

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO

CAIO BECSI VALIENGO

**“NOIS POR NOIS”: MOVIMENTOS SOCIAIS DE
COMUNICAÇÃO EM SÃO PAULO**

SÃO PAULO

2016

CAIO BECSI VALIENGO

**“NOIS POR NOIS”: MOVIMENTOS SOCIAIS DE
COMUNICAÇÃO EM SÃO PAULO**

Dissertação apresentada à Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, em cumprimento dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Administração Pública e Governo.

Linha de Pesquisa: Governo e Sociedade Civil
em Contexto Subnacional

Orientador: Prof. Francisco Fonseca

SÃO PAULO

2016

Valiengo, Caio Becsi.

~~Nois~~ por nois: movimentos sociais de comunicação na cidade de São Paulo / CaioBecsi Valiengo - 2016.

114 f.

Orientador: Francisco Fonseca

Dissertação (CMAPG) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo.

1. Movimentos sociais . São Paulo (SP). 2. Periferias urbanas. 3. Comunicação. 4. Hegemonia. I. Fonseca, Francisco. II. Dissertação (CMAPG) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo. III. Título.

CDU 304(816.11)

CAIO BECSI VALIENGO

**“NOIS POR NOIS”: MOVIMENTOS SOCIAIS DE
COMUNICAÇÃO NA CIDADE DE SÃO PAULO**

Dissertação apresentada à Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, em cumprimento dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Administração Pública e Governo.

Linha de Pesquisa: Governo e Sociedade Civil em Contexto Subnacional

Data de aprovação: 23 de fevereiro de 2016

Banca examinadora:

Prof. Dr. Francisco Fonseca (Orientador0029,
FGV-EAESP

Prof. Dr. Amon Narciso de Barros, FGV-
EAESP

Prof. Dr. Silvio Mieli, PUC-SP

AGRADECIMENTOS

Agradeço às pessoas que integram os grupos, coletivos e organizações aqui estudados, que generosamente disponibilizaram seu tempo, e permitiram a realização deste trabalho com suas histórias e narrativas de luta.

Agradeço à minha família, às amigas e amigos, às companheiras e companheiros, que estiveram ao meu lado ao longo desta caminhada.

Agradeço aos professores presentes na banca de qualificação e na banca de defesa Amon Narciso de Barros e Silvio Mieli.

Agradeço ao meu orientador professor Francisco Fonseca.

Agradeço à EAESP-FGV pelo apoio, e à CAPES pelo financiamento concedido.

O futuro será dos amadores, isto é, daqueles que amam o que fazem.

Erik Satie

RESUMO

Essa dissertação busca analisar os movimentos sociais que atuam no campo da comunicação na cidade de São Paulo, especialmente aqueles grupos, organizações e coletivos que atuam diretamente na produção de conteúdos de comunicação. Os grupos aqui estudados são compostos predominantemente por jovens, moradores das periferias da cidade de São Paulo, cujo objetivo é se engajar em disputas simbólicas por meio de uma produção jornalística alternativa na construção do imaginário coletivo. São grupos que fazem um contraponto à mídia hegemônica a partir da construção de narrativas alternativas e contra-hegemonias, historicamente invisibilizadas pelos veículos de comunicação tradicionais, e representam projetos que lutam por mudanças radicais na sociedade e pela emancipação e protagonismo das jovens e dos jovens moradores de periferia, das negras e dos negros, e das classes subalternas cujas vozes são silenciadas.

Palavras-chave: Movimentos Sociais; Comunicação; Mídia; Hegemonia e Contra-hegemonia

ABSTRACT

This research seeks to analyze the social movements located in the field of communication in São Paulo, especially those organizations and groups that work directly in the production of media content. The groups studied here are composed primarily of young people, residents of the outskirts of São Paulo, whose purpose is to engage in symbolic disputes through an alternative journalistic production in the construction of the collective imagination. These are groups who make a counterpoint to the mainstream media through the construction of alternative and counter-hegemonic narratives, historically made invisible by traditional media outlets. They represent projects that aim radical changes in society and the empowerment and leadership of young people and young residents of the periphery, of black people, and the subaltern classes whose voices are silenced.

Palavras-chave: Social Movements; Communication; Media; Hegemony and Counter-Hegemony

Sumário

INTRODUÇÃO	1
DISCUSSÃO METODOLÓGICA: PESQUISA QUALITATIVA E O ESTUDO DE MOVIMENTOS SOCIAIS	5
Contando boas histórias	5
Entrevistas e história de vida	8
Trilhas da pesquisa de campo: desafios para o estudo de movimentos sociais	12
MÍDIA NO BRASIL: DA CONCENTRAÇÃO À PRODUÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA	19
O papel da mídia: do negócio à informação plural	19
Mídia como direito humano	22
Concentração midiática no Brasil e no mundo	24
O papel do Estado na comunicação	29
Potencialidades e limitações da Internet	32
Gramsci: hegemonia e contra-hegemonia	36
Polifonia de conceitos: mídia alternativa, mídia radical e mídia livre	38
CONVERSAS COM MOVIMENTOS SOCIAIS DE COMUNICAÇÃO	45
Panorama histórico das teorias dos Movimentos Sociais	45
“Nóis por nois”: movimentos sociais de comunicação	53
Conversa 1: Escola de Notícias (Tony Marlon)	58
Conversa 2: Blog Imprensa (Victor Amatucci)	68
Conversa 3: Coletivo TV DOC (Isaac Farias)	72
Conversa 4: Alma Preta (Pedro Moraes)	79
Conversa 5: Periferia Em Movimento (Thiago Borges)	85
Conversa 6: Nós, mulheres da periferia (Jéssica Moreira)	94
CONSIDERAÇÕES FINAIS	102
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS	111

INTRODUÇÃO

Este trabalho busca analisar os movimentos sociais que atuam no campo da comunicação e da democratização da mídia, em suas diversas formas organizativas. Entendo como movimentos sociais de comunicação e democratização da mídia tanto as (a) organizações que disputam esta pauta publicamente por meio de pressões nos poderes legislativos e executivos do Estado, do mercado e da sociedade civil; como também os (b) grupos, organizações e coletivos que atuam diretamente na produção de conteúdos de comunicação. Os grupos aqui estudados se encaixam na segunda categoria, e são compostos predominantemente por jovens¹, moradores das periferias² da cidade de São Paulo, cujo objetivo é se engajar em disputas simbólicas por meio de uma produção jornalística alternativa³ na construção do imaginário coletivo. São grupos que fazem um contraponto à mídia hegemônica a partir da construção de narrativas alternativas e contra-hegemonias, historicamente invisibilizadas pelos veículos de comunicação tradicionais, e representam projetos que lutam por mudanças radicais na sociedade e pela emancipação e protagonismo das jovens e dos jovens moradores de periferia, das negras e dos negros, e das classes subalternas cujas vozes são silenciadas. Estas disputas simbólicas realizadas por meio da produção de narrativas alternativas refletem fortemente questões subjetivas e identitárias dos grupos sobre temas como juventude, racialidade e gênero, como também questões estruturais e objetivas, como território e classe. Sua produção comunicativa não se limita, mas se dá predominantemente na Internet.

Esta pesquisa tem como objetivo, por meio da entrevista com membros de alguns destes grupos⁴, entender: (a) como ele se organizam; (b) como se dá seu processo de construção e trajetória histórica (mesmo que muitas vezes breve); (c) suas demandas políticas e visões da mídia; (d) qual sua relação com o Estado, mercado e com o terceiro

¹ O Estatuto da Juventude, Lei 12.852 de 05 de agosto de 2013, considera jovem todas e todos que possuem de 15 a 29 anos.

² O plural de “periferias” é proposital, e denota uma importante discussão sobre a diversidade e heterogeneidade das periferias dos grandes centros urbanos.

³ Utilizo inicialmente o termo “alternativo”, mas a qualificação de que tipo de mídia estes grupos se encaixam será feita posteriormente no trabalho.

⁴ Como será discutido posteriormente, entendo que as trajetórias coletivas destes grupos são fortemente influenciadas pelas trajetórias individuais de seus membros, que se confundem com a própria história dos grupos.

setor; e (e) de que forma sua atuação cria uma interface com a pauta da democratização da mídia no Brasil por meio da produção de narrativas e práticas contra-hegemônicas⁵.

Para tanto, este trabalho será estruturado em três partes. A primeira parte faz uma discussão metodológica sobre o uso da pesquisa qualitativa no estudo de movimentos sociais, a partir da reflexão teórica sobre as diferentes formas de produção científica no campo das ciências sociais aplicadas; a utilização de conceitos que dialogam com a metodologia de história de vida e como a trajetória individual das e dos integrantes de cada grupo contam também suas narrativas coletivas; e também uma apresentação dos caminhos percorridos pela própria pesquisa, seus desafios específicos, e de que forma que eles também representam desafios mais gerais na pesquisa dos movimentos sociais contemporâneos.

A segunda parte realiza um panorama da mídia no Brasil: sua concentração em poucos grupos empresariais e suas consequências para diversidade e representatividade da sociedade brasileira; qual o papel do Estado na regulação e produção de políticas públicas de comunicação; de que forma a Internet impacta na produção midiática, e quais suas potencialidades e limites para uma possível democratização da mídia; e finalmente, fazer uma discussão sobre a polifonia de conceitos que permeiam as definições de uma mídia alternativa, radical, livre, entre outros. Nesta seção também faço uma breve discussão sobre os conceitos de hegemonia e contra-hegemonia a partir de Gramsci, necessária para a compreensão da visão e objetivos dos grupos analisados.

A terceira parte faz uma discussão sobre os movimentos sociais de comunicação. Primeiramente, faço uma reflexão sobre as principais correntes teóricas dos estudos de movimentos sociais. Entendendo que este é o campo de conhecimento que esta pesquisa se insere, considero necessária uma revisão bibliográfica da produção acadêmica sobre os estudos de movimentos sociais, a fim de identificar os paradigmas (ou principais pressupostos) que podem auxiliar na explicação da realidade social dos movimentos sociais de comunicação. Certamente este levantamento já foi feito de forma mais aprofundada e qualificada por uma série de autoras e autores, nos quais eu me baseei, mas me pareceu um ponto de partida importante para entender o controverso campo da

⁵ Posteriormente, será realizada uma discussão sobre os conceitos de hegemonia e contra-hegemonia, a partir de Gramsci. Estes conceitos são adequados para entender a produção comunicativa dos grupos estudados. Além disso, eles funcionam neste trabalho tanto como filtro inicial para escolha e mapeamento dos grupos, como também como hipótese a ser verificada durante a pesquisa de campo.

ação coletiva, cujos conceitos também apresentam uma polifonia semelhante à identificada na seção anterior, e a (não) utilização de determinados conceitos carregam não apenas escolhas teóricas, mas também uma forte carga de escolha política, ideológica e metodológica. No fim das contas, mais do que dizer que determinada corrente teórica é a que melhor explica a realidade, procurei apresentar a complexidade da realidade social a luz deste debate teórico. Posteriormente, apresento as conversas⁶ realizadas com os grupos que compõem o campo dos movimentos sociais de comunicação. Como será apresentado na primeira seção, a apresentação das entrevistas em conversas separadas foi uma escolha metodológica. A partir das conversas com cada grupo, faço minhas considerações finais buscando apresentar a heterogeneidade, diversidade, e semelhanças entre os movimentos estudados.

Ao longo do desenvolvimento deste trabalho, uma série de escolhas metodológicas, teóricas e políticas foram feitas, como será explicitado posteriormente em cada uma das seções⁷. Entendo que as barreiras entre ativista, militante político e acadêmico tendem a ser tênues⁸, e para alguns campos do conhecimento esta barreira deve ser amenizada ou neutralizada para o desenvolvimento de uma ciência supostamente neutra. Nego esta neutralidade como princípio, entendendo que toda escolha epistemológica, metodológica e teórica também é subsidiada por uma série de escolhas políticas. Falar de determinados temas (e conseqüentemente invisibilizar outros), selecionar atrizes e atores políticos, variáveis, e tantos outros componentes da produção científica no campo das ciências sociais aplicadas são atos permeados de intencionalidade política que se inserem em relações de poder de determinado campo científico, como colocado por Bourdieu, em diálogo com Ortiz (1983), enquanto espaço de disputa do monopólio da competência científica, no qual:

⁶ Utilizo a palavra “conversa”, e não “entrevista”, justamente por entender que, enquanto a última pressupõe uma entrevistada ou entrevistado ativo que fornece informações, e um entrevistador passivo apegado a um questionário, a primeira denota uma relação horizontal, tratando-se de um processo dialógico de comunicação e de troca.

⁷ Uma destas escolhas é o uso intencional da primeira pessoa no singular durante todo o trabalho. Trata-se de uma maneira de dialogar com a metodologia da história de vida, onde me coloco em pé de igualdade às entrevistadas e aos entrevistados. Além disso, o uso da primeira pessoa no singular busca também romper com a suposta neutralidade da produção do conhecimento científico, imprimindo um caráter “pessoal” que denotam as escolhas epistemológicas, metodológicas e teóricas feitas ao longo do percurso da pesquisa.

⁸ É importante evidenciar o meu lugar de fala: desenvolvi esta pesquisa tanto na condição de aluno da Fundação Getúlio Vargas, como também como trabalhador da Coordenação de Políticas para Juventude da Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania da Prefeitura de São Paulo. Esta dupla condição foi essencial para chegada nos grupos e coletivos aqui estudados, especialmente pelo fato de lidar com alguns deles em meu cotidiano profissional.

[...] se opõem, com forças mais ou menos desiguais segundo a estrutura da distribuição do capital no campo (grau de homogeneidade), os dominantes, ocupando as posições mais altas na estrutura de distribuição de capital científico, e os dominados, isto é, os novatos, que possuem um capital científico tanto mais importante quanto maior a importância dos recursos científicos acumulados no campo. (ORTIZ, 1983:137)

Da mesma forma que a mídia hegemônica se coloca como neutra, a ciência hegemônica também o faz. Busco romper com esta suposta neutralidade, e o pressuposto básico deste trabalho é a busca pela emancipação das classes subalternas, mesmo reconhecendo que o alcance e o impacto da própria pesquisa para tanto é mínimo. Parto do conceito de Gramsci de “intelectual orgânico”, atualizado por Downing (2004:48), na qual espera-se que intelectuais e ativistas se integrem organicamente com as classes trabalhadoras para o desenvolvimento de uma ordem social justa e que promova a emancipação social. Dialogando também com Santos (2009:20), “em vez de produzir conhecimento, a ciência tem aqui o papel de facilitar a emergência e a auto-apresentação de conhecimentos outros”.

