

O CASO OCUPE ESTELITA E A EMERGÊNCIA DE NOVAS VOZES NO DEBATE POLÍTICO*

The Occupy Estelita Case and the emergency of new voices on political debate

El caso ocupa Estelita y la emergencia de nuevas voces en el debate político

Ricardo José Torres

Jornalista, especialista em marketing digital e mídias sociais e mestrando no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis, SC, Brasil.

E-mail: rickjtorres@hotmail.com

Rogério Christofoletti

Professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bolsista de Produtividade do CNPq. Florianópolis, SC, Brasil.

E-mail: rogerio.christofoletti@uol.com.br

Resumo

O estudo verifica de que forma grupos com interesses em comum estão utilizando as mídias sociais como uma alternativa para a disseminação de informação política. A partir do caso Ocupe Estelita (grupo que pretende discutir o planejamento urbano da cidade do Recife, especialmente o aproveitamento da área de 10 hectares do Cais José Estelita) são discutidos o deslocamento e a reconfiguração dos conteúdos e as possíveis consequências desses aspectos para o jornalismo sobre política.

Palavras-chave: Mídias sociais. Jornalismo político. Ciberativismo. Informação política. Ocupe Estelita.

Abstract

The study verifies how groups with common interests are using social media as an alternative to the dissemination of political information. Based upon the case Occupy Estelita (group that questions the urban planning of the city of Recife, especially the use of the area of 10 hectares at the José Estelita Pier) we aim to discuss the displacement and the reconfiguration of the contents and the possible consequences of those aspects for political journalism.

Keywords: Social media. Political Journalism. Cyberactivism. Political information. Occupy Estelita.

Resumen

El estudio verifica cómo los grupos con intereses comunes están utilizando los medios sociales como una alternativa a la difusión de la información política. Desde el caso Ocupa Estelita (grupo que desea analizar la planificación urbana de la ciudad de Recife, especialmente el uso de la superficie de 10 hectáreas en el embarcadero José Estelita) se discuten el desplazamiento y la reconfiguración de los contenidos y las posibles consecuencias de estos aspectos para el periodismo de política.

Palabras clave: Medios de comunicación social. Periodismo político. Cyberactivismo. Información política. Ocupa Estelita.

* ESTE ARTIGO ABORDA ALGUNS ASPECTOS QUE SÃO MAIS APROFUNDADOS EM ESTUDOS DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DO PRIMEIRO AUTOR, ORIENTADO PELO SEGUNDO, COM PREVISÃO DE DEFESA PÚBLICA EM JUNHO DE 2016.

Introdução

Em um cenário em que o jornalismo está passando por adaptações e transições este estudo busca discutir e analisar as potencialidades das mídias sociais para disseminação de informação política. Para tanto serão observadas as estratégias de comunicação apresentadas pelo Movimento Ocupe Estelita do Recife, que tem o objetivo de discutir o processo de transformação urbana da cidade. O centro dos debates está relacionado ao projeto “Novo Recife”, que abrange a área do Cais José Estelita, localizado nas proximidades do centro histórico da capital pernambucana. A partir da reunião de diversos segmentos da sociedade civil o movimento se constituiu em abril de 2012 com o objetivo de disseminar informações e provocar reflexões sobre o aproveitamento do espaço urbano. Desde então utiliza a internet, em particular as mídias sociais, para disseminar informações a respeito do tema. O movimento conta com uma comunidade no Facebook, um perfil no Twitter e no Instagram, e um canal no YouTube.

A capacidade de divulgação e ampliação das competências conexas à realização de contatos sociais e o surgimento de novos formatos de distribuição e cobertura dos fatos públicos tem ocasionado a emergência de um reforço de atenção sobre temáticas políticas alternativas. O fortalecimento do interesse por esses casos somado à possibilidade de propagação das informações, por meio do compartilhamento, gera uma capacidade de alcance no ambiente digital e dá origem a um fator disruptivo oferecido pelas mídias sociais.

