



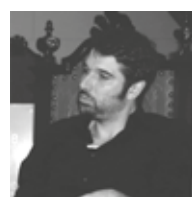
Entre o paraíso e o inferno

Os organizadores do Congresso esperavam oferecer um fôlego de esperança com a mesa da tarde do dia 29, logo após a dura e dramática exposição dos primeiros resultados da reforma trabalhista implantada no país. Porém, o que foi desenhado pelas exposições dos três convidados, dois jornalistas e uma cineasta, ficou mais próximo de uma distopia, como bem definiu Bruno Torturra, fundador da Mídia Ninja, uma das mais surpreendentes experiências de comunicação em tempo real ocorrida no País. Bruno contou como ele e seus colegas do Mídia Ninja, depois do sucesso na cobertura dos conflitos de rua em 2013, foram transformados em fomentadores de violência e cúmplices de assassinato, destruidores do jornalismo dito sério. “Fui pessoalmente atacado na *Veja*, no *O Globo*, na *Folha* como corresponsável pela morte daquele cinegrafista, o Santiago”, disse, referindo-se ao cinegrafista Santiago Andrade, da Rede Bandeirantes, atingido por um rojão quando fazia a cobertura dos conflitos.

Conforme explicou o jornalista Renato Rovai, responsável pela Revista Fórum e Blog do Rovai e mediador da mesa, o debate foi organizado como uma roda de conversa informal, provocada por uma mesma pergunta inicial aos três convidados. “A pergunta é: de que maneira cada um de vocês contribui para a resistência aos valores conservadores. Se contribui, como contribui, de que forma acha que poderia contribuir mais.”

O primeiro a responder foi Oswaldo Luiz Vitta, o Colibri, diretor da Rádio Brasil Atual e premiado pela Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA) pelo programa Hora do Rango. “Bom, desde sempre, né”, foi a resposta de Colibri, para em seguida descrever como conseguiu montar uma rádio focada nos movimentos sociais e direitos humanos, considerados no universo da imprensa e da publicidade como um campo desinteressante e economicamente inviável. “Depois da eleição de 1989 (marcada por intensa manipulação de informação pela Rede Globo), a gente teve um contato mais próximo com alguns sindicatos, dos Bancários e dos Metalúrgicos, e fizemos a primeira experiência. Depois da campanha, fizeram uma proposta de montar uma rádio”, conta.

O projeto foi iniciado em 1990, mas só em 1992 ganhou suporte financeiro, com a adesão do Sindicato dos Bancários. A proposta era de um jornal alternativo no rádio. Começaram com horário arrendado na Rádio Gazeta AM, onde transmitiram a Rádio dos Bancários de 1992 até 1994. “Na verdade era jornal dos trabalhadores. Era dos bancários porque tinha patrocínio do sindicato, mas a gente falava dos trabalhadores em geral”, explica. Segundo Colibri, mundo do trabalho, movimentos sociais e direitos humanos era o tripé em que a pauta da rádio se apoiava. “Conseguimos boa audiência, mas a gente não tinha uma rádio. A gente arrendava um horário



Bruno Torturra
Jornalista do Estúdio Fluxo, editor chefe do Greg News e Mídia Ninja até final de 2013.



Eliane Caffé
Cineasta desde 1990, diretora de curtas como “Arabesco” e “Caligrama” e longas como “Kenoma”, “Narradores de Javé” e “O Sol do Meio-Dia”, dirigiu séries de TV e dedica-se a oficinas audiovisuais em zonas de conflito.



Oswaldo Luiz Colibri Vitta
Diretor da Rádio Brasil Atual. Recebeu o prêmio da Associação Paulista dos Críticos de Arte (APCA) pelo programa Hora do Rango.



Renato Rovai
Jornalista responsável pela Revista Fórum e Blog do Rovai.
<http://www.revistaforum.com.br/blogdorovai/>



Oswaldo Luiz Coibri Vitta no estúdio da rádio

“As notícias
que as outras
não dão
e as músicas
que as outras
não tocam”

de manhã na Gazeta, gentileza da fundação Cásper Líbero, de topar fazer um projeto assim meio fora de esquadro, que eles não gostavam muito”, lembrou.

