

La mediatización del activismo en las coberturas del G1 y del Mídia Ninja

A midiatização do ativismo nas coberturas do G1 e do Mídia Ninja

Activism mediatization in news reports G1 and Mídia Ninja

*Maria Clara Aquino Bittencourt*¹

Resumen *Este trabajo compara las coberturas realizadas por el colectivo mediático Mídia Ninja y la página web de noticias G1 sobre el desalojo en la Favela do Metrô, en Río de Janeiro. Partiendo de la idea de que se produce un proceso de mediatización del activismo en la actuación del Mídia Ninja, se discute la relación entre esa actuación y el modelo comunicativo que fundamenta las prácticas de los medios de comunicación de masas, frente a las oportunidades de los medios adoptados por el colectivo.*

Palabras-clave: *Colectivos Mediáticos; Oportunidades de los Medios; Mediatización; G1; Mídia Ninja*

Resumo *Este trabalho compara as coberturas realizadas pelo coletivo midiático Mídia Ninja e pelo site de notícias G1 sobre a desocupação de imóveis na Favela do Metrô, no Rio de Janeiro. A partir do entendimento de que ocorre um processo de midiatização do ativismo na atuação do Mídia Ninja, discute-se a relação entre essa atuação e o modelo comunicacional que fundamenta as práticas da mídia de massa, diante das oportunidades de mídia adotadas pelo coletivo.*

Palavras-chave: *Coletivos Midiáticos; Oportunidades de Mídia; Midiatização; G1; Mídia Ninja*

¹ Posdoctoranda del Programa de Posgrado en Ciencias de la Comunicación de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, becaria CAPES, São Leopoldo, RS, Brasil; aquino.mariaclara@gmail.com

Abstract *This work aims to compare the coverage held by the collective media Mídia Ninja and G1 news website of the eviction of properties at Favela do Metrô, in Rio de Janeiro. From the understanding that occurs a process of mediatization of activism on the role of Mídia Ninja, it discusses the relationship between this activity and the communication model that underlies the practices of the mass media, face of media opportunities adopted by the collective.*

Keywords: *Collective Media; Media Opportunities; Mediatization; G1; Mídia Ninja*

Fecha de envío: 28/1/2014

Fecha de aceptación: 14/3/2014

Introducción

Hace mucho tiempo que las voces de movimientos y movilizaciones sociales tienen repercusión en los medios de comunicación, pero el uso de las herramientas de la comunicación en las prácticas activistas no alcanza solo a la divulgación de actos. En la época de las protestas contra el G8, en 2005, Cammaerts (2013, p. 23) recuerda los colectivos formados por activistas radicales, que tienden “por un lado a monitorear su representación por los medios y producir refutaciones inmediatas, y, por otro, a gestionar el interés de los periodistas, sirviendo tanto como *gatekeeper* como un abridor de espacio, y como un amortiguador entre los medios y el movimiento”. Estos colectivos se acercan y, al mismo tiempo, se alejan del entendimiento sobre la expresión *colectivos mediáticos* aquí empleada. Los colectivos citados por Cammaerts surgen de grupos organizados inicialmente en torno a causas específicas, que pasan a monitorear sus representaciones en los medios y a producir enunciados en defensa de sus causas y de los actos que realizan. Los colectivos, reforzados en Brasil a partir de junio de 2013, se clasifican aquí como mediáticos, compuestos por individuos que a través del uso de páginas web de redes sociales, plataformas y dispositivos de comunicación digital producen y hacen circular contenidos sobre protestas y actos derivados de movilizaciones organizadas dentro y fuera de las redes digitales, y que actúan de forma independiente de los medios de comunicación de masas, pudiendo o no participar en la organización de actos y protestas callejeras. Lo que aproxima los dos tipos de colectivos es el activismo en sus acciones de fines mediáticos. Lo que los aleja es el hecho de que desde 2005 el desarrollo de las herramientas de comunicación digital creció de modo significativo y la apropiación de páginas *web* de redes sociales y, principalmente, de los dispositivos móviles de comunicación ha contribuido a las transformaciones en los procesos de producción, circulación y consumo de contenidos mediáticos en el contexto de los los movimientos y movilizaciones sociales en red.

Constituido en marzo de 2013, antes de las protestas que se produjeron en junio, el colectivo mediático *Mídia Ninja*² alcanzó una representatividad significativa a partir de la cobertura colaborativa de las protestas realizadas a través de la publicación de contenidos en páginas de redes sociales como Facebook y Twitter³. En agosto de 2013, Pablo Capilé y Bruno Torturra, ideadores del *Mídia Ninja* participaron en el programa *Roda Viva* de la TV Cultura⁴. Esa participación generó manifestaciones on-line a favor y en contra de la iniciativa, así como textos y reportajes que provocaron la divulgación de notas de respuesta por el *Mídia Ninja* a acusaciones diversas sobre las prácticas del colectivo, principalmente de la red *Fora do Eixo*. En respuesta a un cuestionario preparado por esta autora al *Mídia Ninja*, el colectivo afirma que busca realizar un trabajo basado en la noción de medio de comunicación independiente, basado en la colaboración, con el fin de dar espacio a voces múltiples, en un intento de diferenciarse de los medios de comunicación de masas⁵. Pasados los momentos más significativos de las jornadas de junio, el colectivo sigue produciendo y publicando contenidos de forma colaborativa, abarcando no solo las protestas de calle, sino también la cobertura de eventos y temas relacionados con causas diversas que componen la agenda de manifestaciones a lo largo del país. Entre las coberturas realizadas por el *Mídia Ninja* está el desalojo acaecido entre los días 7 y 9 de enero de 2014, en la *Favela do Metrô*, en Mangueira, Río de Janeiro.

El estudio de este caso pretende contribuir a la investigación sobre los procesos de producción, circulación y consumo de contenidos mediáticos en red. El objetivo es comparar la cobertura de este desalojo realizada por el colectivo *Mídia Ninja*, y la hecha por la página web de noticias G1⁶, señalando las coincidencias y diferencias entre las dos. A partir de

² *Mídia Ninja – Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação* (<https://www.facebook.com/midiaNINJA>) es una iniciativa de cobertura colaborativa de la red de colectivos culturales *Fora do Eixo* (<http://foradoeixo.org.br>).

