

**Organização Política, Burocracia e Plataformas Digitais:
Coletivos Mdiativistas no Facebook**

Marcelo Castañeda – Doutorado
Universidade Federal do Rio de Janeiro – Departamento de Administração
E-mail: celocastaneda@gmail.com

Resumo: Analisa coletivos mdiativistas cujas práticas se baseiam na plataforma digital Facebook e que buscam constituir um contrapoder em relação às estratégias de organizações da mídia corporativa. O objetivo é entender práticas desempenhadas pelos coletivos mdiativistas em plataformas digitais, procurando caracterizar a constituição de modos de organização política que se relacionam com a presença ou ausência de algum tipo de burocracia, bem como perceber aberturas e fechamentos viabilizados pela mediação do Facebook. Utilizando metodologia qualitativa, contou com entrevistas em profundidade com integrantes dos coletivos Mídia Ninja, Mariachi e Mídia Independente Coletiva, além de observação participante em manifestações de rua na cidade do Rio de Janeiro e em páginas destes coletivos mdiativistas no Facebook. Apresenta o conceito de burocracia nas organizações em um contexto global de mudanças no mundo do trabalho a partir dos anos 1970, o surgimento dos sites de redes sociais e plataformas digitais a partir dos anos 1990 e dos movimentos sociais em uma sociedade global em rede, como lente para interpretar os coletivos mdiativistas que se configuram a partir de práticas como transmissões por *streaming* ao vivo e compartilhamento de fotos, vídeos, *links* de notícias ou eventos que circulam no Facebook. Constata a concentração de ações nessa plataforma digital, o que pode ser considerado como armadilha organizacional e política, pois, dependendo do contexto, esta pode oferecer possibilidades de abertura ou fechamento dos coletivos mdiativistas ao longo do tempo. Apresenta limites e possibilidades de organização dos coletivos mdiativistas em relação à mídia corporativa, em especial quando seus modos de organização se desenvolvem no Facebook, uma plataforma digital corporativa que apresenta brechas para a ação política sob novos controles, traduzindo um padrão hegemônico capitalista contemporâneo que realça a importância de contar ao menos com uma burocracia flexível para que a estrutura organizacional se sustente.

Palavras-chave: Organização política. Burocracia. Plataformas digitais. Mdiativismo. Facebook.

1 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 as práticas midiativistas, como transmissões por *streaming* ao vivo, circulação de fotos e vídeos e compartilhamento de *links* de notícias e eventos (BENTES, 2014; GUIMARÃES, 2017; GRAVANTE; CABARELLO, 2018). Essas práticas configuram modos de organização política de um contrapoder que se baseia 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; D'ANDREA, 2018; MOROZOV, 2018).

Os coletivos midiativistas que mais se destacaram no contexto da cidade do Rio de Janeiro foram Mídia Ninja, Mídia Independente Coletiva (MIC) e Mariachi. Esses podem ser caracterizados como organizações políticas que possuem a capacidade de registro técnico de um aspecto da realidade a ser propagado em plataformas digitais, com destaque para o Facebook. Eles 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 de lutas e mobilizações. As práticas nas quais se tecem os modos de organização dos coletivos midiativistas são tidas pelos seus praticantes como uma forma 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 produzido por elas (FRYER-MOREIRA, 2016) ou refletindo um processo de desidentificação da mídia corporativa (BARROS, 2018).

Essa mudança de narrativa remete a um novo ecossistema midiático onde se sobressai a capacidade com que as mídias corporativas recorrem de forma rápida e criativa aos conteúdos gerados pelo público que se organiza em plataformas digitais num processo de captura das métricas geradas pela agregação do individualismo em rede (WELLMAN *et al.*, 2003). Com base na Primavera Árabe, Lopes (2013, p. 795) destaca que as plataformas digitais “[...] transferem sua saliência para a agenda midiática e criam, assim, novos tipos de agendamento e tencionam a concepção clássica da teoria do agendamento, de que a mídia determina quais assuntos merecem atenção do público”. Trata-se de um movimento que vai das plataformas digitais para a mídia corporativa e volta para aquelas, em uma retroalimentação na qual a mídia corporativa é determinada e determinante para as plataformas digitais.