Entendo, por fim, que a explicitação das experiências coletivas destes grupos, suas formas de organização, suas relações com a sociedade, e suas ações de produção de conteúdos midiáticos alternativos e contra-hegemonicos, tem também como objetivo pontuar no campo da Administração Pública a importância de se apropriar e ocupar dos temas da mídia, da concentração midiática e suas consequências, normalmente discutidos no campo da Comunicação Social. Como se verá, se o principal interlocutor destes grupos é o Estado, seja por conta de financiamentos públicos ou porque entende-se que é papel do Estado dar conta da demanda da democratização da mídia, é necessário que o campo da Administração Pública, tal qual o objetivo deste trabalho, reflita sobre quais interfaces são desenvolvidas entre o Estado e os movimentos sociais de comunicação, como também de que forma responder às demandas que emergem desta relação.

DISCUSSÃO METODOLÓGICA: PESQUISA QUALITATIVA E O ESTUDO DE MOVIMENTOS SOCIAIS

Contando boas histórias

O objetivo desta seção é apresentar meus entendimentos sobre a produção de conhecimento científico no campo das ciências sociais aplicadas, justificar as escolhas metodológicas e teóricas do trabalho, e contar a história da produção da própria pesquisa, especialmente no que diz respeito à pesquisa de campo, no qual utilizei seis estudos de caso construídos por meio da realização de entrevistas semiestruturadas, a partir de algumas questões norteadoras, dialogando com as concepções da história oral, nomeadamente a história de vida.

Na explicação dos fenômenos sociais, Mizoczky e Imasato (2005) diferenciam o “modo paradigmático”, que busca verdades que não deixam margens para dúvidas, e é usualmente a forma “esperada” de produção de conhecimento; do que denominam de “modo narrativo” do conhecimento, que consiste basicamente em “contar boas histórias”. Para os autores, o modo narrativo de conhecimento:

Não está preocupado com a criação de leis gerais universais ou grandes sistemas explicativos com relação ao mundo que nos envolve. Não busca provar ou desaprovar uma teoria. Essa abordagem concentra-se em compreender o particular, em buscar os significados que as pessoas constroem, baseando-se em suas histórias, sejam elas orais, sejam elas escritas. (MISOCZKY; IMASATO, 2005:79)

Rey (2010:2) também faz um contraponto ao uso de métodos positivistas na produção de conhecimento na área da psicologia, mas que pode ser expandido para outras ciências sociais aplicadas. Para o autor, o positivismo domina o imaginário da pesquisa científica na área das ciências sociais, ao ponto da metodologia se tornar um metodologismo, “no qual os instrumentos e as técnicas se emanciparam das representações teóricas convertendo-se em princípios absolutos de legitimidade para a informação produzida por eles, as quais não passavam pela reflexão dos pesquisadores”. Para superar esta posição instrumentalista, onde a legitimação do conhecimento se dá pelas próprias técnicas e métodos utilizados na pesquisa, o autor ressalta a importância

de explorar os processos que caracterizam a produção do conhecimento, e propõe uma “epistemologia qualitativa”:

A Epistemologia Qualitativa defende o caráter construtivo interpretativo do conhecimento, o que de fato implica compreender o conhecimento como produção e não como apropriação linear de uma realidade que se nos apresenta. A realidade é um domínio infinito de campos inter-relacionados independente de nossas práticas; no entanto, quando nos aproximamos desse complexo sistema por meio de nossas práticas, as quais, neste caso, concernem à pesquisa científica, formamos um novo campo da realidade em que as práticas são inseparáveis dos aspectos sensíveis dessa realidade. São precisamente esses os aspectos suscetíveis de serem significados em nossa pesquisa. É impossível pensar que temos um acesso ilimitado e direto ao sistema do real, portanto, tal acesso é sempre parcial e limitado a partir de nossas próprias práticas. (REYS, 2010:5)

Dentro da epistemologia qualitativa, entendendo que o conhecimento é uma produção humana que capta a realidade de maneira limitada a partir das próprias práticas da pesquisa, o autor trabalha o conceito de “zona de sentido”, definido como “espaços de inteligibilidade que se produzem na pesquisa científica e não esgotam a questão que significam, senão que pelo contrário, abrem a possibilidade de seguir aprofundando um campo de construção teórica” (2010:6). Desta forma, os resultados da pesquisa nas ciências sociais aplicadas não esgotam as explicações dos fenômenos sociais, mas sim contribuem no avanço e na criação de novas zonas de sentido.

Desta forma, busco dialogar neste trabalho com os conceitos do modo narrativo de produção de conhecimento, a partir das reflexões da epistemologia qualitativa, ou seja, buscarei contar boas histórias que possam contribuir na expansão e criação de novas zonas de sentidos no campo dos estudos dos movimentos sociais. Entendo que “boas histórias” são aquelas capazes de apresentar a experiência coletiva dos grupos, a partir de suas narrativas pessoais e coletivas, e conseguir fazer uma série de reflexões com os debates teóricos levantados sobre os movimentos sociais de comunicação. Conforme a experiência de Santos (2009) em “Vozes do Mundo”, o autor coloca as vozes como:

[...] histórias de teias de acontecimentos, situações, condições causadas ou sofridas pelos contadores das histórias, interpretações do mundo nascidas das experiências deles no processo de o transformarem num mundo melhor. São

conhecimentos de ativistas enquanto auto-expressão do ativismo passado, presente e futuro. São simultaneamente conhecimentos coletivos e altamente pessoais. (SANTOS, 2009:21)

A partir destes referenciais epistemológicos, busquei levar dois pressupostos em conta no que tange aos debates teóricos e metodológicos deste trabalho. O primeiro é buscar entender e dialogar com epistemologias diferentes daquelas produzidas pelo centro do sistema internacional, a fim de descolonizar a produção de conhecimentos e entrar em contato com um debate teórico que seja capaz de dialogar com a realidade social própria dos países periféricos. É difícil dizer se este pressuposto de fato foi materializado ao longo da pesquisa, uma vez que a grande maioria das discussões teóricas sobre movimentos sociais tem como origem a Europa Central e os Estados Unidos, ficando a cargo de autores brasileiros e latino-americanos seguir ou adaptar determinadas escolas de pensamento para nossa realidade social. Este ponto será explorado no capítulo de discussão das teorias de análise de movimentos sociais. O segundo pressuposto parte do entendimento de que a produção científica não é neutra, e que os diferentes campos da produção acadêmica também representam disputas de poder, neste caso de capital intelectual e cultural, e as escolhas científicas perpassam por esta disputa, como colocado por Ortiz, em diálogo com Bourdieu:

Não há "escolha" científica – do campo da pesquisa, dos métodos empregados, do lugar de publicação; ou, ainda, escolha entre uma publicação imediata de resultados parcialmente verificados e uma publicação tardia de resultados plenamente controlados – que não seja uma estratégia política de investimento objetivamente orientada para a maximização do lucro propriamente científico, isto é, a obtenção do reconhecimento dos pares-concorrentes. (ORTIZ, 1983:126)

Uma vez que a produção científica não é neutra, as escolhas teóricas e metodológicas realizadas neste trabalho dialogam com ideologias e questões subjetivas de militância política, e tem como objetivo contribuir com a visibilidade dos fenômenos sociais estudados, ao contar suas narrativas e formas de atuação, trilhando um caminho marcado pela solidariedade e co-presença junto aos movimentos sociais (MISOCZKY; FLORES; GOULART, 2008:11). Também se buscará neste trabalho fazer uso de uma linguagem não-sexista, a partir do entendimento de que as desigualdades de gênero presentes na sociedade também se refletem na construção do conhecimento científico, que reproduz relações de poder e dominação, que por sua vez se materializam na práxis

machista e heteronormativa. Trata-se obviamente de um processo de desconstrução social que tentará ser levado a cabo aqui, com a consciência de possíveis erros e deslizes⁹.

Entrevistas e história de vida

No desenvolvimento deste trabalho, além da revisão bibliográfica e análise documental¹⁰, será utilizada como fonte primária de informação a realização de entrevistas com jovens participantes dos grupos, coletivos e organizações que integram os movimentos sociais de comunicação, e a participação presencial em reuniões, eventos, e outros momentos relevantes para entrar em contato com a diversidade dos grupos aqui estudados e com a própria pauta da democratização da mídia. Para cumprir com os objetivos de pesquisa, as perguntas norteadoras deste trabalho são:

- a) quais as formas de organização destes grupos;
- b) qual sua composição e trajetória histórica;
- c) quais seus repertórios, estratégias de atuação e produção de narrativas alternativas;
- d) qual sua visão da mídia no Brasil;
- e) qual sua visão e relação com o Estado, mercado e terceiro setor;
- f) qual (se existente) seu projeto político;

Estas perguntas iniciais tentarão ser respondidas pela análise de estudos de caso, através da narrativa coletiva destes grupos, coletadas por meio de entrevistas semiestruturadas realizadas com uma ou um integrante do grupo, a partir das concepções da pesquisa qualitativa e da história de vida, no entendimento que a

⁹ A utilização de uma linguagem não-sexista será realizada com auxílio dos manuais existentes, especialmente do “Manual para o uso não sexista da linguagem: o que bem se diz...bem se entende”, cuja versão em português foi produzida pela Rede de Educação Popular entre Mulheres da América Latina (REPEM). Este é um longo debate, e algumas escolhas metodológicas foram feitas, como a não utilização da terminação em X e @ para não distinção de gênero (ex. trabalhadorxs e trabalhador@s) uma vez que os leitores automáticos de texto para pessoas deficientes visuais não reconhecem estes formatos. Portanto, serão sempre selecionadas palavras que não distinguem gêneros, e nos casos em que isso não é possível, serão apresentadas as versões femininas e masculinas das palavras (ex. trabalhadoras e trabalhadores).

¹⁰ Os documentos analisados são bastante diversos, de acordo com a natureza e forma de organização dos movimentos e grupos analisados. Dos coletivos que atuam por meio de entidades ou organizações formais, são analisados seus estatutos e materiais institucionais. Dos grupos não institucionalizados, serão analisadas atas de reuniões (quando existirem), publicações que falam do grupo, informações contidas em seus sites e páginas de Facebook, dentre outros.

experiência coletiva do grupo pode ser também compreendida por meio das histórias singulares de seus membros, ou seja, a partir das conversas com integrantes de cada grupo é possível captar suas narrativas coletivas¹¹. A incorporação de fontes biográficas não é algo novo no campo das ciências sociais, e como lembra Montagner (2007), em diálogo com Bourdieu, a entrada da história de vida no universo científico se dá primeiro na etnologia, e depois na sociologia (MONTAGNER, 2007:251). As histórias singulares de sujeitos são entendidas como parte integrante da experiência histórica dos grupos sociais, e desta forma, dizem respeito não apenas aos indivíduos, mas também à análise sociológica das coletividades (LOPES, 2014:67).

Durante as conversas realizadas para esta pesquisa com integrantes dos coletivos e grupos aqui estudados, e a partir da participação de eventos em que estes grupos estavam presentes, ficou bastante claro que sua origem, identidade e atuação estão atreladas a dois pontos principais: (a) o panorama de concentração midiática e sua consequente não representação da diversidade cultural, geracional, racial, territorial, etc., da sociedade brasileira; e especialmente (b) as vivências e experiências, pessoais e coletivas, de membros destes grupos, e como a partir delas estes passaram a atuar coletivamente, nas mais diversas formas, para produção de conteúdos alternativos e contra-hegemônicos que dessem conta de “contar sua história” ou “mostrar sua realidade”. Por conta desta percepção, entendo que o uso de entrevistas, a partir de conceitos da história de vida, seja o método mais adequado para captar suas narrativas, individuais e coletivas..

Desta forma, esta pesquisa se utilizará de elementos da história de vida como forma de conhecer as narrativas presentes nos movimentos sociais de comunicação, com objetivo de conhecer sua história, suas estruturas organizacionais, suas relações e interfaces com Estado, mercado e terceiro setor, como também seus entendimentos sobre a mídia hegemônica e seu papel como produtores de conteúdos alternativos. Como dito anteriormente, é necessário que o campo da Administração Pública se aproprie da pauta da democratização da mídia e seus movimentos sociais, não apenas pela sua urgência enquanto pauta civilizatória, como também pelo fato que estes grupos

¹¹ Seria interessante também se utilizar neste trabalho de exemplos de produções jornalísticas e de comunicação dos grupos e coletivos aqui estudados, para analisar se eles produzem também disputas estéticas, visuais, dentre outras. No entanto, por conta do curto período de tempo para a produção deste trabalho, não foi possível realizar este tipo de análise.

apresentam novas formas de organização e interface com o Estado, a partir de marcos conceituais e políticos diferente dos movimentos sociais que os antecedem.

Entende-se por história de vida a busca de conhecimento a partir da experiência do sujeito, de forma a captar de que modo os indivíduos fazem sua história e modelam a sociedade, sendo também modelados por ela (LOPES, 2014:68). Ainda conforme Lopes (2014), o objetivo da história de vida é alcançado:

[...] dando voz ao sujeito por meio do “contar sua história”, modo pelo qual se intenta compreender a perspectiva do sujeito sobre si e os fatos sociais, com base em sua própria capacidade de análise. Além disso, a partir das histórias de vida objetiva-se compreender a realidade sócio-histórica na qual se inserem os sujeitos, buscando demonstrar como estes, ao mesmo tempo em que a modificam, são modificados por ela, bem como compreender como as questões universais aparecem nas práticas individuais, e vice-versa. (LOPES, 2014:5)

Por meio da história de vida, espera-se entrar em contato com a experiência concreta de uma vivência específica, para que se possa reformular pressupostos e hipóteses sobre determinado assunto (DEBERT, 2004: 142), por meio da construção e reconstrução das histórias pelos seus próprios sujeitos, de modo que, “ao contar sua história, o indivíduo pode trabalhar a sua vida, reconstituindo o passado, suportando o presente e embelezando o futuro” (LOPES, 2013:68-69).