³ La *fan page* del colectivo en Facebook posee más de 236.000 “me gusta” y el perfil del colectivo en Twitter, más de 24.000 seguidores. Datos de enero de 2014.

⁴ Disponible en <<http://www.youtube.com/watch?v=vYgXth8QI8M>>. Acceso: 14/1/14.

⁵ Las respuestas al cuestionario forman parte de otro artículo de esta autora, pero se juzgó conveniente citar esta respuesta del colectivo sobre su actuación frente a los medios de comunicación de masas.

⁶ Así como la elección del colectivo se da por la representatividad evaluada por el número de seguidores en las redes sociales, la elección del G1 se dio a través de un estudio que apunta el portal Globo.com como el sexto página web

la idea de que hay un proceso de mediatización del activismo en la actuación del colectivo mediático *Mídia Ninja*, se discute la relación entre esa actuación y el modelo comunicativo que fundamenta las prácticas de los medios de comunicación de masas, frente a las oportunidades de los medios adoptadas por el colectivo.

Contextualizando las oportunidades de los medios

Para comprender las actuales tendencias sobre mediación de protestas y sobre prácticas mediáticas y de comunicación de activistas, Cammaerts (2013, p. 14) considera importante el concepto de mediación para entender el papel de los medios y de la comunicación para las protestas y el activismo. Para el autor, los medios y la comunicación permiten y limitan a los activistas y al activismo en el actual contexto mediático, convirtiéndose en instrumentos capaces de articular identidades colectivas, diseminar estructuras de movimientos y movilizaciones, coordinar e incluso constituir acciones directas por su propia cuenta. Gohn (2010) explica que la apropiación de diferentes herramientas de comunicación por los movimientos sociales fortalece sus posibilidades de articulación y estrategias de visibilidad, reconfigurando sus formas de organización y actuación. El empleo de nuevas prácticas por diferentes movimientos justifica, para Gohn (2004), que exista un cuestionamiento de las estructuras que pasa por la proposición de nuevas formas de organización para la sociedad política, garantizando su consideración como innovadores e indicadores de cambio social.

En la misma línea, la actuación de los colectivos mediáticos se está orientando por intentos de prácticas comunicativas diferentes de las empleadas por los medios de comunicación de masas, en un esfuerzo por reconfigurar los procesos de producción, circulación y consumo de contenidos a partir de prácticas más colaborativas y democráticas. Las posibilidades ofrecidas por el medio on-line sirven para garantizar la dis-

con más accesos en Brasil (<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>). El recorte por parte del G1 se justifica por la concentración de contenido informativo que el sitio de noticias posee dentro del portal Globo.com.

persión (Jenkins, Ford e Green, 2013)⁷ de los contenidos producidos por estos colectivos, y el activismo característico de las acciones y protestas de la calle son incorporados en las estrategias comunicativas de producción y en las formas de circulación de los mensajes publicados.

Esas tentativas no son recientes y algunas acaban reproduciendo lógicas distributivas semejantes a las de los procesos de los medios de comunicación de masas, que impiden la configuración de prácticas comunicativas enfocadas en la explotación de la función social de los medios. Al refutar a Enzesberger y McLuhan en cuanto a la existencia de una estructura tecnológicamente inherente a los medios de comunicación, Baudrillard (1972) argumentaba sobre la función social de los medios y sostenía que algunos grupos de militancia política insistían en prácticas comunicativas arcaicas, como resistiendo a las posibilidades de los medios electrónicos de la época. Aunque lejos de renunciar a las oportunidades de los medios existentes hoy, potenciadas por la digitalización de procesos, se puede percibir la fuerza de un enraizamiento de ciertos comportamientos y lógicas. La reproducción de papeles, algunos mecanismos de jerarquía en la producción y en la distribución de la información y la, en ocasiones, limitada exploración de oportunidades dialógicas actúan como mecanismos que acaban limitando la exploración de alternativas para la constitución y la consolidación de nuevos modelos comunicativos. El análisis hecho más adelante pretende explicar este argumento.

Recuperando las prácticas activistas que incluyen el uso de los medios de comunicación es posible citar, por ejemplo, la noción de medios tácticos y el *culture jamming*. García y Lovink (1997) definen los medios tácticos por el uso de medios del tipo “hazlo tú mismo” por grupos e individuos que se sienten oprimidos por la cultura dominante. Clinio (2013) cita como ejemplo operaciones de activistas como la divulgación de programas de radio en transmisores de baja potencia, vídeos hechos

⁷ Los autores abordan el concepto de dispersión a partir de la idea de transición de un modelo basado en la distribución a un emergente modelo híbrido de circulación. La mezcla de fuerzas de arriba y de abajo determina cómo los mensajes pueden ser compartidos por diferentes culturas a través de formas que vienen conduciendo el modo en que las personas interactúan entre sí en los movimientos sociales que han irrumpido en los últimos tres años.

con cámaras digitales y distribuidos por Internet y la actuación de programadores de *software* libre. El término “táctica” procede de los estudios de Michel de Certeau (1994), que identifica las prácticas cotidianas como formas de uso emprendidas en la fuga de la pasividad, con el propósito de acabar con la masificación de comportamientos. Las tácticas, para Certeau, no se conforman con mecanismos de disciplina y son utilizadas para alterarlos. *Culture jamming* es una táctica aplicada con el objetivo de romper o subvertir la cultura mediática *mainstream*. Puede ser considerada un conjunto de prácticas de uso táctico de los medios y está basada en el sabotaje mediático (MEIKLE, 2002), algunas veces incorporando el ruido, que puede provocar interpretaciones diversas. Como ejemplos de *culture jamming* están la subversión de contenidos publicitarios, la creación de noticias falsas y la alteración de *outdoors*.

