A INTELIGÊNCIA COLETIVA PRATICADA NA MÍDIA NINJA*

Lidiane Vitor Ribeiro**

Resumo: Esta pesquisa busca compreender a inteligência coletiva no uso da criação colaborativa de conteúdo em meio digital a partir da página da Mídia Ninja no Facebook. No que diz respeito à metodologia, utilizou-se uma pesquisa bibliográfica, tendo como principais referências as obras de Pierre Lévy, como também um estudo descritivo-analítico de três vídeos veiculados ao vivo pelo canal da Mídia Ninja. Como resultado, foram identificados no objeto deste estudo diferentes manifestações que compõem a inteligência coletiva como a interação, o compartilhamento de informação e a construção colaborativa.

Palavras-chave: Inteligência Coletiva 1. Criação Colaborativa 2. Ambientes Digitais 3.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo propõe estudar os principais conceitos da inteligência coletiva, e compreender como os meios digitais favorecem e contribuem para o aumento da capacidade da criação colaborativa de conteúdo, aprendizagem e o enriquecimento da própria inteligência coletiva e de suas qualidades.

Por isso, neste trabalho vai se estudar a página da Mídia Ninja no Facebook, no que se refere à inteligência coletiva presente na produção colaborativa. Para melhor aprofundar este estudo, vamos analisar uma amostragem delimitada intencionalmente das postagens publicadas pela Mídia Ninja que mais se identificam com a proposta de nossa pesquisa e que vêm ao encontro do nosso problema de pesquisa: como a Mídia Ninja utiliza a inteligência coletiva para a criação colaborativa de conteúdo em meio digital?

O presente estudo trata de uma pesquisa bibliográfica com base em referências teóricas publicadas em livros e artigos científicos, que vêm contribuir para o embasamento do conceito da inteligência coletiva. A pesquisa será também de caráter descritivo e analítico qualitativo da página da Mídia Ninja no Facebook, na busca de entender como acontece na

---

* Artigo apresentado como trabalho de conclusão de curso de especialização da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do título de especialista em Gestão de Mídias Sociais e Marketing Digital. Orientador: Prof. Ângelo Augusto Ribeiro, Dr. Florianópolis, 2019.

**Acadêmica do curso de Especialização em Gestão de Mídias Sociais e Marketing Digital da Universidade do Sul de Santa Catarina. Endereço eletrônico: sdslidi@gmail.com

prática as manifestações da inteligência coletiva na produção colaborativa de conteúdo nos ambientes digitais.

Tendo como base as ideias do pensador Pierre Lévy, a primeira parte refere-se aos principais conceitos acerca da inteligência coletiva, a criação colaborativa de conteúdo e as manifestações da inteligência coletiva presente nos ambientes digitais. A seção também dedica-se a apresentar o coletivo Mídia Ninja. A segunda parte é centrada na descrição da análise empírica desta pesquisa de campo, realizada com base nas postagens da página da Mídia Ninja no Facebook, examinando em especial as seguintes categorias: as formas de interação presente no *corpus* da pesquisa, como utilizam os suportes digitais para fortalecer a criação colaborativa de conteúdo e compartilhamento de informações. Por fim, a terceira parte trata de apresentar as conclusões a respeito do que foi estudado.

2 INTELIGÊNCIA COLETIVA NA CRIAÇÃO COLABORATIVA

Para iniciar a discussão sobre a temática da inteligência coletiva, apresentaremos uma visão geral e ao mesmo tempo sucinta da reflexão feita pelo filósofo francês Pierre Lévy, um dos pioneiros no estudo sobre a inteligência coletiva.

A inteligência coletiva foi definida de forma objetiva por Lévy, ao afirmar que "é uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências" (LÉVY, 2015, p. 29). Nesse contexto, a base da inteligência coletiva está no reconhecimento e no enriquecimento mútuo dos indivíduos. Ainda para o mesmo autor, (LÉVY, 2015, p. 31) "a inteligência coletiva só tem início com a cultura e cresce com ela".