Na linguagem da ação coletiva, no que diz respeito à organização, em particular dos movimentos sociais, 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 (EARL; KIMPORT, 2011). Em relação a esse hibridismo organizacional, com a teoria do ator-rede, Latour (2012) preconiza que é cada vez mais improvável que se encontre um ator humano que aja sem estar movimentando um conjunto de objetos no curso de sua ação. Não existe propriamente uma distinção clara entre o ator e a rede, de forma tal que o ator também pode ser visto como uma rede ou parte dela. Daí a importância de marcar a qualidade híbrida das organizações que se formam na contemporaneidade, em especial aquelas que tecem modos de organização política em plataformas digitais, como é o caso dos coletivos midiativistas no Facebook.

A organização política 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 (MOROZOV, 2018). Por outro lado, a questão da estrutura organizacional já foi por demais debatida no campo da administração, sendo interessante destacar as mudanças

percebidas na implicação da burocracia desde a sua tradicional percepção como mediação e dominação estrutural (TRAGTENBERG, 1974) até a passagem para modelos mais flexíveis ou para pensar e contestar um modelo pós-burocrático (PAES DE PAULA, 2002).

Neste artigo, o objetivo é entender as práticas desempenhadas por coletivos midiativistas em plataformas digitais que caracterizam modos de organização política relacionados com a presença ou ausência de algum tipo de burocracia, percebendo 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.

Cabe, assim, problematizar o que será discutido no artigo através de duas questões:

- a) de que maneira o Facebook possibilita uma estrutura para que os modos de organização dos coletivos midiativistas pesquisados abram mão dos modelos burocráticos na medida em que viabiliza conexões entre pessoas que buscam perfazer a configuração de um contrapoder frente à mídia corporativa ao longo do tempo?;
- b) até que ponto existem brechas para a construção de um contrapoder dentro das novas possibilidades de controle estabelecidas pela estrutura do Facebook sobre organizações políticas que se contrapõem ao poder da mídia corporativa, em especial quando consideramos que os coletivos midiativistas pesquisados estão imbricados nas teias de poder tecidas pelos filtros e algoritmos que atuam nesta plataforma digital corporativa?

A estrutura do artigo envolve duas seções que expõem a fundamentação teórica, caracterizando a burocracia, as organizações em rede a emergência de plataformas digitais, bem como a constituição dos movimentos em rede em uma sociedade global 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 caracterização das práticas que são viabilizadas pelos modos de organização dos coletivos midiativistas pesquisados; por fim, analisamos os limites e possibilidades que o Facebook oferece para a organização dos coletivos midiativistas.

2 Burocracia, Organizações em Rede e Plataformas Digitais

A questão da burocracia como parte da estrutura organizacional foi tratada por Tragtenberg (1974) ao analisar o surgimento e perecimento de teorias administrativas, vistas como representações intelectuais de momentos do desenvolvimento histórico-social, sendo transitórias, ambíguas e cumulativas. Na sua tese, o autor se dedica a analisar a passagem da teoria clássica de Taylor e Fayol para a Escola das Relações Humanas, que tem Elton Mayo como expoente, apontando continuidades e descontinuidades.

A partir de Hegel, administração significa burocracia. Tragtenberg 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. Hegel separa o interesse universal (Estado) e a sociedade civil (interesses particulares), sendo que originalmente a burocracia atua nessa separação, aparecendo como elemento de mediação entre governantes e governados.

Com base em Weber, Tragtenberg (1974) entende a burocracia como um tipo de poder, igual à organização. 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. Desta forma, 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.