A lo largo de los años fueron mezclándose esas y otras prácticas con otros tipos de acciones activistas. En 1999, durante las manifestaciones que constituyeron la *Batalla de Seattle*⁸, en los EE.UU, se destacó el fortalecimiento de los medios independientes, ya anteriormente incorporados al cotidiano de grupos y acciones activistas. Insatisfechos con la cobertura de las protestas realizadas por los medios de comunicación de masas, anarquistas y activistas crearon el *Centro de Medios Independientes*⁹, a través del proyecto *Indymedia*, que terminó por difundirse por diversos países. El objetivo, semejante al de colectivos que hoy se destacan en la cobertura de las protestas en Brasil, era realizar una cobertura colaborativa y alternativa, independiente de los medios convencionales, y transmitida por Internet. En aquella época, sin embargo, no se hablaba de *web 2.0* y la telefonía móvil aún daba sus primeros pasos en varios países, de modo que la conexión inalámbrica por dispositivos móviles todavía no se había popularizado. Aun así, se daban los primeros pasos hacia la constitución de un modelo de comunicación guiado por

⁸ En una manifestación contra una reunión de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en la ciudad, unos 100.000 manifestantes se movilizaron durante varios días, declarándose independientes, sin ninguna conexión partidista. Las causas de las manifestaciones eran diversas, como protestas contra el avance de las políticas neoliberales, contra la degradación ambiental, por el mantenimiento de los derechos laborales, el repudio al capitalismo global, entre otras cuestiones.

⁹ Disponible en: <<http://www.indymedia.org/>>.

la convergencia de formatos, por la dispersión de contenidos y por la colaboración en los procesos de producción y circulación. En 2001, con los atentados al *World Trade Center* y la consecuente Guerra de Irak, que estalló en 2003, los medios independientes cobraron nuevamente fuerza y visibilidad, a través de los *warblogs* (RECUERO, 2003), blogs de autoría de periodistas y ciudadanos que narraban los acontecimientos sobre la guerra, a partir de perspectivas locales y desvinculadas de la distribución de noticias de los medios de comunicación de masas.

El 11 de marzo de 2004, Madrid sufrió una serie de atentados a cuatro trenes de su red de ferrocarriles. Los ataques fueron atribuidos a una célula islamista. El día 7 de julio del 2005 le tocó a Londres. Una serie de explosiones afectaron al sistema de transporte público de la ciudad. Grupos islámicos asumieron la autoría de los ataques. Además de las similitudes obvias entre los atentados, se destacó el uso de los móviles para avisar a parientes de las víctimas y registrar imágenes y vídeos sobre los acontecimientos. Las imágenes circularon por Internet y también fueron utilizadas en telediarios, para cubrir la carencia de registros en el lugar de los hechos. El uso de esos dispositivos en el contexto de las movilizaciones en red empieza con mensajes de texto, ampliándose con el paso de los años a la publicación de contenidos en páginas web de redes sociales (MONTERDE y POSTILL, 2013). Esa misma práctica de registro y cobertura a través de los dispositivos móviles, además de recurrente en movimientos y protestas callejeras, se está repitiendo en desastres naturales, accidentes y atentados diversos.

A partir del 2009, algunas movilizaciones en la red empiezan a multiplicarse de modo que características relacionadas con la categoría de red mencionadas por Gohn (2010), como circulación, flujo, cambio, intercambio de informaciones, distribución, intensidad, colaboración, innovaciones, diversidad de articulación, descentralización, mayor agilidad, entre otras, se acoplan en los actos y protestas que tienen lugar en diferentes países como, por ejemplo, el *Occupy Wall Street* (2010), en los Estados Unidos y la *Primavera Árabe* (2010), en el Oriente Medio. Movilizaciones como estas empezaron a partir de pequeños actos, que organizados desde redes digitales de comunicación, impulsadas o no por

la fuerza de movimientos sociales ya consolidados, ganaron las calles, aumentando en proporción y significado en sus países y por el mundo. Los sucesos anteriores de apropiación de esas tecnologías seguramente contribuyeron a la utilización de dispositivos y redes digitales en la constitución de tales movilizaciones.

Aunque distintos entre sí por los contextos diferentes en los que sucedieron, los ejemplos citados se acercan en cuanto a las formas de adopción y apropiación de las tecnologías digitales para la organización y comunicación de acciones colectivas con objetivos activistas, entre otros acontecimientos que incluyen a personas y causas variadas. Y más que esto, además de la instrumentalización de las tecnologías para la rutina de las luchas, estos usos y apropiaciones provocan transformaciones en los procesos de producción, circulación y consumo de contenidos sobre las movilizaciones en red (CASTELLS, 2012; MALINI y ANTOUN, 2013). Di Felice (2013) destaca no solo la incorporación de Internet a las prácticas activistas, sino el modo en que la red ha transformado el activismo y los conceptos como participación, espacio democrático, identidad colectiva y estrategia política. El uso de Internet ha pasado, además de dar soporte a las causas globales y locales, a servir como arquitectura para la difusión de informaciones, la promoción colectiva de ideas y canales de participación. Sin desconsiderar sus limitaciones, se incrementan las oportunidades de los medios y el aprovechamiento de esas oportunidades es capaz de reflejarse en la estructura comunicativa del campo mediático¹⁰ (BOURDIEU, 1983).

Mediatización de las oportunidades

Basándose en Gamson y Wolfsfeld (1993) para entender cómo los movimientos sociales dependen de los medios, Cammaerts (2013, p. 15) cita tres finalidades interrelacionadas: movilización de soporte político; aumento de la legitimidad y validación de demandas y permiso para que

¹⁰ Bourdieu (1983) trata de las relaciones entre los campos de una sociedad sectorizada en áreas especializadas, en la cual el papel del campo mediático es servir de canal para que los otros campos expliciten sus procedimientos ante la sociedad y adquieran así legitimidad.

el alcance del conflicto se expanda. El autor describe como estructura de oportunidad de medios la “extensión hasta la cual esos movimientos pueden alcanzar y transmitir sus mensajes por los grandes medios o no, su grado de influencia cultural en la esfera pública, que invoca cuestiones de acceso a los medios”. Aunque un colectivo mediático no se configure, completamente, como un movimiento social, también construye procesos comunicativos entorno a las finalidades mencionadas. La diferencia es que su actuación sucede de forma desvinculada de los medios de comunicación de masas, a través de medios diversos por los que la producción y la circulación de contenidos están fundamentadas en procesos colaborativos.