Dessa forma, a inteligência coletiva é aquela que está espelhada em todos os ambientes, ou seja, não está limitada a uns poucos privilegiados. Além do mais, a inteligência coletiva precisa ser entendida como "trabalhar em comum acordo", pois o nosso saber se enriquece quando nos relacionamos com os outros, isto é, toda a relação humana implica em aprendizado. Em outras palavras, todas as pessoas são chamadas a "aprender e produzir novos conhecimentos" (LÉVY, 2015).

Nesse contexto, Lévy observou que a inteligência coletiva necessita ser valorizada constantemente. Para isso precisamos reconhecer que a inteligência é um recurso valioso que cada vez mais precisa ser desenvolvida e aplicada. Outro ponto levantado pelo autor é a

importância desta inteligência coletiva ser “coordenada e mobilizada em tempo real”. Para tanto é preciso valer-se das tecnologias digitais da informação e comunicação.

Dentro desta perspectiva, o autor aponta que a inteligência coletiva é “o modo de realização da humanidade que a rede digital universal felizmente favorece, sem que saibamos a priori em direção a quais resultados tendem as organizações que colocam em sinergia seus recursos intelectuais” (LÉVY, 1999, p. 132). Nesse sentido, o autor indica que o ciberespaço e o universo digital potencializa a propagação das informações, tornando-se essencial mediador da inteligência coletiva da humanidade.

Sendo assim, vale a pena realçar que o ciberespaço é um instrumento que possibilita o desenvolvimento das diversas manifestações de inteligência coletiva, pois este não é formado apenas por tecnologias digitais, mas sobretudo é habitado por diferentes saberes que contribuem na produção de uma inteligência coletiva com a troca do saber. Como afirma Lévy (1999, p. 29) “o ciberespaço, dispositivo de comunicação interativo e comunitário, apresenta-se justamente como um dos instrumentos privilegiados da inteligência coletiva”.

Um meio que fortalece a inteligência coletiva são os ambientes digitais. Nesse sentido, Lévy (2015, p. 55) destaca que “o digital autoriza a fabricação de mensagens, sua modificação e mesmo interação com elas”. Franco (2019) observa que os ambientes digitais propiciam as diferentes manifestações da inteligência coletiva, sendo um ambiente que mais oferece possibilidades de produção colaborativa e compartilhamento de informações.

Isto posto, podemos perceber que as ferramentas digitais favorecem o fortalecimento dos ambientes colaborativos de inteligência coletiva, valorizando as competências e, ao mesmo tempo, reconhecendo o outro em sua inteligência. Nessa perspectiva, Lévy (2015) ressalta que nos espaços estruturados digitalmente acontecem diferentes formas de colaboração e compartilhamento da informação, uma vez que as redes digitais permitem a democratização do conhecimento, onde é possível trocar ideias, compartilhar saberes e desenvolver uma inteligência coletiva.

Segundo Franco (2019) uma das principais características da inteligência coletiva é a produção colaborativa, pela razão que as tomadas de decisões são feitas pelo coletivo. “A produção colaborativa se evidencia por permitir e aumentar as fontes de informação do ciberespaço, uma vez que a dinâmica desse tipo de produção é ampla e abrangente pelo fato de envolver uma quantidade expressiva de usuários” (BRAZ E SOUZA, 2014 apud FRANCO, 2019, P. 48).

Isso se confirma na observação feita por Lévy (2015) quando diz que nenhuma pessoa pode saber tudo, mas cada pessoa pode saber alguma coisa, já que o universo do saber está presente na humanidade. Sendo assim, a inteligência coletiva busca valorizar a diversidade de conhecimento de cada indivíduo que por meio dos ambientes digitais compartilham saberes de forma colaborativa, possibilitando o fortalecimento da própria inteligência coletiva.

