisam trabalhar e, muitas vezes, com jornadas indefinidas para cobrir os custos de uma casa que é, ao mesmo tempo, moradia, escritório e casa de eventos.

O trabalho “por projetos” desses ativistas tem como fundamento a mobilização e ativação de redes. Para se conseguir vencer um edital (público ou privado) e captar recursos, é preciso se enquadrar nos critérios estabelecidos por cada financiamento. Nesse sentido, a comprovação da qualidade da atuação e experiência na área do recurso solicitado é determinante. Assim, obter visibilidade e reconhecimento das ações empreendidas é o caminho que pode assegurar o fomento e a sobrevivência do projeto, pois é essa a contrapartida que está em questão: a capacidade de mobilizar redes. Dessa maneira, o trabalho gráfico de difusão nas redes das ações empreendidas pelos diversos coletivos que o FdE abarca é o seu relatório de prestação de contas.

Para os ativistas orgânicos do FdE, mesmo que toda sua produção pertença à marca, estarem dentro de uma rede confere-lhes a possibilidade de novos projetos. Afinal, tanto maior serão as redes de contatos e possibilidades futuras quanto maior for o número de projetos de que elas participam.

O que é interessante observar, no entanto, é que o FdE conta com uma organização vertical e horizontal ao mesmo tempo. (SAVAZONI, 2014, p.152) No

âmbito das decisões das estratégias e das negociações com empresas e governos são os representantes que estão no topo da organização que protagonizam as ações. Entretanto, no âmbito do trabalho de produção de projetos, materiais gráficos, produção de eventos etc., para articular redes, é a organização horizontal e colaborativa dos ativistas-produtores quem executa.

De acordo com o próprio Savazoni (2014, p. 154), “o ativismo digital reticulador praticado pelo Fora do Eixo tem no ato de organizar redes um fim em si mesmo e um meio para atingir seus objetivos estratégicos”. A ponte que o FdE desempenharia seria entre a

capacidade de obter informações que de outra maneira seria impossível de se obter por meio de instituições oficiais, porque essas redes têm conexões com atores que se esquivam do contato com o estado e que o mercado ignora. Mais que gestores profissionais, seus agentes são atores envolvidos na produção, circulação, distribuição e consumidores de artes e cultura. [Podendo ainda] conectar a produção cultural de bairro com a produção das indústrias culturais [...] do mundo digital e da internet.

Por dominar a lógica dos financiamentos públicos e privados, possibilitado pelos mecanismos das políticas públicas e impulsionado pelas facilitações das tecnologias colaborativas da internet (espelho das tecnologias sociais participativas), os gestores do FdE desempenhariam, assim, o papel de um novo tipo de intermediário cultural, cuja mercadoria específica, negociada perante seus financiadores, seria exatamente a capacidade de cadastrar e mobilizar coletivos e agentes culturais em sua rede. A transferência de funções do Estado para o terceiro setor, característicos da era neoliberal, aqui se estende para os próprios cidadãos engajados em produzir e difundir cultura local, promovendo pequenas experiências autogestionárias em torno de metas por eles mesmos estabelecidas. Junto às planilhas de prestação de contas, pesa a exigência das contrapartidas, dentre as quais, a principal: garantia de participação e envolvimento de um grande número de pessoas em seus projetos, ou seja, a criação e manutenção de redes ativas. Nessa zona limítrofe, o potencial crítico do ativismo político corre ao lado de uma inusitada estrutura concorrencial, em que pequenas e médias associações civis disputam entre si uma fatia do “mercado da cidadania”. (ABILIO, 2011; ARANTES, 2012, p. 207)

2.2 - A relação entre os parceiros/colaboradores externos e o FdE

A articulação e mobilização de novos parceiros podem acontecer tanto a partir dos encontros físicos entre as pessoas que frequentam os eventos organizados pelo FdE, como também ser acionada, principalmente, através da internet. Nes-

se sentido, um exemplo de como o FdE estabelece suas parcerias com colaboradores externos à rede é a organização do Festival Grito Rock.