Paes de Paula (2002) procura atualizar as contribuições desse autor com a crise do “compromisso fordista” a partir dos anos 1970, que levou à 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. No campo da Administração, 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 a burocracia como um aparelho ideológico que se adapta às novas condições históricas, Paes de Paula (2002) defende que as empresas passam a adotar uma burocracia flexível para se contrapor a ideia de que existe uma organização pós-burocrática caracterizada pela descentralização, estruturação em rede conectada pela tecnologia da informação e pela liderança facilitadora que resolveria conflitos e problemas, baseada na abertura, confiança e comprometimento. O trabalho pós-burocrático seria baseado na cooperação e as ineficiências hierárquicas seriam abandonadas em favor das decisões baseadas em *expertise*, o que representaria o fim dos conflitos e uma era da harmonia total.

A autora 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.

Nesse sentido, Boltanski e Chiapello (2009) 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 demandas¹ 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 conexonista, Boltanski e Chiapello (2009) mostram que as pessoas se preocupam com o desejo de se conectar com os outros, de se relacionar e estabelecer elos para não ficarem isolados, depositando confiança e tendo foco na comunicação para discutir livremente, mas também ajustar-se aos outros e às situações. 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 de um 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 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.

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 seus 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.

Morozov (2018) critica o domínio das empresas do Vale do Silício na configuração das plataformas digitais, encampando 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.

3 Midiativismo na Sociedade Global em Rede

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. O autor 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 nas 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.

O processo de desidentificação assinalado por Barros (2018) para analisar a formação da rede de blogs progressistas no Brasil, a partir de 2006, pode ser um aporte para entender os coletivos midiativistas. O autor chama atenção para a criação de uma identidade que foi definida pelo uso das plataformas digitais a partir da construção histórica, do amálgama do estigma, do estabelecimento da autenticidade e da desconstrução satírica – processos que podem servir para entender o campo do midiativismo que se descola da mídia corporativa sob outra perspectiva.

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 a quente, como no Rio de Janeiro entre junho e outubro de 2013. Enfatizando a teoria do ator-rede desenvolvida por Latour (2012) para reconhecer os objetos técnicos, entidades tradicionalmente banidas do espectro coletivo e do pensamento social, como participantes no curso das ações, Guimarães (2017) entende que o corpo não domesticável do *streamer*² pode ser visto como símbolo da complexa parceria entre o orgânico e os dispositivos cibernéticos. Neste 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.

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. Suas motivações 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.

Por fim, os modos 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.

4 Metodologia

O artigo foi desenvolvido a partir de uma metodologia exploratória e descritiva quanto aos fins e bibliográfica e de campo quanto aos meios (VERGARA, 2016). A pesquisa de campo foi de caráter qualitativo e mobilizou diferentes técnicas de pesquisa. Dentre elas, destacam-se três entrevistas em profundidade realizadas com midiativistas que atuavam nos três coletivos que norteiam o presente artigo – Mídia NINJA, Mariachi e MIC – no segundo semestre de 2015. Estas foram transcritas e analisadas mediante o uso da técnica de análise de conteúdo (FRANCO, 2003).

Além disso, entre 2013 e 2019, foram efetuadas observações participantes em atos e manifestações de rua na cidade do Rio de Janeiro, bem como em plataformas digitais, envolvendo perfis individuais e páginas do Mídia Ninja, do Mariachi e MIC no Facebook. A pesquisa nas plataformas digitais se orientou pela perspectiva silenciosa combinada com uma postura *insider* (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). Todas essas atividades foram desenvolvidas na cidade do Rio de Janeiro.