Essas possibilidades de produção e distribuição de conteúdo representam novos desafios para o jornalismo político no que diz respeito ao tratamento das temáticas políticas. “Novas vias de mudança social, mediante a capacidade autônoma de comunicar-se e organizar-se, têm sido descobertas por uma nova geração de ativistas, para além do alcance dos métodos usuais de controle empresarial e político” (CASTELLS, 2013, p. 28). Os movimentos relacionados ao ciberativismo têm diversas características e um teor político que de uma forma geral passam despercebidas pela cobertura jornalística política convencional.

As novas formas de ativismo possibilitadas pela internet apresentam-se como um fenômeno social importante

que precisa ser melhor entendido pelo jornalismo e consequentemente pela sociedade. Para Miguel (2014), a internet é uma ferramenta de comunicação primordial para novos e velhos movimentos sociais, grupos minoritários e organizações contra hegemônicas, que proporciona o compartilhamento de informação de forma quase instantânea e a baixo custo. Diante das diversas possibilidades de participação do público no processo de comunicação de forma ativa e engajada, especialmente por meio das mídias sociais, os modos de pressão para reestruturação do processo de comunicação são ampliados. “Em um contexto específico, por meio das mídias sociais, os atores engajados apresentam suas causas e ideais mesmo sem estar inseridos no campo da política canônica” (CHRISTOFOLETTI e TORRES, 2015, p. 140).

Nesse contexto, grupos com interesses em comum, jornalistas e cidadãos, podem reformular os processos de omissão que ocorriam com as limitações impostas pela centralidade da comunicação e fazem surgir um questionamento: como as mídias sociais estão sendo utilizadas para abordar temas políticos que vão além dos bastidores do “poder” e das declarações de políticos e colunistas opinativos?

Perspectivas e possibilidades para informação política

A complexa e dinâmica relação que envolve o jornalismo, a política e a democracia, atualmente, está permeada pelas possibilidades oferecidas pela internet e pelos avanços tecnológicos. Consequentemente, a relação entre os jornalistas, os cidadãos, os políticos e os meios de comunicação também passa por alterações. As transformações tecnológicas podem influenciar a produção de conteúdo no segmento político e modificar a interação entre os produtores da informação e seus respectivos públicos em um panorama onde as pessoas tornam-se personagens relevantes. “O impacto do jornalismo, em outras palavras, não vem de quem produz a notícia, mas de quem consome a notícia – do próprio cidadão de democracias” (ANDERSON, BELL e SHIRKY, 2013, p. 66).

Ultrapassando os limites impostos ao jornalismo tradicional os novos panoramas caracterizados por novos

atores, protagonistas, fontes “mediadores”, e apuradores da informação são muito relevantes para a organização do cotidiano dos indivíduos. Christofolletti e Karan evidenciam que as novas possibilidades podem ampliar as perspectivas para os processos comunicativos jornalísticos especialmente no que se relaciona a validade do espaço público reconhecido por diferentes particularidades da vida social. “Um fator que contribui para isso é a própria fiscalização da mídia pelo cidadão. Há mais recursos para contestar as informações e mais rapidez na disseminação das correções” (CHRISTOFOLETTI e KARAN, 2011, p. 85).

Cabe destacar as afirmações de Jenkins, Ford e Green, sobre o contexto atual, que propõe mudanças na emissão de informações, sugerindo que as facilidades da mídia digital funcionam como catalisadoras para conceituação de outros aspectos da cultura, exigindo que sejam repensadas as relações sociais e a participação cultural e política. “A mídia propagável amplia o poder das pessoas de ajudar a formatar seu ambiente de mídia cotidiano, mas não garante nenhum resultado em particular. Entretanto, acreditamos que esses processos possam ter o potencial para mudança cultural e social” (JENKINS, FORD e GREEN, 2014, p. 355). Castells corrobora com a expectativa de ampliação do poder dos cidadãos. “Pois o que é irreversível no Brasil como no mundo todo é o empoderamento dos cidadãos, sua autonomia comunicativa e a consciência dos jovens de que tudo que sabemos do futuro é que eles o farão. *Móbil-izados*” (CASTELLS, 2013, p. 186).