Organizado desde 2007, o Grito [...] funciona como uma espécie de “porta de entrada” para a rede do Fora do Eixo. No site oficial do festival, há um conjunto de tecnologias que permitem a replicação de suas metodologias em diferentes localidades [...] O agente interessado em promover um Grito Rock pode cadastrar sua iniciativa no site Toque no Brasil, plataforma [...] de conteúdos Wordpress que permite o cadastramento de bandas, casas de espetáculo e festivais e tem como objetivo articular – sem intermediação – turnês e espetáculos. (SAVAZONI, 2014, p. 77-78)

Assim ocorre também com a Mídia Ninja. Em seu canal no Facebook, em 26 de junho de 2013, os Ninjas publicaram um chamado para cadastrar jovens colaboradores interessados em sua proposta engajada de jornalismo:

Fotógrafos, repórteres, cinegrafistas, cidadãos a fim de entrar em nossas tropas, escrevam para midianinja@gmail.com dizendo de onde são e como podem colaborar. Estamos começando a cadastrar gente do país todo. Primeiro passo na montagem de uma rede nacional de jornalismo independente antes do lançamento do nosso site. Quem anima? (NINJA apud LORENZOTTI, 2013, s/p)

É sabido, depois polêmicas publicadas nas redes, que os artistas colaboradores do FdE recebem cachês tidos por abaixo da média de mercado ou em moeda social, o “FdE Card”, com a qual trocam-se “serviços”, por exemplo, a realização de um show num festival do circuito por ensaios nos estúdios nas Casas FdE ou por material gráfico etc. (SAVAZONI, 2014, p. 29; SEIGNER, 2013, s/p). Esses artistas independentes, conforme a proposta do FdE, estariam atuando dentro de uma outra lógica: promover shows e outros eventos para a difusão cultural de suas produções, o que lhes seria recompensado com a possibilidade de novos shows, uma rede de fãs e independência em relação à comercialização de seus produtos (uma vez que a internet possibilitou compartilhar conteúdos de maneira gratuita). Dessa forma, seria mais importante obter recursos através de financiamentos públicos ou privados para promover esses eventos ou mesmo através de iniciativas como o Crowdfunding, no qual o próprio público financia os projetos que gostaria que se realizassem. Em alguma medida, dentro dessa nova lógica, os artistas precisariam, ao mesmo tempo, não só elaborar suas obras, mas promover a difusão de seus materiais, ou seja: produzir seu público, sua audiência, ativar suas redes, procurando formas de monetizar essas relações em benefício próprio. Nesse sentido, é importante, para o FdE e Mídia Ninja, que mais artistas ou ativistas estejam cadastrados em suas redes para promover, seja festivais de música independente aplicando seu nome e sua metodologia, seja enviando informações ou realizando coberturas de atos e manifestações de diversas cidades. Esses colaboradores, portanto, estariam produzindo, ao mes-

mo tempo, seus produtos culturais propriamente ditos e seu próprio público, sua audiência. Essas produções estariam sendo negociadas pelo FdE/Mídia Ninja com instituições públicas e privadas para obterem financiamentos. Entretanto, é possível considerar, dentro dessa cadeia produtiva, que a produção colaborativa dos parceiros não-orgânicos ao FdE/Mídia Ninja é trabalho que produz valor, nos termos da crítica da economia política marxista?

Bolaño (2008, p. 79), por exemplo, aponta que é próprio do trabalho cultural a produção de duas mercadorias: o bem cultural, tangível ou intangível, e a audiência. Nesta segunda manifesta-se o componente específico do trabalho cultural, ou seja, o seu "caráter de mediação simbólica", caracterizado por comportar uma dimensão aleatória e inapreensível. Em relação às informações que os usuários das redes produzem, entretanto, o autor entende não poder se falar neste contexto em "trabalho não-pago". Pois, o trabalho produtivo seria apenas aquele dos "trabalhadores informacionais capazes de transformar os dados em mercadorias audiências e de criar ferramentas que transforma toda a informação coletada na rede em banco de dados". (BOLAÑO; VIEIRA, 2014, p. 79) Desse modo, a interação comunicativa espontânea das redes não poderia ser sumariamente inscrita no âmbito do trabalho que produz audiência, como defendem outros autores como o britânico Fuchs. Bolaño (2000, p. 225) exemplifica que, no caso da televisão, a atenção dos indivíduos é que é negociada pelo burocrata da estação e que essa atenção pode ser mensurada em tempo (de exposição dos indivíduos à programação), que deve se referir à quantidade (de domicílios ou de telespectadores) e à qualidade da audiência. Nesses termos, a audiência teria um valor de uso para os anunciantes e um valor de troca para a emissora.