A construção colaborativa de conteúdo nos meios digitais vem descentralizar a divulgação de informações pelos meios de comunicação de massa tradicionais, assim como permite que tanto os especialistas como os amadores sejam produtores de conteúdo. Desta maneira, "tira o foco das produções de conteúdos conduzidas de um para muitos, e potencializa a possibilidade de produção de muitos para muitos" (BRAZ E SOUZA, 2014 apud FRANCO, 2019, P. 46).

Nesse percurso, os novos meios de comunicação interativo veio tirar do monopólio os grandes grupos de comunicação, como aponta Negroponte apud Jenkins:

> "Os impérios monolíticos de meios de comunicação de massa estão se dissolvendo numa série de indústrias de fundo de quintal... Os atuais barões das mídias irão se agarrar a seus impérios centralizados amanhã, na tentativa de mantê-los... As forças combinadas da tecnologia e da natureza humana acabarão por impor a pluralidade com muito mais vigor do que quaisquer leis que o Congresso possa inventar". (NEGROPONTE, 1995 apud JENKINS, 2019, p. 33)

Sob a premissa de que as novas tecnologias digitais vêm contribuir com novas maneiras de produção colaborativa de conteúdo, os meios de comunicação tradicionais precisam aprender a se recriar, abrindo espaço para uma inteligência coletiva presente nos consumidores, para que estes sejam envolvidos e participem na criação de conteúdo e troca de saberes no mercado das mídias.

Ainda segundo Jenkins as novas mídias digitais permitem o fluxo de conteúdos por diferentes plataformas, como também possibilita distribuir conteúdo criado por cada indivíduo. Para Jenkins (2019, p. 9) "quase todas as antigas formas de consumo e produção midiática estão evoluindo. Novos níveis de participação dos fãs estão sendo atingidos para formar laços mais fortes com os conteúdos". Esta circulação de conteúdos por diferentes mídias, necessita principalmente da criação colaborativa dos consumidores que estão dispostos a produzir novas mensagens e interagir com os outros consumidores, tornando então o fluxo mais livre de conteúdo.

Por sua vez, os ambientes digitais potencializam a produção colaborativa de conteúdo, como diz Jorente, Santos e Vidotti (2019, p. 10) que "o momento atual oferece a possibilidade de caminhar pela construção de um saber colaborativo marcado pela inteligência coletiva, em ações sociais de apropriação da informação, com o olhar para as redes sociais como ambiente antropológico de possibilidades." Para os autores, as redes digitais permitem uma maior colaboração, criando novas formas de envolvimento e contribuição na construção do conhecimento.

Não distante desta colocação, Franco (2019) considera que a inteligência coletiva observada nos ambientes digitais tendo como palco privilegiado as redes sociais, percebe que a produção de conteúdo é mais expressivo na forma de compartilhamento da informação do que na criação colaborativa de conteúdo. "Nesse contexto, a maior parte dos conteúdos gerados pelos usuários das mídias sociais são criados para comunicação em pequenos grupos, mas pensa-se comumente que o que todos estão publicando é para o grande público" (FRANCO, 2019, P. 33).

Para os propósitos desta discussão, vale destacar que as plataformas de mídias sociais auxiliam no aprimoramento do conhecimento, pois estas contribuem na partilha de saberes e oferecem diversas formas de produção colaborativa.

2.1 MÍDIA NINJA COMO MEIO NATIVO DA INTELIGÊNCIA COLETIVA

A Mídia N.I.N.J.A (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação) foi fundada em 2013 por Bruno Torturra, Rafael Vilela, Felipe Altenfelder, Driade Aguiar, Pablo Capilé e outros colaboradores. A organização ganhou visibilidade no Brasil durante as manifestações de junho de 2013 que reuniu milhares de pessoas nas ruas, ao fazer cobertura por *smartphones* e câmeras digitais, divulgada ao vivo "sem corte e sem edição" via o Facebook, direto das ruas.