Um debate interessante dentro da história de vida é a questão da temporalidade dos fatos e sequência cronológica dos acontecimentos na vida dos sujeitos. Conforme Misoczky e Imasato, em diálogo com Heidegger, existe uma distinção entre o tempo físico dos seres humanos e seu tempo existencial, de forma que as pessoas experienciam o tempo como uma fusão do passado, do presente e do futuro:

Nós experienciamos a nós mesmos no tempo presente do mundo, mas com a memória do passado, e a ansiedade sobre o futuro. Assim, contextualizamos o presente em termos do passado e futuro, o passado em termos do presente e futuro, e o futuro em termos do passado e presente. É desse modo que organizamos nossas narrativas de eventos passados – trazendo o passado para o tempo presente consciente. (MISOCZKY; IMASATO, 2005:82-83)

Esta ideia é reforçada por Montagner (2007), quando reitera a não existência de uma sequência cronológica e lógica da ocorrência de fatos da vida de uma pessoa, ou

seja, os eventos da vida humana e social não são lineares, progressivos, nem seguem necessariamente algum tipo de causalidade. São os próprios indivíduos, ou os pesquisadores, que dão sentido às suas trajetórias, a partir da construção de uma cadeia de inter-relações no momento da produção de seus relatos orais. Como coloca Lopes (2013), é pela narração de suas histórias que o sujeito:

[...] se afirma como “existindo”. Ao contar sua história, o indivíduo pode ‘trabalhar’ a sua vida, reconstituindo o passado, suportando o presente e embelezando o futuro. Reconstruir o passado significa mudar a relação com ele, ressignificar sua existência, ‘remexer’, transformar. Contar a vida é um modo de se refazer. (LOPES, 2013:68-69)

A escolha de dialogar com elementos do método da história de vida se dá a partir do entendimento que as narrativas individuais dos membros dos grupos estudados revelam também as narrativas e histórias do próprio grupo. Além disso, esta metodologia é capaz de apresentar pontos de vista alternativos das historiografias oficiais e da documentação institucional das organizações, até porque os grupos aqui estudados existem no máximo há cinco anos, não havendo muita produção documental sobre suas práticas. No entanto, esta metodologia apresenta uma série de desafios, principalmente no que diz respeito ao diálogo com formas mais conservadoras da produção de conhecimento, que, baseada principalmente na coleta de dados quantitativos, entende ser necessária a construção de amostras, representatividades estatísticas, e capacidade de generalização de resultados.

Uma parte das autoras e autores que utilizam a história de vida como método responde esta demanda por meio do chamado “ponto de saturação”, no qual a partir de um certo número de entrevistas, seria possível dizer que novas entrevistas não agregariam novas informações, e delas nada de novo poderia ser apreendido, pelo menos no que diz respeito à seu objetivo de pesquisa, e a partir deste ponto, existiria a possibilidade de generalização dos resultados encontrados (MONTAGNER, 2007:259). No meu entender, o conceito de ponto de saturação não dialoga com o modo narrativo de produção de conhecimento, adotado nesta pesquisa, cujo objetivo não é encontrar leis universais ou achados generalizáveis à todos movimentos sociais, mas sim contribuir ao debate teórico sobre movimentos sociais, e apresentar as narrativas dos grupos e coletivos analisados. Além disso, o chamado ponto de saturação não é consenso dentre

aqueles que utilizam deste método, conforme coloca Debert (2004) a partir de suas experiências em campo:

O que em certo sentido é decepcionante no trabalho com histórias de vida é o caráter da tarefa que ela nos obriga a levar a cabo. A ideia da ‘bola de neve’, isto é, em um determinado momento podemos definir o número de informantes, parece bastante problemática. A sensação que temos é que ocorre exatamente o contrário. Sempre teria sido possível mergulhar mais profundamente nas mesmas coisas de forma a perceber novos ângulos. A cada nova entrevista, um novo leque de questões poderia ter sido aberto.” (DEBERT, 2004: 145)

Não falando sobre o ponto de saturação, mas ressaltando a possibilidade do uso de histórias singulares na produção de conhecimento, Rey (2010) aponta:

A legitimação do singular na produção do conhecimento passa pelo valor que atribuímos ao aspecto teórico da pesquisa, o qual seja talvez o ponto mais difícil de ser assumido pelos pesquisadores, devido à identificação histórica entre o empírico e o científico instaurada como consequência do positivismo e do modo como a ciência se institucionalizou.

Portanto, em diálogo com estes aspectos da história de vida, a pesquisa realizada neste trabalho não tem como objetivo chegar a um determinado ponto de saturação na qual as entrevistas por si só apresentem teses universais, sequer esgotar as possibilidades de análise. E sim, valorizar o uso de casos singulares para explicação, mesmo que parcial, da complexidade da realidade social. Além disso, para aplicação do método, entendo a necessidade de se colocar sob pé de igualdade das entrevistadas e entrevistados, a partir de um processo que envolve vínculos recíprocos de confiança, e não uma simples coleta de informações sobre o outro (LOPES, 2013:69-70). Esta postura só é possível por meio da imersão do pesquisador no contexto teórico-metodológico do tema, ou seja, é necessário o compartilhamento na prática das experiências e percepções que os sujeitos possuem de sua realidade, para captá-los por meio de suas narrativas (GONÇALVES e LISBOA, 2007:89).

Trilhas da pesquisa de campo: desafios para o estudo de movimentos sociais

Para realização deste trabalho, além das entrevistas, participei de eventos e atividades nos quais encontrei com os grupos e coletivos aqui estudados. No ano de 2014 participei do “Encontro Nacional de Midialivrisimo e Juventude”, no Rio de

Janeiro, do “#ConectaSP – cultura, comunicação e cidadania” e da “Conferência Aberta de Juventude sobre midialivrisimo e comunicação”, ambos em São Paulo, ocasiões onde pude conhecer algumas e alguns membros dos grupos, ou estreitar laços com aqueles que já possuía algum contato. Além disso, também estou em contato com estes grupos e coletivos por meio de minha atuação profissional, na Coordenação de Políticas para Juventude da Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania de São Paulo. Esta posição de observador privilegiado dialoga com Fernandes (1971:259), quando diz que “seria legítimo admitir que o sociólogo pode explorar estrategicamente a observação participante, operando em ambientes em que sua presença faz parte da rotina”. Desta forma, não sou visto por uma parte dos grupos que pesquisei como um estranho, o que tem implicações significativas no estudo de movimentos sociais (explorarei melhor este tema quando for narrar o processo de chegada e entrevista dos grupos), e também dialoga com alguns pressupostos da modalidade de pesquisa qualitativa:

Já enfatizamos, antes, que a definição do problema de pesquisa pressupõe uma imersão do pesquisador no contexto teórico-metodológico do tema a ser trabalhado. O pesquisador não parte de uma ‘tábula rasa’ para ir a campo. Ele deve estar submerso nas condições que condicionam o problema, bem como partilhando na prática as experiências e percepções que os sujeitos possuem desses problemas, que por sua vez vão sendo relatados e construídos com relativa coerência em relação à sua visão e à sua experiência. (GONÇALVES e LISBOA, 2007:89)

Dentre os movimentos sociais de comunicação, conforme definidos no começo deste trabalho, realizei um filtro inicial para melhor definir o escopo da pesquisa de campo com auxílio de duas categorias: a primeira, que não será analisada, representa grupos de pressão e organizações que atuam diretamente na pauta da democratização da mídia, com atuação em campanhas de conscientização; controle de conteúdo e da programação dos canais de rádio e televisão; acompanhamento legislativo, com objetivo de garantir o respeito às normas que tratam de conteúdos e concessões; como também de lobby direto na arena política, buscando influenciar na agenda parlamentar do país, com projetos de leis de iniciativa popular. Exemplos destes movimentos são o Coletivo Intervezes, o Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé, e o Fórum Nacional de Democratização da Mídia.

A segunda categoria, que será meu objeto de estudo, representa grupos que estão diretamente produzindo conteúdos midiáticos, e se organizam de diversas formas –

coletivos de midialivrisimo, associações comunitárias de comunicação, organizações do terceiro setor, redes de jornalismo colaborativo, dentre outros. Estes grupos compartilham vivências e experiências, pessoais e coletivas, e a partir delas passaram a atuar coletivamente, nas mais diversas formas, para produção de conteúdos alternativos e/ou contra-hegemônicos que dessem conta de “contar sua história” ou “mostrar sua realidade”.

Para a escolha dos coletivos e grupos que serão aqui analisados, utilizei um mapeamento das principais organizações e grupos do campo da comunicação e direitos humanos na cidade de São Paulo, desenvolvido no âmbito do Projeto ComunicaDH, da Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania¹². Este mapeamento apresenta mais de 200 grupos na cidade que atuam no campo da comunicação por diversos meios, como internet, web rádio, rádio comunitária, jornal de bairro, revistas online e impressas, dentre outros. A partir desta listagem inicial, entendendo que não seria possível contemplar todos grupos neste estudo que não se pretende exaustivo, fiz uma seleção buscando contemplar grupos que (a) apresentassem uma visão crítica da mídia comercial e dos grandes veículos de comunicação; (b) apresentassem uma certa diversidade quanto suas estruturas organizacionais; e (c), produzissem comunicação alternativa e, aparentemente, contra-hegemônica. Inicialmente, o recorte etário e territorial ainda não estava claro para mim, no entanto, eu tinha o interesse especial em garantir que os grupos de periferia fossem contemplados na pesquisa.

Portanto, selecionei quinze grupos que atendiam estes requisitos, e que também pareciam alcançáveis para o desenvolvimento da pesquisa. Os grupos eram: Alma Preta, Blog Imprença, Coletivo TV DOC, Énois, Escola de Notícias, Guerrilha[GRR], Jornalistas Livres, LiberdadeExpressão, Nós, mulheres da periferia, Periferia em Movimento, Podemos Mais, Revista NNA, Revista Vaidapé, SP Invisível e Viração. Entrei em contato com todos, e consegui entrevistar integrantes de seis deles, e como será observado posteriormente, cinco deles se enquadram na categoria de “mídia periférica”. Os grupos estudados são: Alma Preta; Blog Imprença; Coletivo TV DOC; Escola de Notícias; Nós, mulheres da periferia; e Periferia em Movimento¹³.

¹² O mapa pode ser acesso pelo link: <http://maps.mootiro.org/project/423/>

¹³ Certamente os grupos estudados não esgotam os movimentos sociais de comunicação na cidade de São Paulo, mas não tenho dúvidas que são representativos deste campo para apresentar sua complexidade e heterogeneidade, como também suas motivações e objetivos políticos.

A pesquisa de campo foi realizada nos meses de novembro e dezembro de 2014, e janeiro de 2015. O contato com os grupos se deu de forma particular em cada caso: com aqueles grupos que eu já possuía algum tipo de relação, a entrada para o agendamento de entrevistas e apresentação dos objetivos da pesquisa se deu de forma mais fácil, como nos casos do Coletivo TV DOC e Escola de Notícias. Já com alguns grupos, acabei por conhecer seus membros em atividades relacionadas ao campo da democratização da mídia, ou durante outros momentos de militância política, como foi o caso do Blog Imprensa e Periferia em Movimento. Já nos casos do Alma Preta e do Nós, mulheres da periferia, eu não tinha relação alguma com seus membros, e o contato se deu de maneira mais formal pelos próprios sites. Importante dizer que este contato inicial foi reforçado posteriormente, e facilitado pelos outros grupos que já haviam sido entrevistados. Como ficará evidente na análise dos estudos de caso, grande parte destes grupos fazem parte de uma rede de coletivos de comunicação periférica – não uma rede institucionalizada, organizada e bem estruturada, mas uma rede de indivíduos e grupos que participam de um mesmo campo de disputa política, e se conhecem, mesmo que de maneira distante.

É importante registrar um ponto importante, porém pouco explorado em trabalhos recentes pelas pesquisadoras e pesquisadores do campo dos movimentos sociais: a dificuldade de acesso aos grupos, e a necessidade da criação de pontos de interface anteriores, que garantam algum tipo de confiança política, pessoal, ou mesmo a sensação de estarmos “do mesmo lado”. Antes do momento das entrevistas gravadas, foram frequentes os discursos por parte dos grupos em não receberem mais pesquisadoras e pesquisadores que os procuram para realização de atividades acadêmicas. Muitos relatam a sensação de participarem de um tipo de “laboratório social”, no qual são vistos como parte de uma experiência que é relatada pela academia, publicada em artigos, livros, etc., e depois estas pesquisadoras e pesquisadores não repassam uma devolutiva a eles, ou “nunca mais voltam”.

Além de um histórico encastelamento da academia brasileira em relação aos movimentos sociais, muitas vezes atrelados a uma suposta “neutralidade” ou “objetividade” científica necessária para a produção de conhecimento, fato é que este insulamento na torre de marfim universitária, marcada fortemente pelas exclusões sociais presentes em nossa sociedade com seus muros classistas, raciais, dentre outros,

gerou uma repulsa pela academia que pode ser vista também em outros movimentos sociais, como as Mães de Maio:

Nós do Movimento Independente Mães de Maio há muito tempo alertamos, e hoje reforçamos estar totalmente cansad@s da quantidade de oportunismo e carreirismo acadêmico com o qual somos obrigad@s a lidar dia após dia. Diversos gestores acadêmicos (ligados direta ou indiretamente a ONGs e ao Estado), professores, pesquisadores e até mesmo jovens estudantes – muitos que se auto-definem como “de esquerda”, mas que na verdade se aproximam dos movimentos única e exclusivamente pensando em SUAS pesquisas acadêmicas; em SEUS currículos que lattes mas não mordem; em SEUS eventos institucionais; e em SUAS carreiras individuais na academia ou em instituições ligadas direta ou indiretamente a órgãos do Estado.