Seria possível, a partir dessas indicações, pensarmos que o FdE/Mídia Ninja, ao negociar suas redes (mensuradas em termos de quantidade, interatividade etc. por diversos programas de mapeamento de redes), produzidas pelos próprios artistas e coletivos independentes, com órgãos públicos e privados para obter financiamento, estariam desempenhando o mesmo papel do "burocrata da estação de televisão", como diz Bolaño, e que essa audiência produzida teria seu valor de troca para o FdE e seu valor de uso para governos e empresas? Qual seria a utilidade para governos e empresas de manter uma grande quantidade de participantes mobilizados em redes culturais? Seria possível pensar que essa produção de audiência promovida pelos artistas e coletivos independentes se configuraria como trabalho produtivo, portanto, explorado como é a produção dos trabalhadores da indústria cultural tradicional que Bolaño aponta?

É esse o quadro de questões que acreditamos dever nortear as pesquisas sobre produção colaborativa no capitalismo contemporâneo.

Considerações finais

O trabalho tentou demonstrar de que maneira a trajetória histórica da qual emergem o Fora do Eixo e a Mídia Ninja corresponde, em grande medida, a novas formas de produção e gestão do capitalismo contemporâneo e a forma particular em que elas se instalam no Brasil durante os anos de governos progressistas. A capacidade de mobilizar e organizar coletivos e agentes culturais independentes demonstrada pelo FdE e Mídia Ninja lhe confere legitimidade como mediadores e organizadores dessas produções em diferentes locais do país. Dessa maneira, a organização consegue garantir e captar mais recursos para manter sua própria estrutura e influenciar politicamente a produção que abarca. Combinando recursos oriundos de políticas públicas e do uso das tecnologias digitais, o Fora do Eixo estimula jovens produtores culturais, que encontram em sua organização uma forma de se manter engajados em seus próprios "projetos" - mais comprometidos com questões sociais, como a difusão e democratização cultural, por exemplo -, que passam a ser do interesse de empresas e governos fomentar. Dentro do quadro de questões colocadas, avançamos a hipótese de que a mercadoria-rede seja negociada como valor de uso, por comportar informações importantes tanto para o empresariado cidadão aperfeiçoar a venda de seus produtos e melhorar a imagem de suas marcas; quanto para formação de cadastro e mapeamento de iniciativas do associativismo civil engajado, operacionalizando mecanismo de políticas públicas utilizados por governos para gerir problemas e demandas sociais. No contexto das novas redes digitais, experiências ativistas no âmbito da cultura e da informação encontram-se assim no ambíguo terreno entre formas tão caras à democracia e, ao mesmo tempo, o impulso de renovação de gestão e produção capitalistas.

Referências

ABÍLIO, Ludmila. A gestão do social e o mercado da cidadania. In: CABANES, R. (et all) **Saídas de emergência: ganhar/perder a vida na periferia de São Paulo**. São Paulo: Boitempo, 2011.

AÇÃO GLOBAL DOS POVOS. Princípios da Ação Global dos Povos. **Ação Global dos Povos. Cochabamba, s/d**. Disponível em: <<https://www.nadir.org/nadir/iniciativ/agp/pt/hallmpt.htm>>. Acesso em: 15 jun. 2011.

ARANTES, P. A fórmula mágica da paz se esgotou. **Correio da Cidadania**, 15 jul. 2015. Disponível em: <http://www.correiodacidade.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=10949:manchete150715&catid=34:manchete>. Acesso em: 15 jul. 2015

_____. Entre os destroços do presente. **Blog da Boitempo**, 10 abr. 2015. Dispo-

nível em: <<http://blogdaboitempo.com.br/2015/04/10/paulo-arantes-entre-os-destrocos-do-presente/>>. Acesso em: 10 abr. 2015

_____. A Lei do Tormento. In: DESGRANGES, F.; LEPIQUE, M. (Orgs.) **Teatro e vida pública: o fomento e os coletivos teatrais de São Paulo**. São Paulo: Hucitec; Cooperativa Paulista de Teatro, 2012, p. 200-210.

BERNARDO, J. **Democracia totalitária: teoria e prática da empresa soberana**, São Paulo: Editora Cortez, 2004.

BOLAÑO, C. A centralidade da chamada Economia Política da Comunicação (EPC) na construção do campo acadêmico da Comunicação: uma contribuição crítica. In: BOLAÑO (Org.) **Comunicação e a crítica da Economia Política: perspectivas teóricas e metodológicas**. São Cristovão: Editora UFS, 2008.