5 As Práticas dos Coletivos Midiativistas e os Modos de Organização com o Facebook

Os três coletivos midiativistas pesquisados se organizam em páginas na plataforma digital Facebook, que trazem mais possibilidades de capilaridade do que os perfis individuais, pois estes apresentam uma limitação de cinco mil perfis para interação apesar de poderem contar com seguidores de forma ilimitada. As três páginas de coletivos que fizeram parte do corpo desta pesquisa apresentavam a seguinte quantidade de seguidores:

Tabela 1- Coletivos midiativistas pesquisados no Facebook

Coletivo	Seguidores	Data de início da página
Mídia Ninja	2 milhões	27/03/2013
MIC	129 mil seguidores	23/07/2013
Mariachi	182 mil seguidores	12/07/2013

Fonte: elaborado pelo autor com dados coletados no Facebook (MARIACHI, 2019; MÍDIA INDEPENDENTE COLETIVA, 2019; MÍDIA NINJA, 2019).

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 as outras duas, bem como sua capacidade de organização prévia para sustentar a operação derivada de uma organização de produção cultural, o Fora do Eixo, e até mesmo uma campanha permanente de arrecadação de fundos junto a indivíduos interessados no formato de financiamento coletivo. Além de não contar com uma estrutura organizacional tão bem definida nem com fontes de financiamento externo, tanto MIC quanto Mariachi apresentaram descontinuidades na sua atuação ao longo deste percurso de pesquisa, fora o fato de estarem voltadas para uma atuação no contexto específico do Rio de Janeiro.

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, onde o midiativista não existe por si, mas se faz em determinadas condições. 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. Trata-se de uma disputa permanente e desigual, em especial quando se considera a precariedade de recursos que é típica dos modos de organização midiativista que se originam das condições atuais do mundo do trabalho.

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. O fato 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. É importante notar que, em alguns momentos, 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.

No que diz respeito aos coletivos midiativistas no contexto atual da sociedade brasileira contemporânea é importante destacar o papel fundamental das manifestações ocorridas no mês de junho de 2013. 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 de 2013, em especial a repressão policial, que foi objeto recorrente dos vídeos produzidos pelos midiativistas e propagados no Facebook. Portanto, as práticas midiativistas estavam dadas antes do momento em que adquiriram maior visibilidade.

A maior parte dos entrevistados se volta para uma plataforma digital específica, o Facebook, para propagar produções e registros de imagens. Uma “encruzilhada” foi ponto de consenso: 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 saíam da interação com a mesma e fiquem cada vez mais tempo no contato com a tela, seja do notebook ou do telefone celular.

No terreno específico da organização, o Mídia Ninja se formou antes das manifestações de junho de 2013 e naquele período 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. Essas reuniões foram descontinuadas e, hoje em dia, o Mídia Ninja continua a operar, mantendo uma marca e a centralidade no campo do midiativismo, com recrutamento de novos voluntários e formação de pessoas interessadas a partir da realização de oficinas em outros locais sem uma regularidade definida, mas sempre em consonância com as manifestações de rua.

Por outro lado, MIC e 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 o que estava acontecendo, e acabaram se mantendo de forma cada vez mais precária e inconstante, sem muita preocupação com o aspecto organizacional. 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.

“Ainda que os vídeos e postagens do campo midiativista tenham um alcance considerável, estes estão cada vez mais restritos aos parâmetros do Facebook”, disse um entrevistado. Dois coletivos, MIC e Mariachi, somaram forças para tentar criar um portal intitulado “Mídia Coletiva”, mas este não foi em frente. Até agora, passados seis 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.

Como base para construção da teoria do ator-rede, Latour (2012) destaca o processo de formação e destruição dos grupos que se constituem na sociedade como primeira fonte de incerteza. Nada é estável e isso pode ser visto nos coletivos midiativistas que se formaram, já que cada um deles teve diferentes formações 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. MIC e Mariachi não atuam de forma constante, mas cada vez mais esporádica em *posts* ou transmissões via *streaming* ao vivo.

Além de se basearem em plataformas digitais, os coletivos midiativistas mobilizam uma série de objetos técnicos em suas atividades cotidianas para se organizar. 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.