NÓS NÃO ESTAMOS GENERALIZANDO, DE MANEIRA NENHUMA, pois sabemos que há pessoas realmente sérias, comprometidas e generosas dentro de algumas ONGs, das universidades e até mesmo em alguns órgãos estatais, que buscam realmente conciliar seus trabalhos com alguma dimensão prática e algum grau de engajamento – de modo que o Conhecimento produzido gere transformações efetivas na sociedade em prol dos trabalhadores e trabalhadoras. Aliás, quem sabe que está fazendo um trabalho sério e comprometido, não tem qualquer crise de consciência com a crítica que fazemos aos demais. Justamente por nós termos consciência e prezarmos muito a diferença efetiva que os verdadeiros intelectuais podem fazer nas práticas das lutas populares é que nós fazemos esta crítica àqueles que se auto-denominam “intelectuais” ou “aliados” sem fazerem jus a este nome.

AFINAL, A QUANTIDADE DE OPORTUNISTAS, CARREIRISTAS E INDIVIDUALISTAS QUE SE APROXIMAM DE CAUSAS E MOVIMENTOS SOCIAIS PENSANDO APENAS NO SEU UMBIGO, É INFINITAMENTE MAIOR E IMPRESSIONA A CADA DIA MAIS!

[...]A “proximidade” com os movimentos sociais, cantada em verso e teses e projetos, vira um mero instrumento – bastante útil, diga-se de passagem, para engordar, envernizar e tornar mais lustroso os respectivos currículos pessoais, as propostas enviadas para editais – e, claro, para turbinar as respectivas carreiras... Temos que superar urgentemente o regime dos é-di-tais, e passar a uma etapa superior onde o é seja é-di-todos!

Nosso movimento sempre repudiou e sempre repudiará e combaterá este tipo de postura parasitária, oportunista e carreirista!

(nota do Movimento Independente Mães de Maio, em março de 2015, disponível em <http://zagaiaemrevista.com.br/carreirismo-academico-ongueiro-e-estatal/>)

Ciente destas limitações, e até receoso com a possibilidade de bloqueio da pesquisa, adotei como estratégia óbvia iniciar minhas entrevistas com aqueles grupos que eu já possuía algum tipo de entrada, a partir da intuição que, ao já ter entrevistado determinadas atrizes e atores deste campo dos movimentos sociais de comunicação, eu teria acesso facilitado aos grupos mais distantes de meu espectro social e político pessoal, como de fato se deu. Porém, mesmo com estes grupos mais próximos, esta resistência foi externalizada, como na fala de Isaac, do Coletivo TV DOC, que me disse que “nós decidimos não receber mais ninguém pra pesquisa, mas como você é parceiro nosso, resolvemos trocar ideia”. Ou, nas palavras de Thiago, do Periferia em Movimento, “nós trabalhamos com os conceitos de economia solidária, e eu estou aqui disponibilizando meu tempo pra você. Então preciso saber qual retorno nós teremos disso, não financeiro, óbvio, mas como sua pesquisa colabora para nossa trajetória”.

Além dessa resistência às pesquisas acadêmicas, que atribuo de forma generalizada aos movimentos sociais contemporâneos, entendo que possa existir uma resistência ainda maior por parte dos grupos aqui estudados, uma vez que todos têm em seu cerne e em sua gênese a necessidade de “contar sua própria história”, não dependendo de interlocutores externos para apresentar suas vivências, narrativas e identidades. Durante o confronto simbólico e político que os movimentos sociais de comunicação e midialivrismo realizam com a mídia hegemônica, o mote adotado usualmente é o “nós por nós”¹⁴. A mesma resistência narrativa colocada para mídia hegemônica pode ser também colocada para a pesquisa acadêmica, especialmente na cidade de São Paulo, onde os grandes centros de excelência de pesquisa, como a Universidade de São Paulo, a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, a Fundação Getúlio Vargas, espaço do qual eu falo, dentre outras, representam usualmente visões hegemônicas e elitistas do mundo, e a produção desta visões se dá

¹⁴ Ou muitas vezes “nóis por nóis”, demarcando de forma potente um recorte territorial e de classe com o acréscimo de um I, uma clara corruptela linguística proposital para o enfrentamento da linguagem formal enquanto fator excludente. Esta discussão foi feita de forma acalorada durante o “Encontro de Midialivrismo e Juventude” realizado no Rio de Janeiro, para a definição das hashtags oficiais a serem utilizados pelos grupos durante a cobertura colaborativa do evento. Ao final, ganhou a posição do #noispornois.

normalmente a partir de uma perspectiva masculina, branca, heteronormativa, com recorte de classe alta. Desta forma, além do presente não comprometimento político e solidariedade que a classe intelectual muitas vezes demonstra, é completamente compreensível quando movimentos populares apresentam relutância em ser tratados como cobaias de um experimento social.

Se é possível dizer que eu consegui superar essas resistências, eu o fiz sem a utilização de estratégias ou subterfúgios. Primeiramente, porque compartilho da repulsa que os grupos sentem por um tipo de pesquisa científica não comprometida com a emancipação das classes subalternas. Como já dito anteriormente, resgato o conceito de Gramsci de “intelectual orgânico”, atualizado por Downing (2004), no qual se espera que os comunicadores, intelectuais e ativistas se integrem organicamente com as classes trabalhadoras para o desenvolvimento de uma ordem social justa e culturalmente superior, ao contrário dos intelectuais organicamente integrados com as classes dominantes, cujos esforços comunicativos fortaleceram a hegemonia do capital. (DOWNING, 2004:48)

Segundo, fiz questão de apresentar esta visão durante as minhas abordagens às pessoas entrevistadas, e que não tinha como objetivo “dar voz” aos grupos estudados, uma vez que voz todas elas e eles já possuem, e gritam em alto e bom som. Meu objetivo aqui é de apresentar um microcosmo do campo dos movimentos sociais de comunicação, e meu comprometimento com os grupos foram pontos que deveriam ser básicos: assim que a pesquisa estivesse concluída, eu a entregaria para todas e todos participantes para que tivessem a chance de ler, comentar, e contestar qualquer informação aqui exposta. Além disso, se for possível a conciliação das agendas, apresentar e fomentar uma discussão entre todas e todos a partir das reflexões aqui trabalhadas. Desta forma, as entrevistas foram realizadas, sempre em algum local indicado pela pessoa entrevistada, e todas as conversas foram gravadas, com a devida autorização.

Outra escolha metodológica feita foi a forma de expor as entrevistas. Poderia dividir o trabalho em seis estudos de casos diferentes, ou como é feito usualmente, apresentar possíveis conclusões e achados misturando as diferentes vozes e opiniões das entrevistadas e entrevistados. Inspirado pelo trabalho de Boaventura de Souza Santos em “As vozes do mundo”, escolhi apresentar individualmente cada conversa. E a

qualificação das entrevistas como “conversas” também representa uma escolha, uma vez que todo processo de entrevista se deu de forma informal, dialógica, a partir de processos reais de comunicação, ou seja, no qual interlocutores trocam informações e ideias. Se por um lado essa escolha de apresentação individual fragmenta a leitura e a análise, ela também valoriza as experiências das entrevistadas e entrevistados, garantindo que todos os grupos recebam o mesmo grau de exposição neste trabalho, não se limitando à algumas citações dispersas. Por fim, após a apresentação das conversas individuais, faço uma análise conjunta a partir das semelhanças, diferenças, e reflexões que julgo importante a partir deste contato.

MÍDIA NO BRASIL: DA CONCENTRAÇÃO À PRODUÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA

O papel da mídia: do negócio à informação plural

Esta seção apresenta o panorama da concentração dos meios de comunicação no Brasil, historicamente dominado por poucas famílias, e atualmente por um pequeno número de grupos empresariais, cujos interesses econômicos e políticos se confundem com sua suposta função social de produção de informações plurais. A concentração dos veículos de comunicação é pano de fundo de toda ação coletiva do campo dos movimentos sociais de comunicação, servindo muitas vezes como motivo fundante destes grupos, ou dialogando diretamente com sua atuação e produção de conteúdo alternativo e contra-hegemônico. Além disso, apresento brevemente uma discussão da atuação do Estado brasileiro neste campo por meio da chamada regulação da mídia, com a produção de normas reguladoras e políticas públicas na área da comunicação. Esta contextualização se faz necessária, uma vez que o Estado se apresenta como principal interlocutor dos movimentos sociais de comunicação para uma possível democratização dos meios de comunicação. Faço também considerações teóricas sobre os conceitos de mídia alternativa, mídia radical e mídia livre. Esta reflexão dialoga com a práxis dos movimentos estudados. Ao longo desta seção, são também explorados conceitos de Gramsci, fundamentais para o entendimento da atuação da mídia como um todo, e também dos grupos aqui estudados.

Esta seção demonstra a importância e a necessidade de uma mídia alternativa e independente, capaz de produzir informação plural, garantindo a voz de minorias, e de

fato representando a diversidade cultural da região. O argumento aqui presente é que apenas será possível enfrentar a situação oligopólica vivida pelos meios de comunicação brasileiros e latino-americanos com a produção de narrativas contra-hegemônicas. Esta ideia é reforçada por Dênis de Moraes (2009), que aponta a inconsistência entre a concentração da mídia e os valores pluralistas da democracia:

Se poucos controlam a informação, não é possível a democracia; deve-se garantir o pluralismo informativo e cultural, pois é inadmissível a exclusão de importantes setores do rádio e da televisão; necessitamos de meios públicos fortes, a serviço de todos e não dos governos de turno; o direito à comunicação é um direito humano fundamental. (MORAES, 2009:191)

A mídia possui, desde seu surgimento, um papel relevante nas sociedades, por conta de sua capacidade de influenciar a opinião pública, estabelecer consensos (e dissensos), formar ou não agendas públicas e estatais, participando das disputas políticas da sociedade, e de maneira geral, atuando diretamente na construção de hegemonias. Conforme Fonseca (2004):

[...] a mídia promove a intermediação entre as esferas pública e privada, o que implica a atuação de atores privados mediando seja outros interesses privados, seja (principalmente) interesses públicos, coletivos, o que significa uma grave ambiguidade tendo em vista a própria mídia pertencer à esfera dos interesses privados, a começar por seu caráter empresarial. Além disso, em razão de, por um lado, haver um consenso teórico e histórico de que a mídia possui poder – de formar opinião e imagens, de influenciar agendas e os poderes constituídos – e de que, por outro lado, todos os poderes necessitam de anteparos, deve-se questionar quais são os controles democráticos existentes ao poder da mídia. (FONSECA, 2004:13)

Ao tratar da mídia, Fonseca (2004:14) utiliza o conceito de Gramsci de “aparelhos privados de hegemonia” para compreender as formas de atuação da mídia, uma vez que ela possui autonomia em relação ao Estado, e atua ativamente na construção de consensos (e dissensos) na sociedade. Encaixam-se também nessa categoria os partidos políticos, os sindicatos, os movimentos sociais, a escola, a Igreja, dentre outros.

É importante demarcar que os grandes órgãos de comunicação historicamente apresentam as mesmas características das empresas privadas - e devido à globalização, as mesmas características das corporações. Portanto, enquanto organizações privadas

inseridas no sistema capitalista de produção, estes grupos e grandes conglomerados objetivam o lucro e a geração de dividendos para seus acionistas, transformando a informação em mercadoria, e atuando sob marcos de uma suposta competição de mercado. No entanto, a notícia possui uma especificidade ausente nos outros tipos de mercadoria, já que além de informar as pessoas, ela possui uma grande capacidade de causar danos às pessoas, instituições e grupos sociais, uma vez que ela se torna responsável pela produção das narrativas dos acontecimentos e fenômenos sociais.

Além de sua característica empresarial, os veículos de comunicação hegemônicos trabalham no que Herman e Chomsky (1994) chamam de um “modelo baseado em propaganda”. Para os autores, este modelo tem como base a desigualdade de renda e poder, e possui uma miríade de efeitos nas escolhas e interesses na mídia de massa, de forma que o poder financeiro é capaz de filtrar quais notícias devem ou não ser produzidas, de forma a marginalizar qualquer possibilidade de dissenso. Os filtros são: “(1) o tamanho, a propriedade concentrada, a riqueza dos proprietários, e a ação orientada para o lucro das empresas da mídia de massa; (2) propaganda como fonte principal de recursos da mídia de massa; (3) a dependência da mídia em informações fornecidas pelo governo, empresas e especialistas financiados e aprovados por estas fontes primárias e agentes do poder; (4) ‘boicote’ como forma de disciplinar a mídia; e (5) “anticomunismo” como uma religião nacional e mecanismo de controle¹⁵” (HERMAN, CHOMSKY, 1994:2). Para os autores, esses elementos interagem entre si e se reforçam, de forma que a produção jornalística dos grandes meios de comunicação não permite vozes alternativas ou narrativas que andem na direção contrária dos interesses das elites econômicas e políticas. Apesar dos filtros serem datados no período da Guerra Fria (por exemplo, os autores imputam ao anticomunismo como um desses filtros), muitos deles ainda são capazes de explicar a realidade, especialmente a utilização da propaganda como principal fonte de recursos. Da mesma forma que os grupos de comunicação alternativa da atualidade são fragilizados por questões econômicas, como será observado posteriormente, este modelo têm sistematicamente contribuído com a redução e desaparecimento da imprensa da classe trabalhadora e

¹⁵ Tradução própria. Do original: “(1) the size, concentrated ownership, owner wealth, and profit orientation of the dominant mass-media firms; (2) advertising as the primary income source of the mass media; (3) the reliance of the media on information provided by government, business, and ‘experts’ funded and approved by these primary sources and agentes of power; (4) “flak” as a mean of disciplining the media; and (5) “anticommunism” as a national religion and control mechanism.”

meios de comunicação populares e contra-hegemônicos. (HERMAN, CHOMSKY, 1994:14)