O Ocupe Estelita utiliza as mídias sociais como forma de organização, sensibilização e pressão sobre as autoridades políticas e grupos econômicos que envolvem as temáticas de interesse do movimento. Um vídeo (Figura 1) que satiriza o prefeito do Recife, Geraldo Julio, e a política de expansão urbana da cidade, postado no dia 13 de maio de 2015 na página do Facebook do Ocupe Estelita alcançou mais de 400 mil visualizações e 16 mil compartilhamentos.



Figura 1: Reprodução da página do Ocupe Estelita - 17 de maio 2015¹.

As novas formas de disseminar informações são instrumentos para construção de novas práticas jornalísticas que podem ser empregadas no segmento político para o aprimoramento do debate dos temas de interesse da sociedade. “A ação grupal confere a sociedade humana seu caráter particular, e tudo que altere a maneira como grupos fazem coisas afetará a sociedade como um todo” (SHIRKY, 2012, p. 25). O engajamento e a participação ativa do público modifica o papel da audiência na cobertura jornalística. O

¹ Fonte: Ocupe Estelita – Disponível em: <http://migre.me/rV4bF>. Acesso: 05 novembro 2015.

cidadão que recebe a informação quer colaborar e interagir com os fatos apresentados, saindo da passividade, torna-se um elemento ativo no processo comunicativo.

No seu canal no YouTube o Movimento Ocupe Estelita (Figura 2) disponibiliza uma série de vídeos com informações sobre as suas convicções e as implicações que a política de expansão urbana baseada em interesses econômicos e privados pode gerar para cidade do Recife. Esses conteúdos têm um viés político evidente que busca a conscientização, sensibilização e em última instância o engajamento do público. Exemplo disso é o vídeo: “Recife, cidade roubada” disponibilizado no dia 18 de novembro de 2014, que motivou um debate que pode ser percebido nos comentários realizados no canal entre apoiadores e pessoas contrárias ao projeto.



Figura 2: Reprodução do canal do Ocupe Estelita – 18 de novembro, 20142.

2 Fonte: Ocupe Estelita – Disponível em: <http://migre.me/sIXMO>. Acesso: 05 de novembro, 2015.

A controvérsia e os posicionamentos também apontam para a necessidade de um entendimento mais profundo dos aspectos que perpassam as questões políticas dos fatos no ambiente digital. O caso ratifica a possibilidade de utilização de formas alternativas de comunicação para disseminação de informação política, especialmente as oferecidas pelas mídias sociais, de forma significativa no ecossistema comunicacional.

Como já ressaltado neste estudo o Movimento Ocupe Estelita pretende discutir o planejamento urbano da cidade do Recife, especialmente o aproveitamento da área de 10 hectares do cais José Estelita, onde a iniciativa privada pretende implantar o projeto de construção de edifícios chamado Novo Recife – projeto que prevê a construção de 12 torres de até 40 pavimentos, este empreendimento envolve um consórcio de grandes construtoras pernambucanas. O caso Ocupe Estelita ilustra a emergência das mídias sociais como uma alternativa de visibilidade para informações políticas que amplia a divulgação de ações e posicionamentos de grupos com interesses em comum e pode influenciar a abordagem de veículos de comunicação tradicionais sobre temáticas políticas específicas.

O Movimento Ocupe Estelita

A forma de expansão urbana e ocupação do espaço público estão sendo debatidos há mais de três anos pelo Ocupe Estelita. O movimento foi criado a partir do grupo Direitos Urbanos que surgiu da articulação de pessoas interessadas em política e preocupadas com os problemas da cidade. O Ocupe Estelita ganhou visibilidade por meio das mídias sociais e começou a transformar suas preocupações em ações concretas no contexto social. “Nossa manifestação é pacífica e não possui lideranças específicas, somos um movimento horizontal e queremos, acima de tudo, participação popular no planejamento do espaço urbano”³.