Bruno Torturra explica o que significou essa experiência para a Mídia Ninja ao relatar:

> "Foi o ambiente onde a Mídia Ninja surgiu, do anonimato para se tornar um fenômeno nacional, porque nós utilizamos os equipamentos certos, não utilizamos grandes câmeras. Usamos basicamente isto – *smartphones*. E isso nos permitiu ser invisíveis no meio dos protestos [...] Porque não estamos nos comportando como uma companhia midiática, não estamos competindo por manchetes. Estamos tentando encorajar as pessoas, convidá-las e ensiná-las como elas também podem se tornar

> transmissoras de notícias. Isso foi crucial para mudar a Mídia Ninja, um pequeno grupo de pessoas que, em questão de semanas, se multiplica e cresce exponencialmente por todo o país. Durante uma ou duas semanas de protestos, éramos centenas de jovens conectados nessa rede por todo o país. Cobrimos mais de 50 cidades ao mesmo tempo. Algo que nenhum canal de TV seria capaz de fazer" (TORTURRA, 2019).

Podemos dizer que os "repórteres NINJA" com seus *smartphones*, deram o pontapé inicial à grande novidade na cobertura das manifestações de junho, sendo uma escolha a mídia tradicional. "Do modelo analógico, ligado à lógica do líder de opinião, o mediador, emitindo do centro para a periferia – a mídia de massa – passa-se ao digital – a massa de mídias, a construção colaborativa de narrativas e conteúdos feitos por muitos atores que resulta em uma pluralidade de pontos de vista" (LORENZOTTI, 2019, n.p).

Desde a sua criação, o principal objetivo da Mídia Ninja é ser "uma rede de comunicação livre que busca novas formas de produção e distribuição de informação a partir das novas tecnologias e de uma lógica colaborativa de trabalho" (MÍDIA NINJA, 2019b). Ao cumprir o seu objetivo, a página da Mídia Ninja no Facebook, bem como todos os seus canais de comunicação são ambientes propícios para trocar experiências, partilhar ideias, divulgar notícias que não têm visibilidade nos meios de comunicação tradicional, compartilhar informações e produzir conteúdo de forma colaborativa.

Desta maneira, a Mídia Ninja não acredita no mito da imparcialidade, mas sim na troca de conteúdo que permite "uma multiplicidade de leituras e possibilidades, e isso é o que qualifica atualmente o conteúdo e é a base da troca de informação e credibilidade" (MÍDIA NINJA, 2019a). Ainda para os Ninjas as suas pautas são suas causas, pois acredita "no movimento e na transformação social, a partir de uma experiência radical de mídia livre e distribuída, a serviço de uma nova narrativa social, mais comunitária e mais afetiva" (MÍDIA NINJA, 2019a).

É inegável que a Mídia Ninja potencializou o processo de coberturas colaborativas, ao produzir diariamente conteúdos que são veiculados nas redes sociais da Mídia Ninja, no intuito de estimular a própria inteligência coletiva presente na rede que é movida por uma multidão de pessoas que buscam seus objetivos comuns. "As mídias em redes, como a Mídia Ninja, atuam através de uma forma comunicativa de construção colaborativa de conteúdo" (LORENZOTTI, 2019, n.p).

Um grande diferencial da Mídia Ninja é que qualquer pessoa pode participar das coberturas, contribuindo assim com a produção de conteúdo. Atualmente a rede engaja mais de 2 milhões de colaboradores e cerca de 500 pessoas contribuem de forma direta com o suporte de casas coletivas pelo Brasil.

3 MANIFESTAÇÕES DE INTELIGÊNCIA COLETIVA NA CRIAÇÃO COLABORATIVA NA MÍDIA NINJA

Nesta parte iremos refletir sobre o objeto desta pesquisa, por meio das postagens selecionadas na página da Mídia Ninja no Facebook. O material recolhido foram vídeos sobre o movimento "#30MPelaEducacao" publicado em 30 de maio de 2019 durante o segundo Dia Nacional de Mobilização dos estudantes contra o corte de verbas na educação. A partir disso, vamos compreender como a Mídia Ninja utiliza os suportes digitais para fortalecer a criação colaborativa de conteúdo e a própria inteligência coletiva.