O caráter econômico dos meios de comunicação já era observável no período em que Gramsci escreveu seus Cadernos do Cárcere. O autor italiano aponta que o papel dos jornais ultrapassa a esfera da ideologia, e afirma existirem determinações econômicas e financeiras nas quais os meios de comunicação, enquanto empresas, buscam agregar um grupo de consumidores para assegurar sua rentabilidade e existência. A junção entre os componentes ideológicos com estes componentes socioeconômicos formam o “jornalismo integral”, o jornalismo que “pretende também criar e desenvolver estas necessidades e, conseqüentemente, em certo sentido, gerar seus público e ampliar progressivamente sua área” (GRAMSCI, 2000:197)

Mídia como direito humano

Uma das bases políticas da construção da mídia é o conceito de liberdade de expressão. Reconhecido como um direito fundamental, a liberdade de expressão é essencial tanto no plano individual como também para que demandas sociais sejam vocalizadas pela sociedade, e desta forma, direitos sejam garantidos, protegidos e demandados. Trata-se de um direito complexo, que não é absoluto, uma vez que pode ser limitado para proteger interesses públicos (como questões de segurança nacional) ou particulares (como a privacidade de um cidadão) (MENDEL e SALOMON, 2011:9), e protege tanto o direito de quem produz informações, como de quem as recebe. No entanto, qualquer limitação à liberdade de expressão deve ser feita de forma cuidadosa e restrita, e servir a um fim legítimo, que deve se provar necessário (BARBOSA, 2013:27), com objetivo de evitar abusos por parte do Estado, como já feito em épocas de ditaduras civis e militares, governos totalitários e autoritários. Muito se fala dos abusos por parte do Estado em relação à liberdade de expressão, mas o mesmo pode ser dito em relação ao mercado, uma vez que pequenos grupos de grandes corporações dominam os mercados da informação, a não pluralidade do que é narrado é entendido como outra forma de ferir a liberdade de expressão. Nas palavras de Pascual Serrano:

[...] a mídia não exerce o direito à liberdade de expressão, mas o direito à censura, na medida em que decide o que nós, cidadãos, vamos conhecer e o que não. Em uma democracia de verdade, o cidadão não pode ficar nas mãos de empresas de comunicação privadas sem participação democrática, como acontece habitualmente. Ele deve ser assegurado o direito de informar e ser

informado. Em síntese, no atual sistema de mercado não são os governos que aplicam a censura, são os meios de comunicação. (MORAES, RAMONET, SERRANO, 2013:78)

No Brasil, a garantia à liberdade de expressão é um fenômeno relativamente novo - os direitos de comunicação foram estabelecidos apenas na Constituição de 1988, como mostra seu artigo 220, que proíbe restrições à liberdade de expressão: “a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição”. Para além da liberdade de expressão, a comunicação como um todo tem sido reconhecida internacionalmente como um direito humano fundamental, em acordos e tratados como a Convenção Americana sobre Direitos Humanos (1969), a Convenção Europeia dos Direitos Humanos (1950) e a Carta Africana dos Direitos Humanos e dos Povos (1981), dentre inúmeros outros. De acordo com o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948):

Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras. (Declaração Universal dos Direitos Humanos, artigo 19)

Deve-se atentar que o próprio conceito e alcance da liberdade de expressão apresentam valores em disputas na sociedade. Visões de cunho liberal, usualmente adotadas pelas grandes corporações de mídia, tendem a adotar um discurso no qual a liberdade de opinião e expressão se restringe unicamente à liberdade de imprensa, usualmente com o objetivo político de legitimar sua forte resistência a qualquer tentativa de regulação da mídia e de seus mercados por parte do Estado, e também de qualquer controle social demandado pela sociedade. No entanto, a mídia se apresenta num papel bastante distinto de outras áreas da vida social, pelo fato de não só formar a opinião pública, como também representar interesses privados do mercado. Como colocado por Fonseca (2004):

[...] a mídia promove a intermediação entre as esferas pública e privada, o que implica a atuação de atores privados mediando seja outros interesses privados, seja (principalmente) interesses públicos, coletivos, o que significa uma grave ambiguidade tendo em vista a própria mídia pertencer à esfera dos interesses privados, a começar por seu caráter empresarial. Além disso, em razão de, por um lado, haver um consenso teórico e histórico de que a mídia

possui poder – de formar opinião e imagens, de influenciar agendas e os poderes constituídos – e de que, por outro lado, todos os poderes necessitam de anteparos, deve-se questionar quais são os controles democráticos existentes ao poder da mídia. (FONSECA, 2004:13)

Muito para além da liberdade de imprensa, a liberdade de expressão deve ser entendida como o direito de receber e/ou produzir informações plurais, que representem a diversidade e a complexidade da sociedade, valorize e dissemine as diferentes culturas e costumes locais, cujo objetivo final não seja necessariamente o lucro econômico ou a conquista de audiências, mas uma representação plural da vida social. Esta concepção tira as audiências¹⁶ do papel passivo de espectador, e garante que todas e todos possam se expressar sem interferências políticas ou econômicas, o que faz com que a universalização ao acesso à bens tecnológicos seja cada vez mais importante, especialmente com o advento das novas tecnologias da informação e da comunicação, principalmente da Internet.

Conforme a Carta Mundial da Mídia Livre¹⁷, produzida por coletivos, grupos, organizações, comunicadores e ativistas para o 4º Fórum Mundial de Mídia Livre, realizado nos marcos do Fórum Social Mundial 2015, uma série de pontos são necessários para uma mídia mais democrática, como a (1) garantia da “liberdade de expressão para todas e todos, o direito à informação e à comunicação e o acesso livre ao conhecimento são direitos humanos fundamentais”; (2) a democratização da “informação e a comunicação é uma condição fundamental para a participação e o exercício da democracia”; (3) a “informação e a comunicação são essenciais para as mobilizações e lutas em defesa dos direitos humanos; e finalmente, (4) “a informação e os canais de comunicação são bens comuns”, ou seja, seu uso e gestão devem garantir o interesse público e a pluralidade da sociedade, e deveria abandonar os modelos construídos a partir da ideologia de mercado.

Concentração midiática no Brasil e no mundo

Na América Latina, a mídia foi historicamente dominada por poucas famílias, cujos interesses econômicos se confundem com a história política da região. Com a globalização, uma série de tendências internacionais passam a vigorar na região, como a

¹⁶ O conceito de audiências (no plural) redefine a ideia de consumidores de mídia para usuários de mídia. Conforme Downing, esse conceito coloca as audiências como “ativas em vez de acríicas, como variadas em vez de homogêneas, então o termo pode se libertar de grande parte de sua bagagem puramente mercadológica” (DOWNING, 2004:40)

¹⁷ A Carta está disponível em <http://intervozes.org.br/carta-mundial-da-midia-livre/>

disseminação das televisões à cabo e por satélite, e a transformação (ou incorporação) das grandes empresas familiares em corporações multimídias transnacionais. Ainda segundo Matos (2013):

O aspecto negativo da globalização da mídia é o seu efeito na produção de desigualdades dentro do continente. As políticas de liberalização na região facilitaram a criação de conglomerados gigantes da mídia na América Latina. [...] Os meios de comunicação na região viram, portanto, uma mudança da tradição da propriedade familiar para a de corporações internacionalizadas. (MATOS, 2013:75)

Apenas a título de exemplo, as quatro maiores empresas de mídia e entretenimento da região (Globo do Brasil, Televisa do México, Cisneros da Venezuela, Clarín da Argentina) retêm 60% do faturamento total dos mercados e das audiências. A pesquisa “Mídia Dados Brasil 2015¹⁸”, produzida pelo Grupo de Mídia de São Paulo, apresenta o panorama da concentração midiática no Brasil. No setor televisivo, a Rede Globo é capaz de chegar a 98,6% dos municípios brasileiros, o SBT a 85,7%, a Record a 79,3%, a Bandeirantes a 64,1% e a Rede TV a 56,7%. Além das cinco gigantes, nenhuma outra emissora de televisão chega a mais de 10% dos municípios brasileiros. Trata-se claramente de uma capacidade de alcance absurdamente desigual. Além do alcance, a concentração no setor televisivo também se dá em relação a audiência: no ano de 2014, a Rede Globo obteve uma média de 37,8%, o SBT de 13,4%, e a Record de 13,1%. Com uma audiência menor, a Band teve 5,1% e Rede TV! Teve 1,7%. Todas as outras emissoras existentes no país apenas 28,9%. A pesquisa apresenta também alto grau de concentração na TV paga, na qual as quatro principais operadoras (Claro/NET/Embratel; SKY; Oi e Telefônica/GVT) controlam 91,69% do número total de acessos. Este quadro se agrava quando a pesquisa apresenta que estes gigantes veículos de comunicação, que além da televisão aberta, trabalham também com rádio, jornais e revistas, são controladas por menos de dez famílias: os Marinho (Organizações Globo), Abravanel (SBT), Saad (Rede Bandeirantes), Sirotsky (RBS), Civita (Editora Abril), Frias (Folha de S. Paulo), Mesquita (O Estado de S. Paulo), e também pela Igreja Universal do Reino de Deus (Record) e pela Igreja Católica (Rede Vida).

Estes dados gritantes que foram expostos acima representam os dados oficiais da concentração midiática no Brasil, ou seja, aqueles que de certa forma, atuam nos limites da legislação vigente. No entanto, existe uma série de outras formas de

¹⁸ Disponível em <http://gm.org.br/midia-dados/2015>

concentração, conforme apresentado pelo Coletivo Intervozes (2015), sendo eles: (a) a utilização de “laranjas”, ou seja, pessoas fantasmas que se colocam como proprietárias ou acionistas de meios de comunicação, mas na realidade são fachada para os grandes grupos empresariais; (b) arrendamento e transferências ilegais, ou seja, a transferência direta ou indireta de concessões e permissões, por exemplo, em emissoras como a Rede 21 e a GNT, no qual quase 92% do tempo total da programação são comercializados, no qual os principais contratantes são empresas de publicidade e igrejas; e, finalmente, (c) a transferência direta, ou seja, “quando uma pessoa jurídica passa para outra a outorga para prestação de serviços - ou indireta - que ocorre no caso de mudanças no controle de fato, mas não na pessoa jurídica” (INTERVOZES, 2015, p. 29-30).

O Intervozes (2015) trabalha também com o conceito de “coronelismo eletrônico”, uma prática que além de ilegal, representa um dos maiores usos políticos dos meios de comunicação em benefício das elites econômicas e políticas:

O termo “coronelismo eletrônico” é uma referência às oligarquias que controlavam a riqueza e o voto da população a partir do domínio da terra e da influência política. Embora se baseie em condutas arcaicas, a apropriação das concessões por políticos segue sendo um problema atual. Na legislatura passada (2010 – 2014), eram 40 os parlamentares federais que controlavam diretamente emissoras de radiodifusão. Na que foi iniciada em 2015, são ao todo 44, sendo 9 senadores e 35 deputados. (INTERVOZES, 2015, p. 33-34)

A concentração regional reflete também a concentração global dos meios de comunicação, conforme demonstra Goes (2006):

As agências de notícias de âmbito nacional, que restringem a cobertura jornalística a seus países, atuam globalmente na geração e troca de informações dentro de um sistema mundial de mídia controlado por quatro grandes agências privadas ocidentais - Agence France-Presse (AFP), Associated Press (AP), United Press International (UPI) e Reuters - e pelas duas principais agências estatais - Itar-Tass (Rússia) e Xinhua (China). As agências nacionais freqüentemente servem como funis das notícias locais para as grandes agências mundiais, que estão concentradas nos países mais desenvolvidos do planeta . (GOES, 2006:3)

Esta situação oligopólica vivida pelos meios de comunicação brasileiros, latino-americanos e mundial tem uma série de consequências imediatas no tipo de informação que é produzida e circulada, quais grupos e interesses são representados nessa

informação, e quais vozes são impulsionadas ou silenciadas neste processo. Uma dessas consequências é a ausência de representatividade e diversidade regional – de acordo com a pesquisa “Produção regional na TV aberta brasileira: um estudo em 11 capitais” (Observatório do Direito à Comunicação. 2009), quase 90% dos conteúdos veiculados pelas afiliadas das redes de televisão no Brasil são produzidos pela “cabeça-de-rede”, ou seja, pelas sedes de produção jornalística e cultural de cada veículo, de forma o resultado é uma programação centralizada no eixo Rio-São Paulo, com pouco ou nenhum espaço para a disseminação da cultura local (INTERVOZES, 2015, p. 24). Esta prática utilizada por todos grandes grupos de comunicação acaba com qualquer possibilidade de garantir a pluralidade e a diversidade cultural, regional, indentitária, e tantas outras contidas na sociedade. Conforme Machado, Magri e Masagão (1986), em seu texto sobre as rádios comunitárias:

[...] deve haver espaço também para outras modalidades de exploração, mais democráticas e que permitam engajar a iniciativa da própria comunidade atingida pelos meios. Nesse espaço alternativo podem caber, por exemplo, emissoras ligadas a grupos de produção cultural, a grupos de intervenção social, às minorias étnicas, culturais ou sexuais, aos partidos políticos, às comunidades locais e também aos amantes do rádio e da TV para aí realizarem experiências renovadoras da linguagem. O leque de opções, enfim, deve ser tão amplo quanto a diversidade dos cidadãos. (MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1986:17-18)

Além da reduzida diversidade, a concentração midiática permite também uma maior possibilidade de violação de direitos humanos. A inconsequência frente às leis promovidas pelas grandes redes de comunicação no país, somada às visões hegemônicas de sociedade que elas reproduzem, agridem diariamente grupos minoritários e subalternos da sociedade, que não possuem espaços próprios de produção de comunicação, ou simplesmente não são contemplado nas programações regulares, e quando são, o são de formas preconceituosas e estereotipadas:

[...] uma breve análise do conteúdo veiculado pelas principais emissoras de rádio e televisão revela um alto índice na violação de direitos humanos, sobretudo de setores já marginalizados na sociedade [mulheres, população de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transgêneros (LGBT), negras e negros, crianças e adolescentes, população idosa, pessoas com deficiência, povos e comunidades tradicionais]. São frequentes os casos de propagandas preconceituosas, programas religiosos que fazem pregações contra religiões

de matriz africana e conteúdos machistas e homofóbicos nas atrações ditas humorísticas. (INTERVOZES, 2015, p. 44-45)