Para Rocha (2014), o movimento que surgiu na cidade do Recife está na vanguarda de uma mobilização social que canalizou a insatisfação com as decisões das autoridades institucionais para uma luta concreta pela cidade, no Cais José Estelita. O desejo de mudança encontrou um objeto

3 Disponível em: <http://www.ocupeestelita.com.br/>.

palpável e, em torno dele, atores sociais antes dispersos se juntaram.

Enquanto durou a ocupação, o movimento alcançou uma visibilidade impressionante, muito pela atuação daqueles profissionais e pela presença de equipes da imprensa estrangeira na cidade durante a Copa. Matérias foram veiculadas neste mesmo El País, e em jornais e TVs da França, da Alemanha, da Inglaterra e da Itália. Até a Al Jazeera abriu espaço para o Estelita, o que virou piada diante do silêncio da mídia local, com raríssimas exceções. A barreira foi quebrada de dentro para fora, a partir da mídia internacional, passando por jornais de São Paulo, até chegar à mídia local que, impossibilitada de fazer de conta que nada estava acontecendo, adotou um viés claramente desfavorável ao movimento (ROCHA, 2014, p.1).

O Ocupe Estelita utiliza as ferramentas de comunicação alternativa para disseminar informações políticas que envolvem as formas de expansão urbana e ocupação do espaço público. Conforme Figueiredo (2015), ao longo da sua atuação o movimento tem utilizado as mídias sociais, em especial o Facebook, para organizar ações no local do Cais José Estelita que podem ser divididas entre atividades de cultura e lazer, que ocorrem desde 2012 e mobilizações.

Note-se bem, e já que falamos de redes, que duas redes de interesses emergem em paralelo: uma do grande capital das construtoras e afins, estruturando-se pelo menos desde 2006 em torno do eixo Recife-Olinda e outra, esta mais sutil e menos articulada dos sujeitos que se opõem aos projetos. Esta última se torna visível com o uso das redes sociais, em especial do Facebook como ferramenta sociotécnica (FIGUEIREDO, 2015, p. 103).

A articulação de mobilizações pode ser exemplificada pelo acampamento que ocorreu entre os dias 21 de maio e 16 de junho de 2014, motivado por uma ação súbita do consórcio que pretendia demolir os armazéns do cais e que foi interrompida por militantes do movimento. Martins e Moreira ressaltam que a cobertura dos veículos tradicionais do Recife ignorou a mobilização social contra o projeto Novo Recife e o acampamento de dezenas de pessoas na área do cais. “Apenas um dos três jornais da capital noticiou linhas descontextualizadas sobre o fato. Nenhuma das matérias

passava de seis parágrafos, insuficientes para contextualizar a história que existe desde 2008, e que em 2012 tomou novos rumos e ganhou novos atores” (MARTINS e MOREIRA, 2014, p. 1).

As informações apresentadas pelo movimento a respeito de suas motivações e objetivos são disseminadas em diferentes formatos por meio de vídeos, textos e imagens. Para clarear a dinâmica de utilização das mídias sociais vamos observar as postagens realizadas durante os dias 01 e 02 de outubro de 2015 pelo Ocupe Estelita no Facebook e no Twitter. Esses dias foram escolhidos por abrangerem uma manifestação do movimento (realizada no dia 01 de outubro de 2015) e a repercussão da mobilização.

Após analisar as mídias sociais foram levantados os seguintes dados caracterizados pelos temas que abordavam: Facebook – Ocupe Estelita.

Dia – 1: Ocupação do espaço urbano do Recife – (2); convocação para mobilização – (3); música – protesto Novo Recife – (1); embate durante a manifestação com policiais – (1); manifestação – (1);

Dia – 2: Embate durante a manifestação com policiais – (1). Twitter – Ocupe Estelita

Dia – 1: Ocupação do espaço urbano do Recife – (3); mobilização para manifestação (2); carta ao prefeito do Recife – (1); link para site GI- (1).