Estos procesos reúnen el enfoque de pautas y una actuación política en la rutina de producción y circulación de los contenidos, buscando el crecimiento de la movilización entorno a una o varias causas. Al analizar el sistema red 15M, de movimientos en España, Toret (2012) señala cómo la apropiación de diferentes plataformas y dispositivos tecnológicos fue decisiva para la constitución de acciones políticas, a través de un proceso socio-tecnológico. Así, se identifica también la búsqueda del aumento de legitimidad, de la defensa y, como consecuencia, de la validación de demandas, y del trabajo que tiene como objetivo estimular la visibilidad de sus contenidos, ampliando la visibilidad de los conflictos y causas que intenta exponer en sus publicaciones. El concepto de tecno-política de Toret (2012) ampara ese conjunto de finalidades que mezcla objetivos comunicativos y políticos en el cotidiano de procesos comunicativos enfocados en causas y demandas: el uso táctico y estratégico de dispositivos tecnológicos (incluidas las redes sociales) para la organización, comunicación y acción colectiva¹¹. Esas finalidades aparecen ya en la propia autodescripción de esos colectivos, ya en los contenidos de las publicaciones y en las estrategias y planificaciones elaboradas para la conducción de las actividades comunicativas cotidianas.

¹¹ Del original: “el uso táctico y estratégico de dispositivos tecnológicos (incluyendo las redes sociales) para la organización, comunicación y acción colectiva.”

Las oportunidades de los medios disponibles para los colectivos extrapolan el campo mediático compuesto por la televisión, por los periódicos y por las radios. Internet reconfigura el espacio de flujo comunicativo a través del cual todas esas finalidades serán ambicionadas y alcanzadas, pero es relevante señalar que por más que ese alejamiento de los medios de comunicación de masas forme parte de los objetivos de un colectivo, esos grupos recurren en ocasiones a ellos para buscar información, reproduciendo determinados discursos e incluso las prácticas que rechazan. En algunos casos, valoran la mención a sus contenidos en estos medios de masas¹², aunque el objetivo principal no sea el de que la visibilidad buscada en las acciones comunicativas sea alcance a través de estos medios, sino a través de canales alternativos, independientes de intereses comerciales y basados, teóricamente, en la colaboración.

La estructura de oportunidad de los medios, a la que se refiere Cammaerts (2013), forma parte de una estructura más amplia, de oportunidad de mediación, compuesta por estructuras de oportunidad discursiva y de oportunidad en red. Mientras las oportunidades discursivas remiten a la construcción del discurso del movimiento, las oportunidades en red se refieren al planeamiento de las movilizaciones. Nuevamente la aproximación entre la actuación de un movimiento social y la de un colectivo mediático puede efectuarse para trabajar las tres estructuras de oportunidad: medios, discurso y red. Las oportunidades de los medios por los que transita un colectivo mediático aumentan a partir de Internet y de las herramientas basadas en la lógica de red (CASTELLS, 2002)¹³. El discurso se beneficia a partir de la dispersión (JENKINS, FORD y GREEN, 2013) y con una vista a su circulación se elabora a partir del contenido proyectado para el medio a través del que va a ser transmitido. Esa

¹² Colectivos como el *Mídia Ninja* y *el RioNaRua*, que respondieron al cuestionario elaborado en el ámbito de esta investigación y explorado en otro texto, afirmaron valorar la exposición de sus contenidos en los medios de comunicación de masas, aunque afirmaran que sus actuaciones están pensadas para distinguirse de la actuación de aquellas.

¹³ Castells (2002) aborda la lógica de la red a partir del desarrollo de las TIC desde el punto de vista de una estructura reticular y horizontal que caracteriza un nuevo paradigma comunicativo y productivo. El acceso a las redes y las posibilidades de cambio son determinantes para la inclusión en lo que el autor llama de sociedad en red.

estructura de oportunidad de mediación está siendo utilizada por los colectivos mediáticos a partir, principalmente, del uso de sitios de redes sociales, en los cuales es posible establecer un determinado discurso, al mismo tiempo en que también se organizan acciones colectivas, todo estimulado por la colectividad que trabaja para potencializar la visibilidad de los contenidos.

Sin embargo, existe la reproducción de prácticas que remontan a los moldes unilaterales de los medios de masas, impidiendo el flujo y la transformación de los procesos comunicativos. Baudrillard (1972, p. 281), incluso antes de la constitución del presente escenario, afirmaba que la idea, hoy recurrente, de que haya consumidores de medios impide la idea de intercambio a través de los medios: “el consumo de productos y mensajes es la relación social abstracta que estos establecen, la prohibición erigida contra todas las formas de respuesta y reciprocidad”¹⁴. No es infrecuente la constatación de que aunque posibles, la respuesta y la reciprocidad no se configuren mínima o plenamente en la relación entre productores y consumidores de contenidos mediáticos –sea en los medios de comunicación de masas, sea en el contexto comunicativo establecido por los colectivos.

Las oportunidades de los medios disponibles para los colectivos mediáticos se encuentran insertas en un espacio de flujos (CASTELLS, 2002) por los cuales circulan contenidos a partir de prácticas comunicativas que valoran el elemento tecnológico como un instrumento capaz de generar visibilidad para un conjunto de informaciones y causas. Están presentes en ese espacio no solo los medios independientes, los colectivos mediáticos y los individuos capaces de crear y hacer circular contenidos, sino los propios medios de comunicación de masas. A través de las herramientas de comunicación on-line que expanden los espacios de circulación de contenidos, los medios se mezclan con los canales alternativos e independientes que muchas veces surgen en el ambiente on-line. Se expande, en ese sentido, la noción de mediatización, que puede venir a

¹⁴ Del original: The consumption of products and messages is the abstract social relation that they establish, the ban raised against all forms of response and reciprocity.

configurarse a partir de los usos y apropiaciones de las tecnologías digitales para la comunicación.

La idea de mediatización se refiere a la penetración de los medios en el cotidiano enfocando la constitución de un ambiente social mediatizado (ASSIS, 2006). La omnipresencia de una infraestructura de comunicación, en ese sentido, permea las actividades de los colectivos mediáticos, que a través de la tecnología aumentan sus oportunidades de medios, discurso y red. Ferreira (2012) entiende la mediatización a partir de la problemática de la circulación intermediática. El autor considera la circulación en el contexto de los dispositivos mediáticos y aborda la alternancia de posición entre productores y consumidores de contenidos en el contexto de las redes sociales. El papel de las tecnologías digitales es destacado por el autor, que no niega las posibilidades de esa alternancia antes del surgimiento de las tecnologías, pero que reconoce la aceleración de tal proceso con el desarrollo de las mismas. Neto (2008) considera que la mediatización trabaja con el hecho de que los medios no son ya solo instrumentos de un proceso de interacción entre campos diversos. Se han transformado en una realidad más compleja, constituyente de “un nuevo tipo de condiciones ambientales, nuevas formas de vida, e interacciones sociales atravesadas por nuevas modalidades del ‘trabajo de sentido’”. Además de afectarse mutuamente, los medios influyen otras prácticas sociales y sus funcionamientos. Los medios pierden su función de auxiliar y pasan a ser referencia del modo de ser de la sociedad y de los procesos de interacción entre instituciones y actores sociales.