Da mesma forma que viola direitos humanos de minorias, a concentração midiática permite a reprodução de discursos hegemônicos pelas grandes corporações de mídia – elas ditam quais valores devem ser defendidos pela sociedade, quais comportamentos são permitidos, apresentam visões únicas sobre questões simbólicas e estruturais de visão do mundo. Esta denúncia pode ser observada na Carta Mundial da Mídia Livre:

Constatamos que a produção de conhecimento e a difusão de informações pelos meios hegemônicos estão subordinadas aos poderes políticos e econômicos. Os meios comerciais reproduzem um sistema de valores e de compreensão do mundo em crescente dissonância das reais necessidades da população e de grupos sociais já marginalizados. Nos últimos 20 anos, com a concentração da mídia e o desenvolvimento transnacional de redes de telecomunicações em todas as partes do mundo, o poder dos atores tradicionais da comunicação se ampliou. A grande mídia se tornou o vetor hegemônico de construção de sentidos, de subjetividades e da opinião pública, instaurando uma lógica de mercantilização da cultura e da linguagem e podendo se tornar um fator de desestabilização em diferentes regiões do mundo. De modo mais profundo, percebemos que o modo de comunicar da mídia hegemônica contribui para a exacerbação dos problemas que o mundo atravessa atualmente nos planos cultural e político. Ela homogeniza e monopoliza onde se deveria valorizar a diversidade, favorecer a participação, a colaboração com uma construção coletiva de conhecimento e compreensão do mundo. Ela se organiza em torno do factual, do interesse particular e do valor comercial onde se deveria compreender os processos sociais em sua temporalidade e profundidade, e promover o interesse público. (Carta Mundial da Mídia Livre, 2015)

Esta situação oligopólica vivida pelos meios de comunicação poderá somente ser superada por meio da regulação estatal, que permita o surgimento de veículos de comunicação independentes, capazes de produzir informação plural. Esta ideia é reforçada por Dênis de Moraes (2009), que aponta a inconsistência entre a concentração da mídia e os valores pluralistas da democracia:

Se poucos controlam a informação, não é possível a democracia; deve-se garantir o pluralismo informativo e cultural, pois é inadmissível a exclusão de

importantes setores do rádio e da televisão; necessitamos de meios públicos fortes, a serviço de todos e não dos governos de turno; o direito à comunicação é um direito humano fundamental. (MORAES, 2009:191)

O papel do Estado na comunicação

A atual situação de desregulamentação da propriedade dos meios de comunicação, e quase ausência de políticas públicas no setor, faz com que os direitos humanos à comunicação deixem de ser efetivados. Conforme Zylbersztajn (2008:42), a regulação dos meios de comunicação tem como objetivo salvaguardar estes direitos, e sua efetivação se dá com a atuação estatal positiva, estabelecendo regras para que diversas atrizes e atores possam participar da comunicação social, garantindo a pluralidade necessária a democracia, uma vez que um mercado desregulado não apresenta formas pelas quais os cidadãos possam se expressar.

A regulação da mídia é reforçada pelo fato dos meios de comunicação terem ganhado de forma crescente importância na vida pública da sociedade, e no seu papel de produção de narrativas para informar a população sobre os mais variados assuntos. Esta intermediação da vida social pela mídia levou à criação de uma esfera pública, como descrita por Raboy (2005):

O pensamento convencional sobre os meios de comunicação de massa no século XX enfocou a capacidade das organizações de mídia desempenharem um papel na democratização das sociedades, ao criarem uma esfera pública por meio da qual as pessoas poderiam ser fortalecidas para tomar parte nos assuntos cívicos, no fortalecimento das identidades nacional e cultural, na promoção de expressões criativas e do diálogo. Em quase todos os setores nos quais a mídia era vista como essencial para esses valores, alguma forma de intervenção governamental era profundamente necessária para capacitar e facilitar o papel da mídia. (RABOY, 2005:183)

Inicialmente, é preciso deixar claro que a regulamentação da mídia é algo que ocorre nos países centrais há muito tempo. Por exemplo, o órgão que regulamenta a comunicação nos Estados Unidos, o Federal Communications Commission (FCC), foi criado em 1934. Trata-se, portanto, de atividade usual do Estado, que deve garantir o instável equilíbrio entre a formação de opinião, a influência de seus consumidores e fornecedores, e ganho de lucros (FONSECA, 2004:14). A comparação com Estados Unidos é necessária, pois conforme Matos (2013:74), o modelo de radiodifusão desenvolvido nos países latino-americanos é semelhante ao estilo comercial e de

entretenimento norte-americano, no qual as televisões, estações de rádio e jornais privados são financiados tanto por anúncios do setor privado como pelo próprio Estado. De forma semelhante, apenas poucas corporações dominam porções consideráveis do mercado, e os poucos canais públicos existentes não são prioridade para os governos locais.

É necessário salientar a diferença entre a regulamentação da mídia a partir de conceitos democráticos, que busca efetivar este direito humano, por meio de controles estatais e a implementação de políticas públicas que garantam a pluralidade dos meios de comunicação, do controle estatal de censura prévia e controle governamental, típico de ditaduras militares e outros regimes autoritários. Da mesma forma que diferentes projetos de mundo apresentam visões distintas sobre qual deve ser o papel nas políticas sociais, existem visões antagônicas sobre qual deve ser o papel do Estado no que diz respeito à regulamentação da mídia. Deve-se entender por política de comunicação as

[...] ações das instituições estatais de todo tipo, que, de acordo com as concepções e legitimações de cada sociedade e cada tempo histórico determinado, orientam os destinos da criação, produção, difusão e consumo de produtos comunicativos e culturais. Na atualidade, políticas de comunicação englobam também proposições e iniciativas de segmentos da sociedade civil e do setor privado. (BUSTAMANTE,2005:251-268)

Portanto, entende-se como dever do Estado garantir a produção de políticas públicas e a criação de mecanismos democráticos de regulação que reforcem a comunicação como um direito fundamental, não apenas implementando padrões de neutralidade, minimizando a manipulação política e econômica dos meios de comunicação (MATOS, 2013:65), como também garantido a “universalização de acessos, de proteção do patrimônio cultural intangível, de usos educativos e comunitários das tecnologias” (MORAES, RAMONET e SERRANO, 2013:49). Estas noções dialogam com a retomada do papel do Estado na vida social, conforme Moraes:

[...] a diversificação dos sistemas de comunicação insere-se numa moldura mais ampla, de revigoração da esfera pública e do papel regulador e ativo do estado na vida social. Esse papel não deve ser confundido com excesso de intervencionismo oficial ou com dirigismo ideológico-cultural na escolha de projetos financiados por fundos públicos, pois embutiria o risco de inibir manifestações criativas e autônomas, ou mesmo de comprometer políticas de diversidade. Nesse sentido, cumpre manter nítidas as fronteiras entre as ações governamentais e os veículos comunitários e alternativos, de modo a

harmonizar a sustentabilidade financeira e a proteção legal a tais canais com independência dos grupos sociais que os operam – por mais que, eventualmente, possa haver afinidade com as plataformas políticas estatais. (MORAES, 2009:203)

Nos governos latino-americanos das últimas décadas, a questão da comunicação tem sido encarada de forma estratégica, mesmo que nem sempre atendendo às mudanças estruturais. Para Moraes (2009), o caráter estratégico da comunicação não se dá apenas para formação da opinião pública e de consensos sociais, mas principalmente para a:

[...] soberania nacional, o desenvolvimento cultural, a integração regional e a cooperação internacional. Por conseguinte, é essencial a participação do poder público nos sistemas de informação e difusão de cultural, através de providências articuladas que resultem na renovação de leis e marcos regulatórios das outorgas de rádio e televisão; na descentralização dos canais de veiculação; no apoio a produções audiovisuais independentes; em maior equanimidade nos acessos ao conhecimento e às tecnologias; na geração e distribuição de conteúdos regionais e locais sem fins comerciais. (MORAES, 2009:116)

Uma série de iniciativas foi tomada no âmbito da comunicação na região, como a criação de marcos legais que buscam evitar práticas monopólicas e a concentração dos veículos de comunicação, e garantam maior controle público e transparência na concessão de rádios e televisões; a reorganização da comunicação estatal por meio da criação de televisões e rádios públicas ou estatais; o apoio e fomento à produção de mídias alternativas e comunitárias por meio de novos modelos de gestão e financiamentos públicos (MORAES, 2009: 119-120); a valorização da cultura de povos historicamente marginalizados na região – como povos indígenas, população negra, mulheres, e tantos outros; a criação de leis que desenvolvam as indústrias audiovisuais da região; e a ampliação do acesso às novas tecnologias de informação e comunicação. Mesmo que não representando mudanças estruturais dos sistemas de comunicação, estas políticas públicas dialogam diretamente com as demandas colocadas pelos movimentos sociais de comunicação.

Apesar de um possível otimismo que o panorama geral das medidas tomadas pelos governos progressistas da América do Sul possa nos trazer, o caso brasileiro ainda é de defasagem de mecanismos regulatórios, e quando estes existem, simplesmente não são aplicados. Para além da Constituição Federal de 1988, que enumera princípios e

garantias referentes ao direito à comunicação, a legislação vigente no país data da década de 60¹⁹. Além de datados, estas regulamentações têm sido aplicadas historicamente em favor dos interesses das elites econômicas e políticas do país:

Os interesses privados incidiram diretamente na regulação do setor midiático, ao longo da história do Brasil. O Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), de 1962, foi bastante influenciado pelas empresas, que à época se organizaram em torno da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), até hoje atuante com grande força política. (INTERVOZES, 2015, p. 16)

O panorama da concentração midiática aponta a urgência e a necessidade da atuação do Estado no campo da comunicação, seja por meio da regulação e regulamentação dos veículos de comunicação já existentes, ou por meio do fomento e incentivo a uma produção midiática que garanta a representatividade e diversidade regional, de gênero, racial, dentre outras.

Potencialidades e limitações da Internet

A disseminação das tecnologias da informação e comunicação, especialmente da Internet, tem gerado um interessante e polêmico ponto de debate. É inegável o potencial que a rede possui de multiplicar vozes, romper barreiras geográficas e temporais, garantir a pluralidade de informações, e de fato criar uma forma de comunicação na qual seus “usuários tem a chance de atuar, simultaneamente, como produtores, emissores e receptores de ideias e conhecimentos, dependendo de habilidades técnicas e lastros culturais” (MORAES, 2009:239). No entanto, é necessário um olhar crítico que permita enxergar os limites da rede, como o alcance limitado da tecnologia à todas as pessoas, especialmente às classes subalternas; o fato dos sites dos grandes meios de comunicação convencionais (rádio, televisão e jornais impressos) ainda serem os mais acessados e com maior alcance na rede, padecendo das mesmas críticas possíveis da mídia hegemônica off-line; e também o surgimento das novas grandes corporações midiáticas, como Google e Facebook, que garantem uma ilusão de liberdade na web.

¹⁹ Os principais códigos legais que regulamentam a questão da comunicação no Brasil são: Constituição Federal de 1988 (Capítulo V), Regulamento dos Serviços de Radiodifusão (Decreto nº 52.795/1963), Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117/1962), e Regulamento dos Serviços de Radiodifusão (Decreto Nº 52.795 /1963).

De acordo com a “Pesquisa Brasileira de Mídia 2015”²⁰, elaborada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, apenas 48% das brasileiras e brasileiros fazem uso da Internet (sendo 37% fazem isso todos os dias), e os recortes raciais, de gênero e regionais ampliam esta desigualdade quando comparadas com as classes médias dos grandes centros urbanos. Este relevante dado significa que mais da metade da população brasileira não acessa a rede mundial de computadores, o que representa um claro limite para o potencial emancipador e democratizante da Internet, e também evidencia que estes outros 52% ainda recebem suas informações diárias jornalísticas e culturais pelos meios de comunicação convencionais, o que torna ainda mais necessária a regulação e democratização destes. Ainda, é necessário o desenvolvimento de políticas públicas que garantam o acesso público, seguro, e acessível à Internet, conforme coloca Moraes (2009):

Não será fácil reverter a infoexclusão de populações de baixa renda. O universo dos usuários, por mais que venha aumentando exponencialmente em vários países, não corresponde à totalidade social, que é contraditória e desigual. Há grave assimetria entre o crescimento das fontes tecnológicas de informação e a capacidade de inclusão da base da sociedade nos novos cenários. A universalização de acessos depende, entre outras coisas, de políticas públicas que intensifiquem os usos sociais, culturais, educativos e políticos das tecnologias; do desenvolvimento de infraestruturas de rede em banda larga; de investimentos públicos consequentes; do barateamento de custos teleinformáticos; de formação educacional específica. (MORAES, 2009:256)

Mesmo com estas limitações, é evidente o potencial transformador que a Internet possui, como reconhecida pelos próprios movimentos midialivristas, ao afirmarem que “vivemos nos últimos anos o surgimento de novas potencialidades de compartilhamento e difusão de conhecimento em quase todos os países do mundo” (Carta Mundial de Mídia Livre, 2015), e como estas potencialidades garantem o surgimento e multiplicação de grupos que defendem as mídias livres para além das fronteiras dos Estados nacionais. A rede tem servido também como plataforma de movimentos sociais, como colocado por Moraes (2009) ao estudar redes alternativas de notícias surgidas na Internet, que dialogam em diversos aspectos com os grupos aqui estudados:

²⁰ Disponível em <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>

Nosso ponto de partida é o reconhecimento de que a Internet se apresenta como mais uma arena de lutas e disputas pela hegemonia no interior da sociedade civil. Examinamos aqui práticas comunicacionais viabilizadas pelo desenvolvimento de tecnologias digitais que exprimem visões contra-hegemonicas. [...] Concentramos o olhar em dinâmicas editoriais que, rejeitando os controles ideológicos da mídia convencional, recorrem à ambiência descentralizada da rede mundial de computadores. Web-mídias e redes por nós estudadas objetivam construir uma ordem social fundada na partilha das riquezas, nos direitos da cidadania e na diversidade cultural. Procuram dar visibilidade à contestação à ideologia mercantilista da globalização, realizando intenso trabalho de crítica e disseminação de ideias para elevar a consciência sobre o mundo vivido e trazer ao debate possibilidades de transformação. (MORAES, 2009: 231-232)