3.1 MOVIMENTO #30MPELAEDUCACAO

O ato "#30MPelaEducacao" foi promovido por diferentes movimentos populares, estudantes, professores e trabalhadores. A mobilização que aconteceu no dia 30 de maio de 2019, teve como principal objetivo reunir milhares de pessoas de todo o país para protestar contra o corte de 30% da verba destinada à educação pública, anunciado pelo ministro da Educação Abraham Weintraub e pelo presidente Jair Bolsonaro. O ato foi uma sequência do 15M, primeiro Dia Nacional de Mobilização realizado no dia 15 de maio de 2019, que reuniu mais de um milhão de pessoas nas ruas. O protesto 30M em favor da educação, registrou atos nos 26 estados e no Distrito Federal, mobilizando mais de dois milhões de pessoas no Brasil.

3.1.1 30M nas ruas de Brasília

O vídeo foi transmitido ao vivo sem filtro e sem edição pelo Facebook da Mídia Ninja, com duração de 53 min 14 seg, foi produzido por um *smartphone* e transmitido através de conexão 4G. As cenas foram feitas em cima do trio elétrico para mostrar a multidão que

carregava bandeiras e cartazes. A veiculação do vídeo foi feita por uma colaboradora do Mídia Ninja que estava participando do movimento.

No início do vídeo, quem está gravando faz uma narração para situar o público onde é que o fato está acontecendo, como também fala do objetivo do ato. Em seguida, dá voz para quem está lá em cima do trio elétrico, na sequência volta a fazer a narração trazendo diferentes informações referentes à temática da manifestação. Logo após, convida para ouvir quem está animando os participantes do movimento. Na oportunidade o parlamentar do Distrito Federal Fábio Félix dá um recado para todos e denuncia os cortes da educação "...eles querem atacar a educação, porque a educação é transformadora. A educação é uma semente que muda a história...".

Dando continuidade, a colaboradora ninja volta à narração e convida a ouvir o grito de guerra do ato: "nas ruas, nas praças, quem disse que sumiu, aqui está presente o movimento estudantil". Depois foi a vez de ouvir a poeta Larissa Araújo, da Rede Emancipa, que declamou a poesia Marielle "...O tiro foi no peito da nossa capacidade de sonhar...". O vídeo continua com narração, palavra de honra e falas de lideranças e estudantes, que referenciavam constantemente em defesa da educação pública e contra a política de cortes na área da educação do governo de Jair Bolsonaro.

Figura 1 – Participantes do 30M em Brasília

Fonte: http://bit.ly/2oDXm9K

3.1.2 30M nas ruas de São Paulo

O vídeo traz uma sequência de imagens da Avenida Paulista, produzidas no meio da multidão, sem filtro e sem edição. O vídeo transmitido ao vivo pelo Facebook da Mídia Ninja, tem a duração de 46 min 07 seg, produzido também por um *smartphone* e transmitido através de conexão 4G. Inicia com as vozes dos próprios participantes dos movimentos, na sequência o colaborador da Mídia Ninja começa a narração do vídeo com informações sobre o movimento e o compromisso do povo que está na rua, em especial os estudantes, trabalhadores e professores que caminham unidos contra os retrocessos que ameaçam a educação.

De dentro do acontecimento, o colaborador ninja circula entre os manifestantes e, com o celular na mão, vai mostrando em tempo real a multidão caminhando na Avenida Paulista, focando em cartazes e bandeiras que revelam a indignação do povo que está unido contra o bloqueio de verbas na educação, sendo esta uma resposta que vem das ruas para o governo.

Ao mesmo tempo, o colaborador ninja faz críticas durante todo o vídeo contra o governo de Jair Bolsonaro, como também convida para que mais pessoas venham se juntar ao movimento, pois é uma mobilização que está acontecendo em todo o país em mais de 200 cidades brasileiras. Por fim, mostrou a energia e a garra da juventude estudantil que foi para a rua lutar por uma causa comum que é a educação, que em uma só voz gritava “pula, sai do chão quem defende a educação”.