La expansión de la mediatización tendría el potencial de poner a productores y consumidores en la misma realidad, estructurada por flujos, aunque en la práctica la paridad en las funciones aún no se realice completamente. La interactividad, que se desdobra hoy en participar y compartir, tiene el potencial de ampliar el alcance de esos discursos y, en un cierto nivel, esos grupos terminan haciéndose dependientes del elemento tecnológico para el alcance de la representatividad y de la transformación de las relaciones sociales junto a la información que circula. Es un hecho que la apropiación mediática es algo frecuente en el activismo, como instrumento de acción política, además de su mero uso organizacional y estratégico.

Aun así, la mediatización del activismo se encuentra maximizada a partir del desarrollo y de los usos de tecnologías digitales de comunicación.

Análisis de las coberturas

A partir de estas fundamentaciones y argumentaciones teóricas, se discute el análisis sobre la cobertura del desalojo en la *Favela do Metrô*, en Mangueira, Río de Janeiro, realizada por el portal G1¹⁵ y por el *Mídia Ninja*¹⁶. A partir de la observación de las publicaciones se comparan las formas mediante las cuales se relataron los hechos, tomando en consideración que el G1 se caracteriza como una página web de noticias y el *Mídia Ninja* como un colectivo mediático. Se buscó aproximar y distanciar las coberturas en el intento de identificar rasgos del modelo de los medios de comunicación de masas en la rutina del colectivo, para entonces tratar de la posibilidad de mediatización de las oportunidades de los medios.

Sobre el caso de desalojo

Incluso antes de las protestas de junio¹⁷, las obras para el Mundial y sus impactos eran ya objeto de movilización en las calles. En 2011, por ejemplo, el *Grito dos Excluídos* se oyó en diversas ciudades brasileñas, entre otras razones, por el desalojo de áreas para el Mundial¹⁸. Con la proximidad del evento, crece el número de acontecimientos en los que los gastos del Mundial de 2014 y el desalojo de áreas para las obras de la competición constituyen un telón de fondo para protestas y movilizaciones¹⁹.

¹⁵ Disponible en: <<http://g1.com.br>>.

¹⁶ Disponible en: <<http://www.facebook.com/midiaNINJA>>.

¹⁷ En las manifestaciones de junio de 2013, el Mundial entró en la relación de causas señaladas en las protestas, en repudio a los altos gastos públicos para grandes eventos deportivos internacionales. La *Copa de las Confederaciones*, que se celebró en medio de las protestas, fue escenario de una serie de hechos como la ocupación frente al *Estádio Mané Garrincha*, en Brasilia, y que resultó en una confrontación entre los manifestantes y el *Batalhão de Choque*. En el estado de Minas Gerais, el *Tribunal de Justiça* emitió la prohibición de bloqueo de las vías urbanas en todas las ciudades del estado mientras que la *Copa de las Confederaciones* se realizara. El día 17 de junio, unas 12.000 personas se reunieron en el centro de la capital, Belo Horizonte, para protestar contra los gastos para la *Copa de las Confederaciones* de 2013 y con el Mundial de 2014.

¹⁸ Fuente: <<http://g1.globo.com/mato-grosso/noticia/2011/09/grito-dos-excluidos-em-mt-protesta-contra-desapropriacoes-para-copa.html>>. Acceso: 13/1/14

¹⁹ Sobre el impacto económico del Mundial, Proni y Silva (2012) presentan un análisis ampliado: <http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/122700_TD211_Proni.pdf>.

El 7 de enero de 2014, residentes de la *Favela do Metrô*, en Mangueira, Río de Janeiro, se reunieron en contra de la desocupación y demolición de viviendas en el lugar. La mañana del día 7 un grupo de vecinos cortó los dos sentidos de la Avenida Radial Oeste. Por la noche, hubo una nueva protesta y un enfrentamiento entre los vecinos y la Policía Militar, que utilizó bombas de efecto moral para dispersar a los manifestantes. La Avenida Radial Oeste fue bloqueada por los manifestantes, que armaron barricadas con escombros y neumáticos, posteriormente incendiados. Los conductores que pasaban en el lugar se desviaban por la calle Radialista Waldir Amaral. Las informaciones proporcionadas por los medios de comunicación dijeron que el Ayuntamiento de Río de Janeiro había afirmado haber empezado el desalojo en 2010 y que 362²⁰ familias que vivían en la región habían sido transferidas para nuevos conjuntos de viviendas. La municipalidad afirmó que la operación de desalojo del día 7 se produjo a causa de que las viviendas desocupadas habían sido reocupadas ya por otras personas, a las que les fue ofrecido el abrigo municipal y que no lo habían aceptado. Algunos vecinos afirman que los ocupantes de las casas son habitantes de la favela, para los que la Municipalidad había prometido una vivienda tras el desalojo, hecho que no habría sido cumplido. El día 9 de enero el Ayuntamiento, después de una reunión con la *Ordem dos Advogados do Brasil (OAB)* y con la Defensoría Pública decidió realizar la inscripción de las familias que estaban en la *Favela do Metrô* hasta el inicio de la demolición de las casas. Las familias registradas deberán tener acceso a un alquiler social hasta el cambio para las viviendas del programa del gobierno federal *Minha Casa, Minha Vida*.

Sobre las coberturas

G1

Partiendo de una búsqueda realizada con el término “Mangueira”²¹ en el G1, se observaron todas las publicaciones sobre el acontecimiento

²⁰ Los informes del G1 sobre el asunto unas veces hablan de un número de 362 familias, otras de 662 familias.

²¹ La *Favela do Metrô* está localizada en el barrio Mangueira. Por eso tanto el G1 como el *Mídia Ninja* utilizaban “Mangueira” en sus publicaciones.