De forma geral, os coletivos midiativistas se baseiam em três práticas:

- 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, 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 “acusado” pelos autonomistas e outros coletivos 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 2016.

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.

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.

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 proposta 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. Para completar o quadro de lutas e mobilizações, o ano de 2019 trouxe grandes manifestações no mês de maio contra cortes promovidos pelo governo Bolsonaro na área de educação e uma tentativa de greve geral em meados de junho.

Nos dois parágrafos anteriores procuramos resumir o contexto que se seguiu ao agitado ano de 2013, a fim de mostrar que as mobilizações continuaram tendo seu lugar nas ruas com menos intensidade, sendo que a atividade dos coletivos midiativistas acabou por acentuar uma dependência da plataforma digital Facebook que já tinha sido anunciada 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.

6 Limites e Possibilidades do Facebook para Organização dos Coletivos Midiativistas

O Facebook desempenha um papel importante na organização dos coletivos midiativistas pesquisados, em especial considerando que o seu algoritmo filtra e restringe a capilaridade das páginas. Isso significa que nem todos os seguidores que “curtem” uma página irão receber as informações divulgadas nela. O que se observa é que existe um filtro que seleciona um percentual de perfis que terão contato com o que é divulgado pela página, salvo quando essa “monetiza” uma postagem a fim de “impulsionar a publicação”, atingindo 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.

Retomamos a questão principal deste artigo, ou seja, os modos de organização dos coletivos midiativistas que tomam forma com o Facebook: se nos afastamos de qualquer perspectiva burocrática (TRAGTENBERG, 1974; PAES DE PAULA, 2002) ao analisar as práticas midiativistas, apontamos que a estrutura reticular viabilizada por uma plataforma digital corporativa institui novos controles com os quais os coletivos lidam para configurar um contrapoder (CASTELLS, 2015) frente à mídia corporativa. A ausência de burocracia 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 (D’ANDREA, 2018; MOROZOV, 2018).

No que diz respeito à organização, o que fica claro a pesquisa realizada é que uma burocracia flexível (PAES DE PAULA, 2002) é fundamental para a sustentabilidade do coletivo que mantém a centralidade do campo de ação midiativista desde 2013. O Mídia Ninja, ao contar com a estrutura do Fora do Eixo em um modelo próximo a uma espécie de startup no terreno das mobilizações sociais, com direito a 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 e dependem apenas dos esforços individuais de seus membros para se manter ativos. Nesse sentido, algum tipo de burocracia 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.

O que pode aparecer como uma 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 destacar o protesto #EleNão, organizado pelas mulheres contra o então candidato Jair Bolsonaro, no final de setembro de 2018, que teve grande participação de pessoas nas ruas a partir de um grupo de debates criado no Facebook. No entanto, não é sempre que esta plataforma digital aparece como um elemento importante para a mobilização social.

Os coletivos midiativistas apresentam modos 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 [...]”. As brechas tendem a se fechar: boa parte dos coletivos investigados desde 2013 estão descontinuados ou restritos ao Facebook.

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 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 conexonista (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), no qual as plataformas digitais podem ser vistas como parte integrante do triunfo neoliberal (MOROZOV, 2018).

Por outro lado, de acordo com Latour (2012), os coletivos midiativistas podem ser vistos como uma forma transitória na medida em que podem abrir e fechar possibilidades de ação, fabricando contextos ao longo da sua trajetória e deixando marcas para pensar no estabelecimento de modos de organização política que caracterizem um contrapoder capaz de efetuar, em certos momentos, a reprogramação de redes e atuar na conexão das redes que perfazem o poder na sociedade global em rede (CASTELLS, 2015).

No entanto, se considerarmos que Puyosa (2015) caracteriza os movimentos sociais em rede por uma ação mais localizada, essa reprogramação global preconizada por Castells (2015) se torna cada vez mais difícil. Neste 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 não seriam capazes de desestabilizar o domínio da mídia corporativa na produção dos fatos.