Figura 2 – Participantes do 30M em São Paulo

Fonte: http://bit.ly/2MmX4Nm

3.1.3 30M nas ruas de Belo Horizonte

O vídeo inicia mostrando as pessoas nas ruas de Belo Horizonte. A colaboradora da Mídia Ninja está munida de um *smartphone*, uma vez que a cobertura do movimento "#30MpelaEducacao" foi feita majoritariamente por celulares, *smartphone* e outros dispositivos móveis, pois estes aparelhos, além de reunir diversas tecnologias, são de fácil acesso, permitem praticidade e facilitam a transmissão ao vivo do vídeo por meio da conexão da rede sem fio (wi-fi 4G e redes abertas) na página do Facebook da Mídia Ninja.

Em meio à multidão, a colaboradora ninja vai relatando o acontecimento, dando destaque ao expressivo número de pessoas que, reunidas protestam contra os cortes de verbas na educação. Já no início do vídeo, o petroleiro da Regap Guilherme Carvalho Alves é convidado a falar sobre a importância do movimento e, na oportunidade ressalta "... tamo junto, e o pré-sal tem que ser pra educação, porque o país soberano, só pode ser soberano se tiver educação".

Na sequência, a estudante indígena Célia Xakriabá deixa o seu recado sobre o ato – "é um momento muito significativo, porque nós damos a resposta por meio de nossos corpos presentes na rua... Nós estudantes indígenas temos dito que toda luta é epistêmica, não há processo de luta que não gera conhecimento...". Em seguida, o celular é focado em um cartaz exigindo a permanência dos estudantes indígenas na UFMG. Na ocasião o estudante do primeiro período de medicina da UFMG, Otávio Kaxixó, que segurava o cartaz ressaltou "...exigimos também a bolsa de manutenção, que faz com que os povos indígenas consiga lhe dar e levar o seu curso com satisfação e aprimoração do conhecimento que a gente traz tradicional e do conhecimento acadêmico que a gente adquire aqui na universidade."

Em meio ao movimento, a colaboradora ninja retorna à narração mostrando a diversidade de pessoas que estão na rua, os diferentes movimentos e os estudantes que abraçaram a luta contra os cortes na educação. Logo depois, convida outro manifestante a falar sobre o ato, em seguida retorna à narrativa do vídeo e, por fim, convida a todos para participarem da greve geral.

Figura 3 – Participantes do 30M em Belo Horizonte

Fonte: http://bit.ly/2qsZ9Pp

3.2 INTELIGÊNCIA COLETIVA NA PRODUÇÃO COLABORATIVA NA COBERTURA JORNALÍSTICA PELA MÍDIA NINJA

O Coletivo Mídia Ninja, apostou, desde o início, em produção colaborativa de conteúdos nos ambientes digitais, envolvendo mais pessoas para produzir novas informações e gerar conhecimentos. A rede Ninja foca as suas pautas na luta social, nas transformações culturais, políticas, econômicas e ambientais.

Como podemos analisar, estas transmissões ao vivo do movimento "#30MPelaEducacao" carrega o valor da luta pelo direito à educação e ao mesmo tempo revela que a Mídia Ninja não está no movimento para fazer o registro audiovisual, mas para participar com a multidão desta manifestação, e assim ampliar a voz dos participantes.

3.2.1 Múltiplas vozes

A Mídia Ninja como mídia alternativa e independente, nas suas diversas publicações busca fortalecer a narrativa em que o povo é o protagonista, pois os ninjas vão às ruas para ouvir o que a população tem para dizer, ou seja, coloca o povo no centro do debate.