_____. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec / Pólis, 2000.

BOLTANSKI, L; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

CMI-BRASIL. Especial 9 anos de CMI-Brasil. [dez. 2009]. **PASSAPALAVRA**, Brasil, 21 dez. 2009. Disponível em: <<http://passapalavra.info/2009/12/16807>>. Acesso em: 21 dez. 2009.

COLETIVO ACRÁTICO, COLETIVO CONTRA A CORRENTE E COLETIVO PIRACEMA, Considerações extemporâneas sobre a nossa não-ida ao FSM. Inventati. **Contra a Corrente, Panfletos**. Jan./Fev. 2001. Disponível em: <<http://www.inventati.org/contraacorrente/panfletos.htm#materia1>>. Acesso em: 26 fev. 2010.

HILSENBECK Fº, A.; MACIEL, D.; OLIVEIRA, T. Jornalismo por projetos: mobilização de redes e engajamento social. In: **XIV Congresso Internacional IBERCOM**, 2015, São Paulo. E-book, São Paulo: Ibercom, 2015.

LIMA, C. C. N. Do impresso aos blogs: a busca de jornalistas pela liberdade de expressão em novos métodos e processos produtivos. In: Strelow, A. et all. (orgs.). **Jornalismo: História, Teorias, Gêneros e Práticas**. São Paulo: INTERCOM (E-book Coleção GP'S : grupos de pesquisa; vol. 4), 2012, pág. 335.

LORENZOTTI, E. POS-TV, de pós-jornalistas para pós-telespectadores. **Observatório da imprensa, Jornal de debates – Ecos dos protestos**, 25 jun. 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/postv_de_pos_jornalistas_para_pos_tespectadores/>. Acesso em: 14 mar. 2014

MACIEL, D. **Midiativismo: entre a democratização e a assimilação capitalista. DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**. ECA-USP, São Paulo: 2012, 157 pgs.

MANOLO. **Crise e oportunismo: o internacionalismo anticapitalista em tempos**

de Fórum Social Mundial 1, 2, 3 e 4. **Passa Palavra, Ideias & Debates**, 19 fev. 2010. Disponível em: <<http://passapalavra.info/2010/02/18579>>. Acesso em: 19 fev. 2010.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Edital Pontos de Mídia Livre. MinC, O dia a dia da Cultura, 3 jul. 2015. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/o-dia-a-dia-da-cultura/-/asset_publisher/waaE236Oves2/content/edital-pontos-de-midia-livre/10883>. Acesso em: 3 jul. 2015

NINJA. Quem somos. **Mídia Ninja**, 11 jun. 2014. Disponível em: <<https://ninja.oximity.com/partner/ninja/about>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

ORTELLADO, P. A economia criativa e a economia social da cultura. In: Pablo Ortellado – **blog archive**. São Paulo: 23 abr. 2011. Disponível em: <http://www.gopai.org/ortellado/2011/04/a-economia-criativa-e-a-economia-social-da-cultura>.

PASQUINELLI, M. **Media Activism: Strategie e pratiche della comunicazione indipendente**. Roma: Derive Aprpodi, 2002.

PINHEIRO, M. Baixa resolução e alta fidelidade. **Revista Brasileiros**. 21 ago. 2013. Disponível em: <<http://brasileiros.com.br/2013/08/baixa-resolucao-e-alta-fidelidade/>>. Acesso em 25 ago. 2013

RUBIM, A. A.C. Políticas culturais no Brasil: itinerários e atualidade. In: BOLAÑO, C.; GOLIN, C.; BRITTOS, V. **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010.

SAVAZONI, R. **Os novos bárbaros: a aventura política do fora do eixo**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.

SEIGNER, B. Fora do Fora do Eixo. **Facebook – Perfil de Beatriz Seigner**. 8 ago. 2013. Disponível em: <<https://www.facebook.com/beatriz.seigner/posts/10151800189163254>>. Acesso em: 8 ago. 2013.

TORTURRA, B. Uma entrevista com Bruno Torturra, da Mídia Ninja. [jul. 2013] FORASTIERI, André. **Portal R7**. Coluna André Forastieri, 31 jul. 2013. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/blogs/andre-forastieri/2013/07/31/uma-entrevista-com-bruno-torturra-da-midia-ninja/>>. Acesso em: 23 nov. 2014