Dia – 2: Manifestação – (1); embate com a polícia – (2); ocupação do espaço urbano (1).

Na manifestação contra o projeto Novo Recife, inicialmente, as mídias sociais foram utilizadas para mobilização do grupo e os conteúdos postados demonstravam os seus posicionamentos.



Figura 3: Página do Ocupe Estelita no Facebook (esquerda) e do perfil do Twitter (direita) – 01 outubro, 2015.

Desde o surgimento do movimento o Cais José Estelita e outros locais da cidade acabaram sendo de fato ocupados por eventos culturais, manifestações e conflitos.

Superando a questão do espaço urbano, o Movimento Ocupe Estelita realiza uma crítica generalizada ao sistema que oprime os sujeitos a um pensamento único sobre a expansão urbana e o desenvolvimento, baseado na especulação imobiliária. Para além das discussões orientadas pelo marketing político e pela visão do mercado imobiliário o movimento vem propondo um debate amplo de alternativas para o aproveitamento da área do Cais José Estelita. No dia seguinte (2 de outubro) a truculência dos policiais foi destacada por postagens nas mídias sociais do grupo.



Figura 4: Reprodução da página do Ocupe Estelita no Facebook (esquerda) e do perfil do Twitter (direita) - 02 outubro, 2015⁴.

Conforme Figueiredo, o movimento manifesta o desejo de liberdade de expressão, democracia e qualidade de vida. “A utopia urbana de espaços mais agradáveis esconde um descontentamento maior com o sistema”. (2015, p. 105). Os fatos conexos ao caso Ocupe Estelita são um contraponto aos grupos com maior capital financeiro e social que acabam interferindo no controle dos sistemas político-jurídico e buscam convencer a coletividade por meio do acesso aos meios de comunicação hegemônicos.

Os debates que envolvem a problemática do Cais José Estelita ainda estão em aberto, entretanto, é possível afirmar

4 Fonte: Ocupe Estelita – Disponível em: <http://migre.me/rV4bF> e <http://migre.me/s2Iap>. Acesso: 05 de novembro, 2015.

que o movimento Ocupe Estelita alcançou um patamar importante de relevância nas discussões e se fez ouvir de forma alternativa. Por meio das novas possibilidades tecnológicas aglutinou diversas pessoas com interesses em comum e demonstrou o potencial do ciberativismo. As características apresentadas reforçam a necessidade de um entendimento das mídias sociais como ferramentas de comunicação que impactam diretamente na sociedade e nas práticas jornalística, particularmente no segmento político.

O jornalismo político em um novo contexto

As mobilizações sociais contemporâneas estão diretamente relacionadas ao ciberativismo e ao engajamento das pessoas em torno de questões e interesses pontuais de grupos que tentam reescrever as narrativas atuais. Conforme Araújo (2013), a mudança do fluxo comunicacional descentralizado para um fluxo distribuído diminui o poder dos conglomerados de mídia e influencia o comportamento de determinados grupos de pessoas formando coalizões temporais que geram informações e debates com potencial de interferir no contexto social.

Consideramos ciberativismo o conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas, com o objetivo de ampliar os significados sociais através da circulação na rede de discursos e ferramentas capazes de colaborar na defesa de causas específicas. Trata-se de uma nova cultura de mobilização, mais difusa e abrangente, que tem sua força baseada na ação coletiva (ARAÚJO, 2013, p. 27).