(tabla 1)²², los días 7, 8, 9 y 10 de enero. El resultado fueron siete reportajes de texto publicados en la página web, en la sección regional de Río de Janeiro, y tres vídeo-reportajes que fueron transmitidos en los telediarios *Bom Dia Rio*, *Jornal Hoje* y *RJTV* –estos reportajes aparecen por separado y también incluidos en algunas de las informaciones de texto. En el perfil del G1²³ en Twitter no se publicó ningún *tweet* sobre la desocupación. En la *fanpage* del G1²⁴ en Facebook todas las publicaciones siguieron el mismo modelo, con una imagen JPG con llamadas para los reportajes en la página, sin ningún enlace disponible –durante los días observados no se hizo ninguna mención al desalojo en el Facebook del G1.

El día 7 de enero el G1 Río de Janeiro publicó tres reportajes sobre las manifestaciones en Mangueira: el primero por la mañana, cuando la Radial Oeste y la calle Francisco Xavier fueron cortadas por los vecinos; el segundo trataba sobre la ocupación de las vías durante la noche anterior; y el tercero recuperaba los hechos del día y daba la noticia del enfrentamiento entre vecinos y policías en la protesta de la noche anterior. Mientras el reportaje de la parte de la mañana afirmaba que el corte de las vías por parte de los vecinos se daba en función del desalojo, el segundo reportaje transmitido ya por la noche, afirmaba que la causa de la manifestación era la muerte de un joven en un tiroteo entre policías y manifestantes que había ocurrido durante la noche del día 4 de enero. En el tercer reportaje, se atribuyeron las protestas nuevamente al desalojo. El texto de este reportaje señala además que, alrededor de 600 familias que vivían en el lugar ya habían sido desalojadas y reacomodadas bajo el programa del Gobierno Federal *Minha Casa, Minha Vida*.

El día 8 de enero un reportaje del *RJTV* volvió a tratar sobre los sucesos, mostrando la protesta como consecuencia del desalojo. De la misma manera, un reportaje más corto en el *Jornal Hoje*, relató la protesta. El

²² Cuadro de datos disponible en: <<https://docs.google.com/spreadsheets/ccc?key=0AnAhKXRWHP8IdHZMVUVFMXVGUFpJbmpjM05MZmpsZFE&usp=sharing>>.

²³ Disponible en: <<http://twitter.com/g1>>.

²⁴ Disponible en: <<http://www.facebook.com/g1>>.

reportaje del *RJTV* menciona el número de 362 familias ya reacomodadas, a diferencia de la noticia anunciada en la página web el día anterior. Este reportaje explicaba que, contra lo que se había entendido con anterioridad, la manifestación no era por la muerte del joven en la noche de sábado. En la primera noticia textual, acompañada de fotos y del mismo reportaje del *RJTV*, el contenido destaca el refuerzo de la vigilancia policial tras las protestas del día 7, recupera los sucesos de la noche anterior y habla de 362 familias reacomodadas. La segunda noticia de texto, acompañada de fotos relata una nueva manifestación en la noche del 8 de enero y utiliza varios fragmentos de otra noticia, también textual, para contextualizar los hechos.

El día 9 de enero se publican dos noticias de texto con fotos. La primera relata la decisión tomada por el Ayuntamiento de Río de Janeiro, en una reunión con la *Ordem dos Advogados do Brasil (OAB)* y con la Defensoría Pública, de empadronar a las familias que estaban en la comunidad del *Metró* hasta el inicio de la demolición de las casas, para que recibieran el alquiler social hasta que se trasladaran a las propiedades del *Minha Casa, Minha Vida*. Un reportaje del *RJTV* acompaña esta noticia y retoma la discusión entre los vecinos y la municipalidad, citando el número de 662 familias ya reacomodadas. La segunda noticia de texto, aporta fotos y el relato de que los habitantes de la favela habían bloqueado, una vez más, la Avenida Radial Oeste la noche del 9 de enero para protestar contra los desalojos. Los acontecimientos se recuperan en la noticia y se dice de nuevo que 662 familias están ya ocupando viviendas del proyecto *Minha Casa Minha Vida*.

El día 10 de enero, otro reportaje en el *RJTV* afirma que algunos muebles seguían tirados en la margen de la Radial Oeste y que la PM permanecía en la favela. Sin contar las protestas, el reportaje recupera los enfrentamientos entre los manifestantes y la policía acontecidos durante los días 7, 8 y 9, y también la interrupción de líneas de tren mediante objetos tirados por los vecinos de la favela. El reportaje afirma que 662 familias habían sido reacomodadas y que otras personas habían invadido el lugar. Menciona además el empadronamiento de las familias que estaban en la comunidad hasta el inicio de la demolición de las casas.

Mídia Ninja

El análisis de la cobertura hecha por el *Mídia Ninja* se hizo a través de la observación de las publicaciones en la *fanpage* en Facebook²⁵ (tabla 2)²⁶ y en el perfil en Twitter²⁷ (tabla 3)²⁸. De las 21 publicaciones realizadas por el *Mídia Ninja* en Twitter los días 7, 8 y 9 de enero de 2014 sobre el desalojo de los inmuebles *Favela do Metrô*, 18 fueron de enlaces para transmisiones en directo realizadas por algún ninja a través del Twitcasting. Además de estos, otro *tweet* también apuntaba un enlace de transmisión en directo, junto a otro enlace para una publicación en Facebook. Otro *tweet* señalaba una publicación en Facebook que presentaba un enlace a una transmisión en directo. El *tweet* restante apuntaba a una publicación en Facebook, en la que se encontraba un texto acompañado de una foto.

En Facebook se totalizaron 14 publicaciones que trataban del tema del desalojo en la *Favela do Metrô*. Entre ellas, 11 indicaban enlaces para transmisiones en directo. En otras dos publicaciones, una poseía texto y otra un enlace para un vídeo con el testimonio de una habitante de la favela y otra contenía texto y enlace para un vídeo realizado por el periódico *A Nova Democracia*.

Las publicaciones en Twitter del *Mídia Ninja* no empezaron hasta las 14:40 h del día 8 de enero, mientras que en Facebook la primera publicación en la *fanpage* sobre el asunto data del inicio de la madrugada del día 8, sobre la medianoche. El *tweet* que primero aparece en el perfil del *Mídia Ninja* es para la publicación en Facebook que contiene un texto de Ivana Bentes sobre el meme “*Não vai ter Copa*”²⁹. Al final de ese texto hay una nota que explica que el niño de la foto de la publicación vive en la *Favela do Metrô*, donde empezaron los desalojos la noche anterior. En Facebook, la primera publicación sobre el asunto explica brevemente

²⁵ Disponible en: <<http://www.facebook.com/midiaNINJA>>.