Quando não foi mais possível transmitir da Gazeta, o grupo passou a buscar uma maneira de ter realmente uma rádio, com concessão própria. “O sonho nosso, e de todos os trabalhadores, era ter uma rádio. Só que a gente não conseguiu na época”, conta. A Rádio voltaria a transmitir em 2004, a partir de várias emissoras diferentes, e só em 2012 com uma concessão própria. “Hoje é da Fundação Comunicação, Cultura e Trabalho, que tem a gestão do Sindicato dos Bancários de São Paulo e dos Metalúrgicos do ABC”, explica o radialista. Concretamente, esta concessão tem uma rádio em Santos, sintonizada em 93,3 FM; e a 98,9 FM em São Paulo, com programação 24 horas voltada para o tripé que apoiou as experiências do grupo até então.

“Na verdade, há dois anos temos a programação completa, com jornalismo e 24 horas de programação produzida por nós, e tem sido ótimo”, avalia. Com o slogan “as notícias que as outras não dão e as músicas que as outras não tocam”, difícil de cumprir, segundo Colibri, a rádio apresenta o Jornal Brasil Atual, dirigido por Marilu Cabañas, das 7 horas às 9 horas pela manhã; e das 17 horas até às 19 horas, à tarde, também premiado pela APCA. “Nesse meio a gente tem colocado programas de música e notícias, valorizando a música popular brasileira. A gente mostra o chamado outro lado”, diz.

A Rádio conseguiu, até agora, uma audiência que, embora não seja grande segundo Colibri, é consistente. “Pega bem em várias regiões, principalmente na zona leste da cidade de São Paulo, Zona Sul e no Centro. Na Zona Oeste, não muito. E está nas redes sociais”, conta. Ele lembra que tem a TVT também, com 8 anos de existência. “Temos muitos parceiros, como o Dieese, a Fundacentro, a revista Fórum do Rovai. Todos ajudam a pautar. A Marilu ganhou o prêmio da APCA também. O importante não é o prêmio em si, mas o reconhecimento”, diz Colibri.

Colibri diz que, como todos os projetos de comunicação, neste momento a emissora enfrenta grandes dificuldades. “Porque os recursos estão mais difíceis”, diz. Dificuldade que afeta também a mídia hegemônica e em parte, tem relação com a rede mundial de computadores e a possibilidade de comunicação em tempo real. Ao mesmo tempo em que destrói o modelo de negócio tradicional de comunicação – do qual a Rádio é um exemplo – a rede traz vantagens, como a aproximação dos ouvintes, e uma natural intensificação da sua participação na rotina da emissora. “Quem ouve já pode sugerir pauta. É impressionante a participação dos ouvintes”, afirma.

A Rádio mantém os canais das mídias sociais abertos, principalmente o Whatsapp, Facebook, por onde recebe desde críticas e sugestões de notícia, até comentários para o Na Boca do Povo, um programa que provoca debate a partir de temas fortes. “E também para pedir música, mas não é qualquer música não, é música engajada. É muito legal, fico emocionado até”, comemora o diretor.

Descendo ao inferno

A dificuldade de Colibri se transforma em angústia para Bruno Tortura, jornalista que participou, em 2013, da Mídia Ninja, hoje editor do Greg News, programa e canal do escritor e humorista Gregório Duvivier, e diretor do Estúdio Fluxos. “Quería fazer essa reflexão contigo, Bruno, se ao mesmo tempo, nós não estamos sendo engolidos por tudo isso e não conseguindo mesmo, às vezes, saber se estamos resistindo ou não”, propôs Rovai ao pas-

sar a palavra ao jornalista, trazendo a discussão para o tema do Congresso. Bruno se diz desanimado e crítico com o caminho que tomou em 2011, e que o levou à proposta da Mídia Ninja, de uso intenso da hiperconectividade. “A hiperconectividade seria, acima de tudo, muito positiva para a Imprensa e para a função principal que ela exerce na sociedade, que é a expansão da conversa e da consciência pública. De lá para cá, o meu otimismo se abalou um pouco”, afirmou.