Conforme Christofolletti e Torres, as mobilizações que vêm ocorrendo por meio das mídias sociais acabam inserindo, através do ciberativismo e do engajamento, novos atores na construção da visibilidade dos fatos. Essa característica demonstra novas possibilidades para que cidadãos discutam questões e temas políticos com maior amplitude (CHRISTOFOLETTI e TORRES, 2015, p.147). O entendimento das novas dinâmicas do jornalismo é preponderante para desvendarmos os aprimoramentos e as limitações que essas ferramentas de comunicação podem atribuir ao jornalismo no debate das políticas públicas e nas problemáticas presentes no cotidiano dos indivíduos. “O jornalismo, os jornalistas e o negócio jornalístico nunca

passaram por mudanças estruturais tão radicais, tão próximas e tão impactantes” (SILVA, 2014, p. 23). Conforme Silva, se nos primórdios da imprensa havia um engajamento político-partidário, atualmente esse engajamento está mais relacionado a temas novos legitimadores como a cidadania, ecologia, sustentabilidade, entre outros.

A possibilidade de imergir na construção dos fatos e exercitar a sua consciência crítica em relação a determinados temas faz com que o cidadão, que anteriormente apenas recebia informações, se sinta parte do processo de construção dos fatos tornando-se engajado nesse processo. Marques (2008) se reporta a um conjunto amplo de pesquisas conduzidas nos últimos anos que sugerem que as novas mídias possuem a capacidade de atuar de acordo com uma lógica diferente daquela da mídia convencional ao oferecerem novas possibilidades no desenvolvimento do processo político, como, por exemplo, maior interatividade entre agentes institucionais e cidadãos, liberdade de discurso e publicação instantânea de conteúdos a baixo custo. De acordo com Maia (2006) a mídia reconfigura os padrões do discurso político e as relações entre os representantes e os representados, sendo que os meios de comunicação promoveram uma reorganização dos processos de aprendizagem, de conversação cívica e de mobilização.

A concepção alargada de política — não só restrita ao mundo dos governos e à função de definição de votos pelos cidadãos, mas aquela que encampa também os processos de associação cívica, negociação e luta entre os sujeitos nas interações do dia-a-dia — encoraja uma indagação igualmente ampla do lugar que a mídia ocupa na configuração do cotidiano e na politização de questões que aí acontecem. [...] o desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação e informação abre um grande leque de possibilidades para interação virtual entre indivíduos e grupos, para a coordenação da ação política ou para a promoção de mobilizações através de redes, em escalas planetárias, de um modo sem precedentes. De tal sorte, a mídia configurou a sociedade contemporânea, de modo profundo, durável, e irreversível (MAIA, 2006, p.15).

A falta de percepção das pessoas sobre as políticas como consequências de escolhas e de compensações entre efeitos previsíveis, tende a criar uma relação superficial e difusa

com o sistema político. “E, se elas não dão sinais de que compreendem as opções envolvidas em cada conjuntura, isso apenas desestimula a responsividade (accountability) dos mandatários, que passam a apresentar suas bandeiras como panacéias, através de estratégias de marketing” (ROTHBERG, 2010, p. 27). Nesse cenário visualiza-se que a quantidade de informação oferecida pelos veículos de comunicação tradicionais não é suficiente para fundamentar o exercício dos direitos civis e políticos por parte dos cidadãos.

Gomes (2004), afirma que a transformação da política contemporânea acompanha a modificação estrutural da visibilidade coletiva, sendo que essa provavelmente é mais profunda do que os especialistas imaginam e inclui tanto a comunicação midiática da política quanto a esfera política em si. Para o autor, o discurso político passa a considerar a centralidade de estratégias voltadas para a produção e administração de afetos e de emoções, para a conversão de eventos e ideias em narrativas e para o destaque daquilo que é espetacular, incomum ou escandaloso. Esses aspectos alteram a perspectiva da relação entre os agentes políticos e o público. “Agora, o agente político volta-se para o público que constitui a audiência dos meios de informação e entretenimento e que, por conseguinte, forma a clientela que demanda e consome os seus produtos”. (GOMES, 2004, p.3).

De acordo com Rothberg (2010), hoje a conscientização política do indivíduo supera em muito o que antes se resumia a votar periodicamente. Para ele, o conceito de notícia praticado por editoriais de política está cada vez mais distante das exigências do que tem sido chamado de cidadania informada e as demandas cognitivas para o exercício dos direitos civis e políticos não têm sido atendidas pelo jornalismo convencional.