Todos os três vídeos transmitidos ao vivo foram produzidos por diferentes vozes que participaram e animaram o movimento "#30MPelaEducacao". Sendo assim, traz uma das

características da manifestação da inteligência coletiva que é a produção colaborativa de conteúdo, que supera a barreira de informação feita por outros veículos de comunicação de massa que não são colaborativos.

Partindo disso, estes vídeos veiculados na página da Mídia Ninja no Facebook, possibilitaram mais uma vez a democratização do conhecimento por meio de cartazes e vozes, em que as pessoas puderam trocar ideias, como também compartilhar saberes que vêm contribuir para o desenvolvimento da inteligência coletiva que precisa ser cada vez mais "coordenada e mobilizada em tempo real" Lévy (2015).

É preciso salientar ainda que a Mídia Ninja desde as suas primeiras coberturas tem usado a inteligência coletiva na disseminação de informação em que os próprios usuários participam de forma colaborativa, descentralizando a produção de conteúdo, para que esta seja feita com a participação de muitos, para o desenvolvimento de ideias e da própria inteligência coletiva.

3.2.2 Criação colaborativa de conteúdo no ambiente digital

A rede Ninja por ser uma mídia organizada de maneira horizontal e não hierarquizada, mostra que é possível fazer coberturas de forma coletiva, sem ser regida e regulada por uma estrutura de poder da grande mídia, que mostra as manifestações completamente filtradas e com viés ideológico. Deste modo, os Ninjas acreditam no processo de produção colaborativa e nas narrativas em tempo real, que faz o ninja seguir o movimento com as pessoas e com elas produzir informações de bem comum.

Tendo em conta que os ambientes digitais, são aqueles que mais permitem diferentes formas de colaboração e ao mesmo tempo potencializam a disseminação de informações, os vídeos, além de trazer esta característica, serviram como mediadores da voz do povo brasileiro que foi às ruas para barrar os cortes contra a educação. Dessa forma a Mídia Ninja foi intermediária da inteligência coletiva presente entre os manifestantes.

Outro ponto a ser destacado nestas publicações é a valorização do conhecimento presente em cada indivíduo e o compartilhamento de saberes por meio do ambiente digital, os quais fortalecem a criação colaborativa de conteúdo e a própria inteligência coletiva, como considera Lévy (2015).

Os vídeos dos quais falamos acima, apontam para algumas características essenciais da inteligência coletiva proposto por Pierre Lèvy, tais como, a construção colaborativa, que é a informação produzida pelo coletivo inteligente, bem como o acesso e a disseminação em tempo real deste conhecimento no ambiente digital.

3.2.3 Interação e compartilhamento de informações

Sabemos também que as redes sociais possibilitam diferentes formas de participação. Nestas transmissões ao vivo no Facebook evidenciamos os constantes comentários em tempo real feitos pelos internautas, que nos três vídeos somaram mais de 9 mil, ou seja, os vídeos deram oportunidades a muitas pessoas de diferentes lugares do Brasil a trocar opiniões e deixar registrado o seu recado referente ao movimento "#30MPeloBrasil". Vale destacar também os diferentes tipos de reações (curtidas e outras reações do Facebook) geradas por conta dos vídeos, isto por ser uma publicação abrangente e de interesse comum.

Outra forma de engajamento e participação na construção de conteúdo que é facilitado na rede social, é a possibilidade de compartilhar os vídeos, pois os usuários ao acessar o conteúdo podem interagir e ao mesmo tempo expandir a distribuição deste conhecimento no meio digital ao fazer o compartilhamento, no intuito de colaborar na formação de outros saberes. Quando o internauta clica em compartilhar é porque se sente pertencente ao movimento ou até mesmo colaborador da comunidade Mídia Ninja.

Haja vista que as ferramentas de curtir, comentar e compartilhar são três ações que compõem a inteligência coletiva, pois possibilitam que os sujeitos estabeleçam laço social, produzam conteúdos e sejam atores do próprio acontecimento. Outra forma de colaboração que a página da Mídia Ninja possibilita é que os manifestantes e qualquer pessoa pode encaminhar conteúdo por *inbox* que, após ser avaliado, poderá ser publicado em sua linha de tempo no Facebook.