²⁶ Cuadro de datos disponible en: <<https://docs.google.com/spreadsheets/ccc?key=0AnAhKXRWHP8IdFpWZl8tLVlIRHVabnEtVWpDdE53Vnc&usp=sharing>>.

²⁷ Disponible en: <<https://twitter.com/MidiaNINJA>>.

²⁸ Cuadro de datos disponible en: <<https://docs.google.com/spreadsheets/ccc?key=0AnAhKXRWHP8IdFhUNFZlZW1HNkQwaUkyOTQ2LUd2eE&usp=sharing>>.

²⁹ La *hashtag* #naovaitercopa ha cobrado fuerza en Twitter y en Facebook después de la difusión de una imagen en el perfil oficial de Dilma Rousseff con la *hashtag* #vaitercopa. Disponible en: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=60753574263354&set=a.351365628250368.87876.351338968253034&type=1&stream_ref=10>.

que los moradores empezaron la protesta contra el desalojo y que la policía militar se encontraba en el lugar. El enlace para la transmisión en directo aparecía al final de la publicación.

Tanto en Twitter como en el Facebook del *Mídia Ninja*, el asunto aparece con frecuencia a lo largo de los días en que tuvieron lugar las manifestaciones en la favela. Los sucesos son relatados bajo diferentes formatos y los contenidos producidos por el colectivo circulan por Facebook, Twitter y Twitcasting, sin el compromiso de establecer una periodicidad regular, ni tampoco seguir una línea editorial dirigida solo a la distribución de información sobre lo que ocurre en la favela. Además de los enlaces con las transmisiones en directo, que cargan la mayor parte del contenido informativo de las publicaciones del colectivo, algunos pocos contenidos esclarecen de forma más estructurada y completa qué sucede en la favela. La predominancia de la divulgación de las transmisiones en directo y la publicación de diferentes contenidos en cada página web por el colectivo genera la percepción de que el *Mídia Ninja* no está preocupado de organizar una cobertura lineal y uniforme en todos los espacios on-line que utiliza. Así como Gohn (2010) menciona que la apropiación de diferentes herramientas es capaz de fortalecer las posibilidades de articulación y las estrategias de visibilidad de los movimientos sociales, la circulación del contenido del *Mídia Ninja* está hecha a través de espacios diversos no por casualidad, sino por opción y, probablemente, estrategia en el sentido de ampliar el alcance de las publicaciones, llegando así a más seguidores. El objetivo es cubrir en directo, mostrando qué pasa en la favela, sin la preocupación de contextualizar los hechos y enumerar datos y fuentes que conecten linealmente los acontecimientos –véase la divulgación de más de un enlace de transmisión en directo en algunas publicaciones en Facebook.

La pluralidad de formatos y enfoques por las que el *Mídia Ninja* relata los hechos puede dificultar la comprensión de la situación por un lector con poca adaptación con las prácticas del colectivo. Por otro lado, en ningún momento de la cobertura realizada por el *Mídia Ninja* se nota la confusión sobre el número de familias ya reacomodadas por la Municipalidad, mientras en el G1 ese número varía entre 300 y 600 familias,

dependiendo del escrito o del reportaje publicado. En relación al *Mídia Ninja* esa confusión no llega a establecerse, pues esos datos no llegan a ser citados. Este hecho también demuestra cómo se produce la repetición de una información en los dos casos. En el G1 la reiteración de la información sobre la reacomodación de las familias surge en casi todas las publicaciones, a través del texto o de lo que manifiestan los periodistas. También aparecen informaciones repetidas en el *Mídia Ninja*, pero distribuidas por diversas publicaciones y relatadas en las transmisiones en directo realizadas por diferentes ninjas.

El G1 presentó un carácter predominantemente periodístico en la cobertura de las protestas en la favela, deteniéndose en el relato de los acontecimientos (con independencia del ángulo de enfoque y del punto de vista) y acortando el camino de contextualización, a través de la disponibilidad de enlaces para artículos relacionados. Aunque esos enlaces buscaran situar el lector sobre los acontecimientos en la Mangueira, poco o casi nada se mencionó en los reportajes con respecto a los problemas generados por la necesidad de desocupación de áreas para la realización de obras para el Mundial –en ese sentido la contextualización es limitada. El *Mídia Ninja* mezcló técnicas periodísticas con prácticas activistas en el cotidiano de captación y divulgación de informaciones manejadas por el colectivo para abordar las causas mayores del problema específico que sucedía en la Mangueira. La contextualización, a diferencia de la forma realizada por el G1, no recuperaba enlaces de publicaciones anteriores del colectivo, sino que buscaba elucidar las causas de las protestas contra el desalojo a través de textos –como el de Ivana Bentes publicado en la *fanpage* del colectivo, que discutía esencialmente los problemas que el Mundial está acarreado para el país, para solamente al final identificar al niño de la imagen como un habitante de la favela recién desocupada.

Las finalidades interrelacionadas a partir de las cuales movimientos sociales dependen de los medios (GAMSON y WOLFSFELD, 1993 ápuD CAMMAERTS, 2013) también aparecen en el cotidiano de publicaciones del *Mídia Ninja*, que llama a los seguidores para acompañar las transmisiones en directo y “subir la *tag*”, como en las publicaciones en Twit-

ter. La movilización de soporte político, el aumento de la legitimidad y validación de demandas y el permiso para que el alcance del conflicto se expanda son retratados en los contenidos que además de relatar los hechos en directo, llaman a las movilizaciones relacionadas con los actos. Hay un incentivo a la resistencia por parte de los moradores de la *Favela do Metrô* a través del uso de la *hashtag* #resistemanguera, que firma gran parte de los contenidos y dirige la discusión por las redes. Así, las oportunidades de mediación aprovechadas por el *Mídia Ninja* a través de las páginas web de redes sociales sirven como un canal alternativo de enfoque de los hechos. Mientras el G1 excluye los espacios por los que el *Mídia Ninja* circula, restringiendo sus publicaciones a la página web de noticias, hay una construcción paralela de discursos que circulan por Internet, pero a partir de mecanismos de circulación y distribución diversos. No son del interés del G1 los objetivos buscados por el *Mídia Ninja* y, aunque sean el blanco de G1 la movilización del soporte político y el aumento de la legitimidad, esa búsqueda se da a través de relaciones comerciales y financieras –teóricamente fuera de la pauta del colectivo.