Por fim, a presente pesquisa confirma o que Bentes (2014) 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 uma conexão 3G à internet que 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 o individualismo em rede (WELLMAN *et al.*, 2003) ou a estratégia individualista de busca pelo sucesso que o novo espírito do capitalismo incentiva (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009).

Ao analisar o caso dos modos de organização midiativista no Facebook fica claro que existem brechas para ação política, mas estas, por si só, não garantem a sustentabilidade nas 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 de uma burocracia flexível na estrutura organizacional.

7 Considerações Finais

A organização política 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. Uma constatação é de que a maior parte do fluxo se dá, passa e quase sempre termina nessa plataforma digital.

As práticas desempenhadas pelos coletivos midiativistas pesquisados no Facebook permitem caracterizar pelo menos dois modos de organização política que se relacionam com a presença ou ausência de burocracia na sua estrutura organizacional: a) de um lado, o Mídia Ninja aparece como coletivo mais bem estruturado por contar com uma burocracia flexível que, de acordo com Paes de Paula (2002), permite um tipo de organização que está na fronteira do paradigma da rede que se instaura com o novo espírito do capitalismo que se torna hegemônico no mundo do trabalho (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), possibilitando que se organize a contestação, neste caso da produção midiática, 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 viabilizada pela mediação do Facebook, que não conseguiu substituir a burocracia. Essa constatação nos leva a pensar que algum tipo de burocracia se faz necessário para a organização em rede que se pretende perene, em especial uma burocracia flexível que se adequa ao novo espírito do capitalismo.

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 (MOROZOV, 2018). O caso dos coletivos midiativistas é um exemplo claro das limitações que se apresentam, na medida em que, apesar de apresentarem um discurso de contestação e resistência, acabam por contribuir com uma forma de dominação mais poderosa, porque fluida e individualizada, que se configura com o advento das plataformas digitais com seus algoritmos e filtros, sem falar que 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.

A questão que fica é a seguinte: como as formas de organização política derivadas de práticas desempenhadas pelos coletivos midiativistas que se apoiam em plataformas digitais se sustentam quando “as ruas” estão mais fracas e o terreno da virtualidade se impõe em uma plataforma digital corporativa como o Facebook? Não há resposta definitiva para essa questão, mas a presente pesquisa aponta como pista que uma burocracia flexível continua operando no mundo conexionista 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 como terreno de circulação das informações, vídeos e demais produções desses coletivos, de forma que estão, em vez de constituir um contrapoder que contesta estruturas hegemônicas no capitalismo contemporâneo, contribui com seu fortalecimento na medida em que o contraponto com a mídia corporativa se dá no terreno de uma nova dominação.

Referências

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

- CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- 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 colectiva en América 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.
- LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: EDUFBA-EDUSC, 2012.
- MARIACHI. **[Página no Facebook]**. [S.l.], 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/coletivomariachi/>. Acesso em: 8 jul. 2019.
- MÍDIA INDEPENDENTE COLETIVA (MIC). **[Página no Facebook]**. [S.l.], 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/midiaindependentecoletiva/>. Acesso em: 8 jul. 2019.
- MÍDIA NINJA. **[Página no Facebook]**. [S.l.], 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/>. Acesso em: 8 jul. 2019.
- MOROZOV, Evgeny. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.
- 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 en 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.
- 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.

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.

WELLMAN, Barry; QUAN-HAASE, Anabel; BOASE, Jeffrey; CHEN, Wenhong; HAMPTON, Keith; DÍAZ, Isabel; MIYATA, Kakuko. The social affordances of the internet for networked individualism. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 8, n. 3, abr. 2003. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2003.tb00216.x>. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/8/3/JCMC834/4584288>. Acesso em 17 jul. 2019.

¹ 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 [...]”.

² Com esta expressão a autora quer se referir a quem transmite manifestações e demais eventos por *streaming* ao vivo.