Bruno começou a trabalhar como jornalista em 2002, na revista Trip, onde ficou por dez anos; e na mídia independente, como repórter “ninja”, viveu sua primeira grande realização que foi, também, sua primeira grande frustração. Suas transmissões, ao vivo e por meio do que o repórter do New York Times definiu como um “estúdio itinerante”, formado por smartphones, câmeras e um gerador mantido em um carrinho de supermercado, atingiram o Trend topic mundial, com público de mais de 10 mil pessoas no auge dos conflitos de rua que marcaram o ano de 2013. Eles conseguiram também, chamar a atenção dos grandes veículos de comunicação, que passaram a debater a questão da credibilidade da imprensa a partir da cobertura Ninja das manifestações. Os ninja conseguiram expor em tempo real, o que a mídia tradicional escondeu.

“O jornalismo é um exemplo muito claro de precarização, não simplesmente na forma como a gente está trabalhando ou no modo de financiar a Imprensa, mas uma crise existencial também, de credibilidade”, conta Bruno, que diz sentir que nem ele, nem os colegas da mídia alternativa, ou mesmo as instituições e corporações têm conseguido atender à expectativa do público. “Eu partia de uma hipótese em 2011, e ainda é uma hipótese. Estamos no meio dessa experiência. A hiperconectividade nos deu, de muitas formas, um tipo de ruído, de conversa, um tipo de irracionalidade que a gente sofre hoje como sociedade, principalmente na política e nos caminhos que a gente tomou de lá prá cá.”, afirma Bruno, que abandonou a Mídia Ninja já no final de 2013 e se afastou das mídias sociais.

Bruno diz que tanto ele, quanto os colegas de muitos dos coletivos de mídia independente, não estavam preocupados em criar uma lógica de resistência. “A gente tinha um horizonte muito mais claro, de que estávamos avançando. Tinha um progressismo intenso e possível na falta de filtro que a internet subitamente nos deu, principalmente com o advento do smartphone, webcam, streaming, que foi onde a gente apostou mais no Mídia Ninja”, conta o ex-ninja, que se diz perturbado em perceber que faltou uma análise crítica do ciberespaço nessa primeira investida, uma das razões pelas quais saiu das redes sociais. “Muita gente confundiu mídia social com plataformas, que têm uma limitação muito grande no tipo de relação que é possível e que foram programadas através de um modelo financeiro, que está longe de ser o ideal para o tipo de comunicação que a gente quer promover. A gente sofre muito as consequências disso, tanto como indivíduos, quanto como organizações”, afirma.

Como exemplo, Bruno cita o uso que fez de sua página no Facebook. “Era o veículo mais utilizado, mas lá não se consegue indexar, buscar coisas, ter hiperlinks dentro do que se tem para escrever”, explica. Mais importante e menos observado, segundo Bruno, é que o Facebook coloca no mesmo nível de interação o veículo e o indivíduo. “O perfil se confunde com o jornalista. Transformou-se essa conversa que era uma conversa midiática, que a web oferecia, em uma distopia”, diz. E continua, defendendo que o ciberespaço precisa ser politizado. “Quando a gente pensa que, em grande parte, nossas interações como comunicador, pessoas, cidadãos estão acontecendo dentro de plataformas que têm um dono, cujas regras a gente não



Bruno Torturra no programa Roda Viva

Mídia Ninja



sabe quais são e sobre as quais a gente não tem a menor interferência; então é como se a gente vivesse aqui fora numa república, mas no ciberespaço, ainda não tivéssemos chegado lá. No ciberespaço não tem uma carta magna ainda, não tem uma independência. Lá, é feudalismo, e acho que a gente precisa começar a falar muito sério sobre a estrutura sob a qual a gente fala hoje em dia e não simplesmente, como estamos tocando essa conversa”, sugere.

Comunicação quântica

A cineasta Eliane Caffé dá início a essa discussão. Incumbida da tarefa de trazer uma visão mais distanciada das ações e conflitos da resistência via sistemas de comunicação pelo mediador da mesa, apresentou uma possibilidade ainda mais perturbadora, que envolve conceitos de física e mecânica quântica. “Na semana passada saiu uma notícia bombástica, uma notícia tão importante quanto a descoberta, sei lá, que a Terra é que gira em volta do sol. Vocês já ouviram falar do entrelaçamento quântico?”, pergunta. Eliane é uma cineasta premiada, com passagem pela TV onde dirigiu séries e documentários, e também ilustradora de grande prestígio. Hoje, filma suas histórias em áreas de conflitos nas grandes cidades, em ocupações, e em troca, coordena oficinas de audiovisuais voltadas para moradores dessas áreas.