Es cierto que el periodismo en los moldes de los medios de comunicación de masas no se configura en las publicaciones del *Mídia Ninja* y, seguramente, no es el objetivo del colectivo. Sin embargo, algunas prácticas se reproducen en su cotidiano. Aunque la colaboración pauté las acciones de cobertura de los sucesos, el modelo distributivo de los medios de comunicación de masas todavía se manifiesta frente a la escasez dialógica muchas veces característica de las rutinas del *Mídia Ninja*. La mediatización de las prácticas activistas, si por un lado colabora a la ampliación de la visibilidad de las causas y al compromiso con las acciones colectivas, por otro refleja la dependencia del elemento tecnológico para la comunicación del colectivo. Nuevas prácticas sociales (NETO, 2008), procedentes antes de la puesta en práctica del *Mídia Ninja*, forman parte de la cobertura del colectivo y la transmisión en directo hecha por múltiples miradas es lo que más ha diferenciado el modelo aún en construcción de esos grupos del modelo adoptado por los medios de comunicación de masas.

Consideraciones finales

Algunas limitaciones, de ambas coberturas, reflejan rasgos prematuros sobre la concepción de un nuevo modelo basado en prácticas sociales colectivas. El modelo híbrido y emergente basado en la dispersión señalada por Jenkins, Ford y Green (2013) no se configura plenamente en el cotidiano del colectivo, pero indica rasgos de prácticas capaces de reconfigurar lógicas y comportamientos. El ambiente social mediatizado (ASSIS, 2006) en el que se encuentran el G1 y *Mídia Ninja* sufre, de hecho, transformaciones consecuentes del desarrollo y de la apropiación tecnológica, así como ese desarrollo también interfiere en la apropiación y en la creación de nuevas herramientas y formatos que forman parte de los procesos de producción, circulación y contenido de contenidos mediáticos.

La noción de tecnopolítica de Toret (2012) atraviesa las prácticas del colectivo, en las que convergen tácticas activistas con tácticas mediáticas en el intento de transformar la comunicación de movimientos y movilizaciones en procesos más democráticos. La mediatización de esos procesos en ocasiones remonta a viejas prácticas, inicialmente rechazadas, pero reproducidas dentro de un contexto en el que la lógica de la red y la colaboración que da base a los procesos serían capaces de subvertir.

Referencias

- ASSIS, É. G. *Táticas lúdico-midiáticas no ativismo político contemporâneo*. 2006. Dissertação. (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.
- BAUDRILLARD, J. *Requiem for the media*. For a Critique of the Political Economy of the Sign. Trans. Charles Levin. Saint Louis, Mo.: Telos Press, 1981. p. 164–184. Reprinted in *Video Culture: A Critical Investigation*. Ed. John Hanhardt. Rochester, N.Y.: Visual Studies Workshop Press. Dist. Layton, Utah: Peregrine Smith Books, 1986. From the French *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Paris: Gallimard, 1972.
- BOURDIEU, P. *Questões de sociologia: algumas propriedades dos campos*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- CAMMAERTS, B. Lógicas de protesto e a estrutura de oportunidade de mediação. *Matrizes* – Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, ano 7, n. 2, p. 13-36, jul./dez. 2013.

- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- . *Networks of outrage and hope*. Politik. United States: Wiley, 2012.
- CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano*. São Paulo: Vozes, 1994.
- CLINIO, A. A ação política no cotidiano: a mídia tática como conceito operacional para pesquisas em mídia, cotidiano e política. *Mídia e Cotidiano* – Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, n. 1, p. 169-188, ene./abr. 2013.
- DI FELICE, M. Ser redes: o formismo digital dos movimentos net-ativistas. *Matrizes* – Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, ano 7, n. 2, p. 49-74, jul./dez. 2013.
- FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma analítica da midiaticização. *Revista Matrizes*, n. 2, abril 2008. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/MATRIZES/article/view/5236/5260>>. Acesso em: 17/1/2014.
- FERREIRA, J. A comunicação como questão no âmbito das hipóteses sobre a midiaticização (Um problema a ser revelado). *Revista Ghrebh*, v. 1, n. 18, 2012. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/revista/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=viewArticle&path%5B%5D=439>>. Acesso em: 13/1/2014.
- GAMSON, W. A.; WOLFSFELD, G. Movements and Media as Interacting Systems. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 526: 114–27. 1993.
- GARCIA, D.; LOVINK. The ABC of Tactical Media. Geert (1997). Disponível em: <<http://amsterdam.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9705/msg00096.html>>. Acesso em: 13/1/2014.
- GOHN, M. G. M. *Movimentos sociais e redes de mobilização cívica no Brasil contemporâneo*. Petrópolis: Vozes, 2010.
- . *Novas teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos*. São Paulo: Loyola, 2004.
- JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press, 2013.
- MALINI, F.; ANTOUN, H. *@internet e #rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- MEIKLE, G. *Future Active: Media Activism & the Internet*. Londres: Routledge, 2002.
- MONTERDE, A.; POSTILL, J. 2013. Mobile ensembles: The uses of mobile phones for social protest by Spain's indignados. In: GOGGIN, G.; HJORTH, L. *Routledge Companion to Mobile Media*. Disponível em: <<http://civilsc.net/node/47>>. Acesso em: 17/1/2014.
- PRONI, M. W.; SILVA, L. O. Impactos econômicos da Copa do Mundo de 2014: projeções superestimadas. Texto para Discussão. IE/UNICAMP, Campinas, n. 211, out. 2012. Disponível em: <http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/122700_TD211_Proni.pdf>. Acesso em: 17/1/2014.
- RECUERO, R. *Warblogs: os blogs, a Guerra do Iraque e o Jornalismo On-line*. 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-war-blogs.pdf>>. Acesso em: 21/1/2014.
- TORRE, J. Una mirada tecnopolítica sobre los primeros días del #15M. *Comunicación y Sociedad Civil*. 2012. Disponível em: <<http://civilsc.net/node/14>>. Acesso em: 17/1/2014.