4 CONCLUSÃO

Foi possível perceber, a partir dos dados obtidos na descrição e análise dos três vídeos transmitidos ao vivo na página da Mídia Ninja no Facebook, que a rede Ninja se caracteriza pela valorização de narrativas colaborativas, confirmando que é possível produzir

conteúdo de forma coletiva nos ambientes digitais e ao mesmo tempo ser um espaço de manifestação da inteligência coletiva.

Isto posto, constatou-se que a Mídia Ninja é uma rede de comunicação que potencializa uma das características da inteligência coletiva que é a criação colaborativa de conteúdo, pois permite que os próprios manifestantes se convertam em produtores de notícia, uma vez que os vídeos analisados foram produzidos por múltiplas vozes. Além disso, das análises extraídas dos vídeos selecionados emergiram outras características que compõem a inteligência coletiva, como as possibilidades de interações e cooperação por meio dos constantes comentários e da quantidade de compartilhamentos. Tais ações possibilitaram aos sujeitos envolvidos criar novos conteúdos e novos conhecimentos.

Nesse aspecto, entende-se que a Mídia Ninja utiliza os suportes digitais para incrementar as diferentes formas de produção de conteúdo colaborativo e o compartilhamento de informações. Ao mesmo tempo, para a rede Ninja a colaboração é um valor inerente para as suas coberturas coletivas, pelo fato de envolver um número expressivo de colaboradores e usuários, valorizando o conhecimento de todos e a própria inteligência coletiva presente entre os indivíduos.

Notadamente, a Mídia Ninja utiliza os ambientes digitais para o aproveitamento da inteligência coletiva por meio do compartilhamento de informações e conhecimento, potencializando a criação colaborativa das pessoas em rede e a interação de saberes. Por fim, ressalta-se que os vídeos publicados na página da Mídia Ninja no Facebook, os quais compõem o *corpus* desta pesquisa, afirmam que a rede Ninja apresenta em suas narrativas manifestações práticas da inteligência coletiva.

REFERÊNCIAS

FRANCO, Angela Halen Claro. **Inteligência Coletiva**: manifestações nos ambientes digitais. 2018. Tese (Doutorado em Ciência da Informação)-Curso de Pós-graduação em Ciência da Informação, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" de São Paulo, Marília, 2018. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/152741>. Acesso em 10 jul. 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Nova York, 2008. Disponível em: <https://www.nucleodepesquisadosexvotos.org/uploads/4/4/8/9/4489229/cultura_da_convergencia_-_henry_jenkins.pdf>. Acesso em: 13 set. 2019.

JORENTE, Maria José Vicentini; SANTOS, Plácida Leopoldina Ventura Amorim da Costa; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio. Quando as Webs se encontram: social e semântica - promessa de uma visão realizada?. **Informação & Informação**, [S.l.], v. 14, n. 1esp, p. 1-24, dez. 2009. ISSN 1981-8920. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/2215>. Acesso em: 19 set. 2019.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço, São Paulo: Edições Loyola, 2015.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LORENZOTTI, Elizabeth. **Jornalismo século XXI**-O modelo# MídiaNINJA. E-galáxia, 2014. Disponível em: <https://www5.usp.br/wp-content/uploads/Ninja_Imprensa.pdf>. Acesso em: 15 set. 2019.

MÍDIA NINJA. **Perguntas frequentes**. Disponível em: <http://midianinja.org/perguntas-frequentes>. Acesso em: 24 set. 2019a.

_____. **Quem somos**. Disponível em: <http://midianinja.org/quem-somos>. Acesso em: 24 set. 2019b.

TORTURRA, Bruno. Palestra proferida no **TED GLOBAL**, 2014. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/bruno_torturra_got_a_smartphone_start_broadcasting?language=pt-br#t-534765>. Acesso em 15 set. 2019.