Essa contrapartida, que pressupõe um vínculo orgânico com a comunidade envolvida no trabalho, é a chave para o cinema, uma atividade anacrônica, continuar sendo possível diante da possibilidade de comunicação quântica gerenciada por inteligências artificiais, segundo a cineasta. “A realidade ficou tão complexa, tão difícil, que não adianta você juntar duas ou três pessoas, escrever uma história e ir lá, filmar em cima dessa história. Ela vai conseguir representar muito pouco (da realidade). Eu acredito hoje no cinema coletivo, e (esse cinema) se constrói na contrapartida”, afirma. E explica o que é exatamente essa contrapartida: “Vou lá fazer um filme numa ocupação, mas não vou usá-los como personagem e cenário. Vou construir com eles esse filme e em conjunto, desenvolver um vín-

culo com aquele espaço, escutar as demandas e de fato, gerar alguma coisa que sirva para os dois lados.”

Eliane já tinha explicado, “rapidinho”, o que é entrelaçamento quântico: a capacidade de provocar o mesmo efeito em duas partes de uma mesma partícula, mesmo que elas estejam fisicamente a milhões de anos-luz de distância uma da outra. A descoberta dos chineses prova o que Einstein chamou de “ação fantasmagórica à distância”, uma teoria que permanecia como uma hipótese até agora e que quebra os paradigmas sobre tempo, espaço e causalidade. “Eles mandaram um satélite. Dividiram uma partícula e dispararam: uma está lá na China, num determinado local. A outra partícula está a milhares de quilômetros de distância. E as duas sofrendo a mesma ação. Traduzindo isso, o que significa? Como é que eles vão aplicar isso? Eles vão aplicar isso no sistema de comunicação”, afirma.

Que irá se tornar ainda mais blindado. “O nível de controle, este que o Bruno estava falando, do georreferenciamento. Mesmo com todo esse controle, existem franjas como o (Julien) Assange, do Wikileaks. Esse cara conseguiu, com outros hackers, burlar o sistema extremamente auto-defendido pelas grandes corporações e denunciar o que a gente não sabe. Com o entrelaçamento quântico que os chineses estão colocando em prática, em poucos anos vai ser quase impossível quebrar o sistema de comunicação”, afirma Eliane.

Ela reconhece que não sabe exatamente o que isso pode significar no futuro, e que dentro da sua profissão, no cinema, em poucos anos o mundo virou do avesso. “A gente não imagina o que é a vida no corpo a corpo, sem a intermediação das telas, aqui do lado. Estamos tão fechados nas nossas bolhas mentais, que não vemos o mundo”, diz. E conclui reafirmando a necessidade de repensar “muitas coisas”. “É um momento muito fértil para fazer isso.”



Eliane Caffé no set de um de seus filmes.

Sob o mito da imparcialidade

Questionados fortemente pelo público, os jornalistas presentes foram unânimes em afirmar que não existe imparcialidade. “Trabalho há 44 anos em jornal. Vários. Folha, Estado, Globo. Tem que mostrar, como jornalista, os lados da questão, obviamente. Agora imparcialidade, isso não existe”, disse Osvaldo Luiz Colibri Vitta. Até Ênio Squeff parou sua pintura para se posicionar sobre a questão. Do alto de sua experiência de 30 anos nas grandes redações do país, disse que havia uma regra básica. “O sujeito foi acusado de ladrão? Pergunta para ele se ele realmente é ladrão. A gente seguia fielmente essa regra”. Bruno Torturra acha que a imparcialidade é um mito e diz nunca ter conhecido alguém que tivesse escolhido ser jornalista por se considerar “imparcial”. “É meio o contrário”, disse. Para ele, a pessoa também não escolhe a carreira esperando ficar rico, mas “porque o mundo incomoda”. Em seguida põe o dedo na ferida. “A gente não pode confundir que o importante é ser honesto”, dispara. O debate segue, com questões sobre a perda de privacidade de dados, o comércio eletrônico e dependência doentia das redes sociais. E também sobre a difícil questão do financiamento dos veículos de mídia. Bruno, novamente, é quem aponta o centro da questão. “O que mudou exatamente, o que está falindo de muitas formas o mercado industrial da Imprensa, é que a publicidade não precisa mais subsidiar a Imprensa para ser eficaz”. Veja a seguir.