Considerações finais

Após análise e discussão das perspectivas apresentadas pelo Movimento Ocupe Estelita podemos observar que as possibilidades autônomas de produção e distribuição de informações relacionadas a temas políticos, por meio de diferentes formatos nas mídias sociais, são uma alternativa de visibilidade para grupos com interesses em comum. A

forma de tratamento das informações e a possibilidade de compartilhamento e colaboração transformam as problemáticas em causas. Nesse contexto, percebe-se que o jornalismo político, predominantemente, acaba restrito à política palaciana, silenciando causas e ideais espalhados pela sociedade, especialmente em grupos que querem participar e fazer ver os problemas públicos crônicos que os veículos de comunicação tradicionais apresentam de acordo com os seus interesses.

Mesmo diante das limitações deste estudo pode-se afirmar que o Movimento Ocupe Estelita encontra nas mídias sociais um espaço de expressão relevante para disseminação de informação política que de alguma forma impactou no debate público sobre a ocupação e planejamento urbano. Esses aspectos evidenciam a emergência de um melhor entendimento dos movimentos relacionados ao ciberativismo, especialmente no que tange o seu teor político.

Aspectos ligados ao ciberativismo se mostraram fundamentais para legitimar e potencializar ações por meio das mídias sociais, sendo que o engajamento pode ser caracterizado como uma estratégia para formar grupos temporais. Essas aglutinações podem gerar uma massa crítica impulsionada por informação e por debates, que acabam transcendendo a internet e refletindo, nas ruas, modificando, de forma perceptível o comportamento dos indivíduos. Esse cenário apresenta novos desafios para o jornalismo político no que diz respeito a abordagem ao tema para além das estruturas do estado e das questões relacionados ao voto e a militância política.

Os fatores apresentados demonstram que o Ocupe Estelita vem se consolidando como um ator político, disseminando posicionamentos e informações sobre os temas relacionados aos seus interesses. Entretanto, as informações políticas provenientes do movimento não são percebidas como ações ligadas ao campo político pelo jornalismo político convencional. Trata-se da política realizada fora dos gabinetes e centros de poder, é algo que transcende às práticas convencionadas e chama a atenção para a necessidade de reavaliarmos quais são os temas políticos presentes na sociedade e nos registros jornalísticos. Uma multiplicidade de ideias e debates está surgindo nas mídias sociais, ecoando na sociedade e nos veículos de comunicação tradicionais.

Referências

- ANDERSON, C.W.; BELL, E. e SHIRKY, C. (2013) *Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos*. Revista de Jornalismo da ESPM, abril-junho, p. 30-89.
- ARAÚJO, W. F. (2013) “WE OPEN GOVERNMENTS”: Uma análise de discurso do ciberativismo praticado pela organização Wikileaks. Novo Hamburgo: Feevale.
- CASTELLS, M. (2013) *Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar.
- CHRISTOFOLETTI, R.; KARAN, F. J. C. (2011) Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação. In: SILVA, G. et al. (Org.). *Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, p. 79-100.
- CHRISTOFOLETTI, R.; TORRES, R. J. (2015) *Impactos da autonomia das mídias sociais no jornalismo político*. In: III Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo (MEJOR), Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, Maio. Disponível em: <http://migre.me/pY42h>. Acesso em 22 maio, 2015.
- FIGUEIREDO, C. D. (2015) Ocupe como utopia: Um ensaio sobre a noção de rede e o Caso Estelita. *Revista Esferas*. Ano 4, n. 6, p. 99-108. Janeiro a Junho.
- GOMES, W. (2015) *Sobre a transformação da política na era da comunicação de massa*. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós, 2004. Disponível em: <http://migre.me/pY4F9>. Acesso em 05 de novembro.
- JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. (2014) *Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo, Aleph.
- MAIA, R.; CASTRO, M. (Org.) (2006) *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- MARQUES, F. P. J. A. (2008) *Participação Política e Internet: Meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo do caso do estado brasileiro*. Salvador: UFBA.
- MARTINS, M.; MOREIRA, M. O que a imprensa do Recife não conta sobre o Estelita. 29/05/2014. *Carta Capital: Política*. Disponível em: <http://migre.me/rVPVT>. Acesso em: 25 de outubro de 2015.
- MIGUEL, L. F. (2014) *Democracia e representação – Territórios em Disputa*. 1.ed. São Paulo: Editora Unesp.
- ROCHA, M. E. da M. *O Ocupe Estelita e a “nova política”*. 09/11/2014. El País: Opinião. Disponível em: <http://migre.me/pY4iO>. Acesso em: 22 de maio de 2015.
- ROTHBERG, D. Jornalismo e informação para democracia: parâmetros de crítica de mídia. CHRISTOFOLETTI, R. (Org.) (2010) *Vitrine e vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo*. Covilhã: UBI, LabCom, p. 21-34.
- SHIRKY, C. (2012) *Lá vem todo mundo: O poder de organizar sem organizações*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar.
- SILVA, L. M. da. (2014) *Jornalismo Pós-Industrial, caminhos para um Pós-Jornalismo*. Série de entrevistas da IHU Online. 5ª edição 447, São Leopoldo, 30 de junho, p. 23-25.