É importante entender a Internet como mecanismo e plataforma de possibilidades de transformação social, e não fim em si mesmo. A empolgação com a democratização de tecnologias que poderiam ser emancipadoras já estava fortemente presente na discussão das rádios livres, que dominou o campo dos movimentos sociais de comunicação na década de 90, que defendiam uma “reforma agrária no ar”. As potencialidades de transparência; eliminação de intermediários e intérpretes; e a possibilidade do surgimento de narrativas contadas pelas próprias pessoas eram constantemente referenciados neste debate. Da mesma forma que hoje as mídias hegemônicas pleiteiam a profissionalização do comunicador para que uma notícia seja legítima, criando uma verdadeira cisão entre quem pode e quem não pode se comunicar, e como a Internet potencializa o surgimento de outras vozes “não profissionais”, uma discussão semelhante foi travada com as rádios livres:

Os meios convencionais ditos de comunicação colocam toda ênfase no aspecto “profissional” da realização e ostentam o acabamento esmerado do produto, o padrão técnico de qualidade como valores a serem celebrados em si. O mito da competência profissional barra, mais ainda que a censura econômica, o acesso direto da comunidade às mídias, tanto mais se esse mito vem apoiado em legislação monopolizadora da atividade, imposta à sociedade para preservar os interesses de corporações. Essas mesmas mídias definem ainda o acesso aos canais de expressão pública como função do critério da autoridade, prestígio e representatividade do sujeito emissor. Em todas as circunstâncias, a emissão da mensagem é encarada como matéria do especialista: o especialista da expressão, o especialista do processamento

técnico, o especialista do conteúdo ou o porta-voz. (MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1986:30-32)

Parafraseando Guatari, que disse que “O fenômeno das rádios livres só toma seu sentido verdadeiro se o recolocamos no contexto das lutas de emancipação materiais e subjetivas” (MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1986:8), podemos dizer também que o fenômeno da Internet só toma seu sentido verdadeiro se o colocarmos no contexto das lutas de emancipação. Obviamente trata-se de uma disputa de projetos, de emancipação versus mercantilização, de expansão da pluralidade de vozes versus a manutenção dos monopólios das narrativas. De qualquer forma, a Internet se apresenta como uma importante ferramenta a ser dominada pelos movimentos sociais para construção de visões contra-hegemonicas na sociedade. Esta visão desmistifica qualquer olhar inocente sobre a rede como “Eldorado digital ou como meio capaz de suplantar o poderio midiático”. (MORAES, 2009:252-253) No entanto, como lembra o Coletivo Intervozes (2014:14), “é preciso reconhecer que dispositivos móveis e plataformas online tiveram um papel fundamental na catalisação de vontades, reivindicações e sentimentos de mobilização”.

Castells (2013:158) afirma que, com a disseminação das tecnologias da informação, a comunicação tem passado por uma profunda transformação tecnológica e organizacional, com o surgimento do que o autor chama de “autocomunicação de massa”, que é baseada em redes horizontais, interativas, localizadas na internet. O autor complementa:

Os movimentos sociais em rede de nossa época são amplamente fundamentados na internet, que é um componente necessário, embora não suficiente, da ação coletiva. As redes sociais digitais baseadas na internet e nas plataformas sem fio são ferramentas decisivas para mobilizar, organizar, deliberar, coordenar e decidir. Mas o papel da internet ultrapassa a instrumentalidade: ela cria as condições para uma forma de prática comum que permite a um movimento sem liderança sobreviver, deliberar, coordenar e expandir-se. Ela protege o movimento da repressão de seus espaços físicos liberados, mantendo a comunicação entre as pessoas do movimento e com a sociedade em geral na longa marcha da mudança social exigida para superar a dominação institucionalizada. (CASTELLS, 2013:151)

Downing (2004:70) também fala que com a atuação em rede, e na rede, a esfera pública deixa de ser uma ágora idealizada para tornar-se algo tangível entre membros de

círculos interligados, cuja comunicação mútua faz com que se relacionem em muitos níveis. Estes muitos níveis podem estabelecer convívios por afinidades com vínculos duradouros ou circunstanciais, de forma que as redes podem desempenhar um papel estratégico como elemento organizativo e articulador dos movimentos sociais (SCHERER-WARREN, 2005).

Gramsci: hegemonia e contra-hegemonia

Vários conceitos trabalhados pelo autor italiano Antonio Gramsci podem ser utilizados para entendermos as questões da mídia e dos meios de comunicação. Aqui tratarei essencialmente de sua visão sobre hegemonia e contra-hegemonia - resgatá-los se faz necessário não apenas pela sua contemporaneidade, como também para entender que estamos lidando com a disputa de visões antagônicas de mundo, colocados por atrizes e atores políticos com poder desigual²¹.

Quando Gramsci escreveu os seus Cadernos do Cárcere, a mídia italiana ainda se restringia, em comparação aos dias de hoje, a um número relativamente pequeno de jornais impressos. No entanto, os pressupostos teóricos do autor italiano contribuem muito para o entendimento da realidade atual dos meios de comunicação. De qualquer forma, o autor considera a imprensa como “a parte mais dinâmica” (no entanto não a única) da superestrutura ideológica das classes dominantes, ou seja, os meios de comunicação são aqueles que oferecem o suporte ideológico do bloco hegemônico:

Enquanto aparelhos políticos ideológicos que elaboram, divulgam e unificam concepções de mundo, jornais e revistas cumprem a função de “organizar e difundir determinados tipos de cultura”, articulados de forma orgânica com determinado agrupamento social mais ou menos homogêneo, o qual contribui com orientações gerais para exercer influência na compreensão de atos sociais. (MORAES, 2009:42)

Para entender os embates da sociedade a partir da perspectiva de Gramsci, é preciso resgatar também sua visão de Estado ampliado. O autor diz que existem duas esferas no interior das superestruturas: a (a) sociedade política, constituída pelos mecanismos pelos quais a classe ou bloco de classes dominante detém os aparelhos de

²¹ Trabalhar com os conceitos de Gramsci a partir dele mesmo foi uma escolha metodológica neste trabalho. Estou ciente de que muitas autoras e autores, como Chantal Mouffé e Ernesto Laclau, já trabalharam com os conceitos gramscianos de hegemonia de forma mais atual para a realidade social contemporânea. Não faço diálogo com estas correntes teóricas aqui, e não por uma questão conceitual, mas pelo propósito desta pesquisa, que perpassa a discussão teórica sobre hegemonia e contra-hegemonia.

coerção que garantem o monopólio legal da violência, ou seja, o “aparelho de coerção estatal que assegura ‘legalmente’ a disciplina dos grupos que não ‘consentem’, nem ativa nem passivamente, mas que é constituído para toda a sociedade” (GRAMSCI, 2000:21); e na (b) sociedade civil, composta pelas instituições que elaboram e difundem as ideologias, como as escolas, os partidos políticos, a Igreja, os meios de comunicação, dentre outros (MORAES, 2009:337-38). A sociedade política em conjunto com a sociedade civil formam o Estado em sentido amplo, ou seja, refletem suas características de coerção e de construção de hegemonia.

Desta forma, o conceito de sociedade civil é essencial para concebermos as disputas pela hegemonia:

Concebida por Gramsci como arena de luta de classes, a sociedade civil é um âmbito de múltiplas relações de poder, palco de acentuadas contradições. Daí a ideia de arena: um campo de dissonâncias, enfrentamentos e duelos, ora para reforçar o exercício da hegemonia, ora para enfraquecer os consensos estabelecidos. (MORAES, 2009:31)

Historicamente, o conceito de hegemonia foi intrinsicamente ligado à conquista da direção das sociedades por meio da coerção militar e econômica. Para Gramsci, sua visão ampliada de hegemonia trata da liderança político-ideológica e cultural de uma classe ou bloco de classes sobre as outras, consolidada em disputas sociais sobre a estrutura econômica, a organização política, e sobretudo a direção cultural da sociedade, por meio da conquista e universalização de crenças, normas morais e regras de conduta. O processo de construção de hegemonia na sociedade não se faz do dia para a noite, e se constitui por um longo processo histórico, ou seja, não se trata de “uma construção monolítica, e sim o resultado das medições de forças entre blocos e classes, traduzido formas variáveis de conservação ou reversão do domínio material e imaterial que atravessam o campo midiático, sendo por ele influenciadas”. (MORAES, 2009:19)

Conforme Gruppi (1978):

[...] uma classe é hegemônica, dirigente e dominante até o momento em que – através de sua ação política, ideológica e cultural – consegue manter articulado um grupo de forças heterogêneas, consegue impedir que o contraste existente entre tais forças exploda, provocando assim uma crise na ideologia dominante, que leve à recusa de tal ideologia, fato que irá coincidir com a crise política das forças no poder. (GRUPPI, 1978:67)

Na concepção do autor italiano, existe a necessidade de desafiar as classes dominantes por meio de visões alternativas, coerentes e convincentes sobre como a sociedade poderia se organizar (DOWNING, 2004:47).

A partir deste referencial do conceito de hegemonia, uma série de autoras e autores influenciados pelo pensamento de Gramsci desenvolveram as noções de contra-hegemonia e contra-hegemonico. A ideia da contra-hegemonia se dá nas “tentativas de contestar as estruturas ideológicas dominantes e suplantá-las com uma visão radical alternativa” (DOWNING, 2004:48). Gramsci apresenta estas tentativas como “instrumentos para criar uma nova forma ético-política” que seja capaz de emancipar as classes subalternas e retirá-las da marginalidade por meio de “ações concatenadas e permanentes, que incluam, por exemplo, enfoques ideológicos alternativos capazes de contribuir para a reorganização de repertórios, princípios e variáveis de identificação e coesão, com vistas à modificação progressiva das relações sociais e de poder” (MORAES, 2009:42).

E a partir do conceito de contra-hegemonia que os projetos dos movimentos sociais de comunicação serão analisados, conforme será discutido na próxima seção.

Polifonia de conceitos: mídia alternativa, mídia radical e mídia livre

Na tentativa de caracterizar grupos e movimentos sociais que se contrapõem à mídia hegemônica, uma série de conceitos tem sido trabalhados pela academia e pelos próprios movimentos sociais. Mais do que encontrar um “conceito ideal”, a discussão dessa polifonia de termos nos apresenta um desafio de como categorizar determinadas iniciativas de ativistas e militantes, coletivos e organizações que estão produzindo suas próprias narrativas. Trata-se de uma mídia independente? Ou de uma mídia alternativa? Como diferenciar dentre as iniciativas àquelas que apresentam posicionamentos radicais e contra-hegemonicos? E faz sentido desenvolver este tipo de diferenciação teórica, ou trata-se apenas de uma disputa simbólica de conceitos? Eles falam de fenômenos semelhantes a partir de diferentes nomes? Para tentar responder algumas destas questões, desenvolverei aqui os conceitos de “mídia alternativa”, “mídia radical” e “mídia livre”.

O conceito de “mídia alternativa” é trabalhado de forma extensiva por Chris Atton (2002), que apresenta a diversidade e variedade dos formatos da mídia alternativa, podendo ser impressa ou eletrônica, e suas diferentes perspectivas, seja a partir de blogs

individuais e zines de apenas uma pessoa, jornais de larga escala da classe trabalhadora, revistas de universidades, dentre outras (ATTON, 2002:8). A primeira questão feita pelo autor é: a mídia alternativa é alternativa à que? O autor apresenta o conceito de mídia alternativa da Comissão Real de Imprensa do Reino Unido (1977), que diz que uma publicação alternativa (1) lida com as opiniões de minorias, (2) expressa atitudes hostis perante crenças amplamente estabelecidas, e (3) abarca temas usualmente não trabalhados pela mídia convencional (ATTON, 20012:12). Mesmo que datado, estes pontos ajudam a compreender algumas características da mídia alternativa, mas ainda são muito genéricos. Dialogando com esta concepção, o Relatório MacBride²², publicado pela UNESCO em 1980, diz que a comunicação alternativa é composta por uma “série muito ampla de iniciativas, cuja característica comum é a oposição à comunicação oficial institucionalizada” e “expressar os pontos de vista de uma grande variedade de minorias sociais e culturais ou de grupos que antes viviam num gueto de comunicação”.

Para Schuman (1982:3), a mídia alternativa utiliza métodos de produção e distribuição que, juntos com uma filosofia ativista, busca criar informações rápidas que auxiliam na resposta de questões sociais emergentes por meio da ação coletiva. Moraes (2009) traz o conceito de mídia alternativa proposta pelo Foro de Medios Alternativos da Argentina, apresentada como aquela que “atua como uma ferramenta para a comunicação no campo popular, sem deixar de lado a militância social, ficando implícito que jornalistas e/ou comunicadores devem estar dentro do conflito, sempre com uma clara tendência a democratizar a palavra e a informação”. Para Moraes (2009), a mídia alternativa combate:

[...] a retórica dominante e realça-se a necessidade de intervir ideologicamente na luta de classes. Incluem-se aí projetos, experiências, veículos ligados a movimentos sociais, populares e comunitários, organizações políticas e grupos militantes comprometidos com o enfrentamento do sistema e a construção de uma hegemonia voltadas às lutas pela emancipação social [...] Esse tipo de projeto, portanto, não se esgota no plano comunicacional e estabelece vínculos com o ativismo político, visto que a produção informativa tem afinidades programáticas e entrecruzamentos

²² O Relatório MacBride, de título “Um Mundo e Muitas Vozes”, tinha como objetivo analisar problemas da comunicação no mundo e sugerir uma nova ordem comunicacional para promover a paz e o desenvolvimento humano. O relatório pode ser acessado em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>

com o conjunto mais amplo dos organismos reivindicantes da sociedade civil. Em tal prisma, a comunicação é alternativa porque se estrutura em trabalho político-ideológico, contrapõe conteúdos críticos, associa-se às mobilizações anticapitalistas, tem métodos colaborativos de gestão e formas não mercantis de financiamento. (MORAES, 2009:233)

O entendimento de Goes (2006) sobre a mídia alternativa dialoga diretamente com o exposto acima, uma vez que uma definição de mídia alternativa “só faz sentido como contraponto, ou no sentido gramsciano, contra-hegemônico a uma situação de exclusão e de busca de transformação” (GOES, 2006:1). Atton, em diálogo com O'Sullivan (1994), diz que o objetivo primordial da mídia alternativa é a promoção de uma mudança social radical, uma vez que ela “rejeita ou desafia a política institucionalizada, buscando a mudança social na sociedade, ou ao menos fazendo uma avaliação crítica de seus valores tradicionais”, e busca envolver a população (e não as elites) nos processos de produção e em suas estruturas organizacionais. O autor aponta duas características presentes nas práticas da mídia alternativa que a distingue da mídia hegemônica: (a) um processo democrático e coletivista de produção, e (b) um compromisso com a inovação e experimentação em relação à forma e conteúdo de suas produções (O'SULLIVAN, 1994:205).