Mercado

Bruno Torturra - Ela (a publicidade) tem mil caminhos para atingir o público e a internet nos últimos anos se presta a esse serviço de maneira muito eficaz, muito pulverizada, muito facilmente. Infelizmente as nossas expressões pessoais nessas redes são projetos comerciais em que somos consumidores e geradores de informação para este tipo de propaganda, que é nova, que é individualizada, que vai no que eles conhecem especificamente sobre a gente. Por isso que insisto no ponto de que temos de politizar o ciberespaço e se entender como um cidadão lá dentro, e não como um cliente de grandes grupos de comunicação, que é o que infelizmente hoje nós somos no Twitter, Instagram, no WhatsApp.

Financiamento

Bruno – Fonte de recursos é o problema mais sério que a gente passa hoje. Acho que o público, que não é só um espectador, ele fala, enfrenta a mídia de uma outra forma, também precisa ajudar a dar viabilidade. Acho que a Imprensa falhou em desenvolver, nos últimos 20 anos, um tipo de aplicativo e formas de financiamento mais intuitivas ao tipo de interação que nós temos com a informação. Na hora que for tão fácil dar R\$ 1,00 quanto dar um like numa informação, o mercado estará salvo. E acho que só não é possível ainda ter um botãozi-

nho pra isso, muito simples, para ter esse realzinho em vez do like, porque o Google, Instagram, todos esses espaços onde a gente dá o like, não querem autorizar relações econômicas dentro da plataforma sem a participação deles. Toda a grana que o Facebook consegue oferecer é para o Facebook – com os comerciais, com a publicidade, venda de dados. É estratégico que esse botãozinho não exista.

Público

Osvaldo Luiz Colibri Vitta – Sobre público-alvo, às vezes temos a sensação de que falamos para nós mesmos. A mesma turma sempre. E para mobilizar as pessoas, é preciso tentar falar para mais pessoas. Só que, hoje, com essa polarização está difícil. Você fala e o cara não concorda. Na rádio mesmo, às vezes pelo WhatsApp diário, que a gente abre para o público, temos a sensação de estar falando para nossos pares. Isso é duro de encarar. Queríamos falar para mais gente, sim, claro, mas não houve a democratização dos meios de comunicação no Brasil. Este é outro ponto, complicadíssimo. Não houve. Em outros países do mundo, as emissoras de televisão são equilibradas na audiência. Aqui não, eles (os grandes grupos) dominam. E tem a propriedade cruzada, a gente já falou muito sobre isso. Os caras têm jornal, Rádio. A CBN é da Globo, jornal O Globo, os canais a cabo, tudo da Globo. Não tem outra emissora, então fica difícil. A gente quer falar para um

público maior, a gente faz o trabalho de formiguinha, com os amigos, para poder mostrar esse trabalho para todo mundo, tentar mais audiência. Nosso desafio é ter mais audiência.

Vida 2.0

Eliane Caffé – Com o que uma pessoa de classe média que está bem, está em casa com tudo certo, vai se preocupar? Com o celular ou com o nível de pobreza que existe no Brasil? Só vai se importar quando a coisa começa a chegar muito perto, e está chegando. É difícil sair à noite, você não vai mais em qualquer lugar, você vive depressão, você vive solidão. Você vive no mito do quadrinho do casamento ideal. Você só é feliz se tiver um companheiro, se você tiver uma mulher, se não você não vai ser tão feliz. A forma que vejo de poder conviver com essa época é fazer alianças. Não entre os familiares, com os amigos, mas com segmentos diferentes, o LGBT, a travesti, o indígena, o corpo negro. Esses corpos que estão tão precarizados. A classe média, a faculdade de direito, a faculdade de arquitetura, o movimento de luta por moradia, o Mídia Ninja, a gente tem que aprender a trabalhar cada vez mais com essas alianças, se encontrar, se entrecruzar, interseccionar. A gente tem que buscar as alianças. Eu acho que a gente vai descobrir muita coisa na hora que sair para ver como é que está o mundo no corpo a corpo, com as alianças. Nunca sozinho.