Outras publicações dos autores

- TORRES, R. J.; WINQUES, K. Qual o papel das novas ferramentas na transformação do jornalismo?. In: CHRISTOFOLETTI, R. (Org.). *Questões para um jornalismo em crise*. 1ed. Florianópolis: Insular, 2015, p. 49-66.
- TORRES, R. J. CHRISTOFOLETTI, R. Impactos da autonomia das mídias sociais no jornalismo político. In: 3º Colóquio Internacional Mudanças Estruturais do Jornalismo - Mejor, 2015, Florianópolis. Anais do 3º Mejor. Florianópolis: Mejor/Posjor UFSC, 2015. v. I. p. 140-152.

TORRES, R. J. A utilização das mídias sociais na cobertura jornalística: engajamento e ciberativismo. In: 6º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, Campo Grande, 2015.

TORRES, R. J.; WINQUES, K.; CHRISTOFOLETTI, R. O jornalismo é maior do que os jornais? Implicações do episódio Charlie Hebdo no debate sobre a crise do setor. In: XIV Congresso Iberoamericano de Comunicação (IBERCOM), São Paulo. 2015. (no prelo).

TORRES, R. J.; Jornalismo político nas mídias sociais: As implicações do ambiente virtual na esfera pública. In: IV Jornada Discente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis. 2014.

CHRISTOFOLETTI, R.; KARAM, Francisco José (Org.). Segunda Edição de Jornalismo Investigativo e Pesquisa Científica. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2015. v. I. 240p.

CHRISTOFOLETTI, R. Questões para um jornalismo em crise. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2015. v. I. 256p.

CHRISTOFOLETTI, R. A estratégia Pirandello: legado humanístico, ensino de comunicação e vetores acadêmicos para a área. In: José Marques de Melo, Guilherme Moreira Fernandes. (Org.). Pensamento comunicacional brasileiro: o legado das ciências humanas 2: Cultura e Poder. 1ed. São Paulo: Paulus Editora, 2015, v. 2, p. 333-350.

CHRISTOFOLETTI, R. Privacidade: o que podemos esperar quando não podemos mais esperar?. In: Rogério Christofolletti. (Org.). Questões para um jornalismo em crise. 1ed. Florianópolis: Insular, 2015, v. I, p. 233-248.

TORRES, R. J. CHRISTOFOLETTI, R. Impactos da autonomia das mídias sociais no jornalismo político. In: 3º Colóquio Internacional Mudanças Estruturais do Jornalismo - Mejor, 2015, Florianópolis. Anais do 3º Mejor. Florianópolis: Mejor/Posjor UFSC, 2015. v. I. p. 140-152.