Dizer que a noção de mudança social “radical” é promovida pela mídia alternativa faz com que muitos a qualifiquem como “mídia radical”. Para esta reflexão, Atton coloca duas questões: o que é radical da mídia radical? (ATTON, 20012, p. 24) Quem traz uma resposta, e mais uma série de reflexões, é Downing (2004), em seu extenso trabalho sobre “mídia radical:

Com o termo mídia radical, refiro-me à mídia – em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas. (DOWNING, 2004:21)

A mídia radical é aquela que (a) expande o âmbito das informações, da reflexão e da troca a partir dos limites hegemônicos do discurso da mídia convencional; (b) é mais sensível às vozes e aspirações dos excluídos, tendo muitas vezes relação direta com algum movimento social; (c) é uma mídia que não precisa censurar-se para atender aos interesses dos poderes estabelecidos, sejam eles estatais, econômicos ou religiosos; e (d) sua organização interna é mais democrática que hierárquica. (DOWNING, 2004:81) O conceito de mídia radical também se aproxima muito da visão da mídia

alternativa engajada na mudança social. No entanto, Downing diz que a questão valorativa do “radical” depende primordialmente do ponto de vista do observador ou ativista, uma vez que ela pode representar forças construtivas, que buscam a emancipação das classes subalternas, ou forças destrutivas, como as mídias radicais fundamentalistas, (DOWNING, 2004:27), racistas, homofóbicas, machistas, elitistas, dentre outras. O autor cria a qualificação de “mídia alternativa radical”, que parece mais complicar o embate conceitual, e pouco nos ajuda a entender os fenômenos da realidade.

No entanto, o autor faz uma ponderação interessante, que pode ser aplicada tanto para o conceito de mídia alternativa como radical (ou alternativa radical): “tudo depende do seu conteúdo e contexto”. Afinal de contas, um jornal de bairro financiado pelos poderes religiosos e políticos locais definitivamente não integram os grandes veículos de comunicação hegemônicos, mas também não promovem ou buscam uma mudança radical de questões sociais:

Assim, o contexto e as consequências devem ser nossos principais guias ao que pode ou não pode ser definido como mídia radical alternativa. As fronteiras são quase sempre indistintas. Toda tecnologia utilizada pelos ativistas da mídia radical é e sempre foi empregada principalmente para propósitos convencionais, não para os seus próprios. (DOWNING, 2004:28)

Outras características da mídia radical também dialogam com o conceito de mídia alternativa, por serem “tipicamente de pequena escala, dispõem em geral de poucos fundos, às vezes não são amplamente conhecidos” (DOWNING, 2004:29), e no âmbito de sua organização interna, serem mais democráticas do que a mídia convencional. No entanto, a definição de mídia radical de Downing amplia o conceito de mídia alternativa a partir das discussões da cultura popular, incluindo outras modalidades culturais como o teatro de rua, os grafites, a dança e a música como parte da mídia radical, e não apenas os usos radicais das tecnologias de rádio, vídeo, imprensa e Internet (DOWNING, 2004:39), denotando uma verdadeira “multimídia radical”.

Apesar desta visão ampliada, fato é que as distinções entre mídia alternativa e mídia radical variam primordialmente em questões pontuais e específicas de diferentes correntes teóricas. Na prática, as duas falam de fenômenos sociais muito parecidos, e ambas buscam diferenciar as práticas alternativas e radicais daquelas consideradas convencionais, buscando sempre algum tipo de emancipação social e mudança

disruptiva. Quem dialoga diretamente com esta visão, e talvez seja a mais adequada para explicar os fenômenos sociais, seja o conceito de “mídia livre”. Não porque suas definições conceituais e sua carga teórica são as que melhor explicam a realidade, mas pelo fato deste ser o termo adotado pelos próprios movimentos sociais do campo da comunicação para definirem a si mesmos. E esta é uma autodefinição que dialoga diretamente com os conceitos de mídia alternativa e mídia radical.

Uso aqui novamente a Carta Mundial de Mídia Livre, produzida no escopo do Fórum Mundial Social, que apresenta a consciência de que:

[...] o termo “mídia livre” remete a diferentes interpretações em função de diversas realidades linguísticas e culturais. Nós o escolhemos, antes de mais nada, porque ele nos reúne em torno de práticas comuns, baseadas na busca por autonomia diante das lógicas comerciais ou estatais, na luta contra todas as formas de dominação e no desejo de garantir espaços de expressão abertos. Queremos construir modelos econômicos solidários e sustentáveis. (Carta Mundial da Mídia Livre, 2015)

A mídia livre é alternativa, pois busca independência e faz um contraponto frente ao Estado, ao mercado, e aos demais poderes estabelecidos, como religiosos, ideológicos, e à própria mídia hegemônica, por meio de novas práticas comunicacionais, multimídia, que contempla diferentes estruturas organizacionais e de financiamento não pautados pela acumulação “das lógicas do lucro e do mercado que caracterizam a mídia hegemônica”. A mídia livre também é radical, pois busca promover mudanças sociais emancipadoras:

Nossas lutas constituem um aporte essencial para os direitos humanos e as lutas contra a colonização, as invasões, o patriarcado, o sexismo, o racismo, contra o neoliberalismo e todas as formas de opressão e fundamentalismo. Nós nos mobilizamos contra as manifestações de violência na internet e em outras mídias, sobretudo contra as violências de gênero e contra as minorias sexuais. (Carta Mundial da Mídia Livre, 2015)

Além de um projeto radical de transformação social, a mídia livre tem como objetivo ampliar o número de vozes, valorizar a diversidade de expressões e visões de mundo, apresentando narrativas que “valorizam a diversidade de imaginários, de identidades e expressões culturais, em oposição ao reforço dos padrões de beleza e comportamentos impostos aos povos”. Ainda dialoga diretamente com outros

movimentos do campo da cultura digital e da soberania tecnológica, como o movimento do software livre, do copyleft e do creative commons, atuando sob premissas econômicas e organizacionais que divergem da mídia convencional. Por fim, a mídia livre é contra-hegemonica:

Essas mídias dão espaço a outras vozes e se opõem à hegemonia dos discursos utilizando canais não comerciais e não governamentais (como as rádios comunitárias, canais de televisão independentes, jornais, blogs, redes sociais, a música, a arte de rua etc). (Carta Mundial da Mídia Livre, 2015)

Portanto, estamos tratando de qual tipo de mídia? Alternativa, radical, livre? Como já dito anteriormente, estas qualificações servem primordialmente para diferenciar determinados tipos de mídia da mídia convencional, a partir de uma série de pontos: (a) atuação não ligada às lógicas do lucro e do mercado; (b) estruturas e modos de produção comunicacional mais democráticos e horizontais; (c) possibilidade da emergência de narrativas subalternas de minorias e grupos historicamente marginalizados; (d) comprometimento com transformações profundas da realidade social. Obviamente, como já apontado anteriormente, estas características precisam ser analisadas de acordo com o contexto e conteúdo de cada grupo, indivíduo, ou movimento que integra a mídia alternativa/radical/livre. Mais do que apontar qual adjetivo melhor qualifica a realidade, importante é encontrar pontos de interface e de diálogo entre os diferentes conceitos. E, para finalizar, um dos pontos mais importantes desta discussão é se estas mídias produzem de fato comunicação contra-hegemonica, cuja tarefa é “reinvidicar o pluralismo e o valor das histórias e culturas e motivar-nos a reflexão sobre o mundo vivido” (MORAES, RAMONET, SERRANO, 2013:107).

Moraes (2009) coloca que as mídias alternativas/radicais/livres podem ser entendidas também a partir do conceito de Gramsci de aparelhos privados de hegemonia, uma vez que são “organismos coletivos, de natureza voluntária e autônoma, que expressam convicções sobre a necessidade de democratização da vida coletiva e de maior pluralismo, intervindo nas batalhas hegemônicas em franca oposição ao establishment” (MORAES, 2009:232-233). O autor ainda cita dimensões da comunicação contra-hegemonica, sendo elas (a) oposição ao neoliberalismo e defesa da universalização dos direitos democráticos; (b) a descentralização informativa, dificultando a vigilância pelas instâncias de poder; (c) não submissão às diretrizes impostas pela mídia hegemônica; d) utilização de uma dinâmica virtual que incentiva interlocuções, permutas e interações; e (e) utilização dos princípios de códigos abertos e

copyleft. (MORAES, 2009:235-236) Atton (2002) também diz que a mídia alternativa apresenta relações de produção anticapitalistas, e promovem projetos de ruptura ideológica contra-hegemonicos:

Nó podemos considerar que a mídia alternativa e radical representa desafios à hegemonia, seja em uma plataforma política explícita, ou por empregar desafios indiretos através da experimentação e transformação de papéis estabelecidos, rotinas, emblemas e signos encontrados no coração da contra-hegemonia. (ATTON, 2002, p. 19)

Ou seja, o conceito de contra-hegemonia nos ajuda a entender melhor os movimentos sociais do campo de comunicação, independente se formos classificá-los como alternativos, radicais ou livres.

CONVERSAS COM MOVIMENTOS SOCIAIS DE COMUNICAÇÃO

Panorama histórico das teorias dos Movimentos Sociais

Entendendo ser necessária uma interface entre a produção acadêmica e as práticas dos movimentos sociais do campo da comunicação, esta seção busca dialogar com o debate atual das teorias dos movimentos sociais. Por que incluir os grupos de comunicação aqui estudados como integrantes de um movimento social? A categoria “movimento social” é controvertida, polifônica, e geralmente carregada mais de disputas políticas que de fato distinções conceituais. Criada por volta de 1840 para analisar os movimentos operários europeus, o conceito de “movimentos sociais” tem sido trabalhado para diferenciar as movimentações “racionais”, inicialmente das classes trabalhadoras e depois de diversos grupos que demandavam direitos, de movimentações “espontâneas”, como ações de protestos. Dialogando com o campo teórico marxista, Doimo (1995) diz:

Essa transmutação de significados, oscilante entre a determinação econômica e o papel ativo da cultura na constituição de sujeitos históricos, entre o ser racional e o ser espontâneo dos protagonistas da transformação social, tem sido historicamente alvo de acirradas polêmicas no próprio campo teórico marxista (Rossanda, 1969); e não é de se admirar que hoje, momento em que esse paradigma vem apresentando sucessivos sinais de exaustão analítica, a temática dos movimentos sociais tenha, também, entrado em profunda crise. (DOIMO, 1995:37)

A crise citada pela autora é oriunda da ausência de consenso na análise das experiências participativas e organizativas que vinham ocorrendo no Brasil desde a década de 70, a partir das discussões dos movimentos sociais urbanos. Esta crise vem sendo atualizada conforme diferentes momentos históricos, a partir de novos ciclos de lutas protagonizados por “novos atores” que entravam em cena. Conforme Gohn (2010:17), os movimentos sociais do Brasil contemporâneo são distintos, tanto na esfera global, daqueles que emergiram no final do século XIX e primeiras décadas do XX (movimentos operários, proletários e revolucionários), como também dos movimentos surgidos nos países centrais do sistema capitalista na década de 60, que ficaram conhecidos como “novos movimentos sociais”, nomeadamente os movimentos negros

de direitos civis, feministas, pacifistas, ambientalistas, etc. Na esfera regional da América Latina, os movimentos de hoje também se diferenciam daqueles surgidos nos governos populistas, daqueles de resistência à ditadura militar, como também dos movimentos que surgiram no final da década de 70 e ao longo da de 80, que demandavam o “direito a ter direitos”. A autora afirma que a nova conjuntura política e socioeconômica da região deu origem a novas formas de organização coletiva:

Esses movimentos sociais são extremamente diferenciados segundo o tipo e grau de organização, demandas, articulações, projeto político, trajetória histórica, experiências vivenciadas principalmente no plano político-organizativo, e abrangência territorial. (GOHN, 2013:17-18)

As diversas teorias dos movimentos sociais surgem, cada qual em sua época, com objetivo de explicar as formas de ação coletiva emergentes, em uma tentativa de contar uma história do presente, uma vez que “os trabalhadores, de acordo com o momento histórico e as condições objetivas e subjetivas, criaram diferentes formas de organização e objetivos de luta” (DURIGUETTO, MONTAÑO, 2011:228). O mesmo buscará ser feito aqui ao entrarmos em contato com os grupos, coletivos e organizações que atuam no campo da comunicação na cidade de São Paulo. Para tanto, será necessária a realização de um panorama histórico do desenvolvimento destas teorias nos Estados Unidos e Europa, centros tanto da produção capitalista mundial como também da produção científica, e de como estas teorias foram apropriadas para o contexto brasileiro e latino-americano, uma vez que foram criadas para explicar realidades distintas das encontradas no Sul. Portanto, o objetivo deste panorama teórico será buscar o estado da arte deste debate, para finalmente dialogar com autores brasileiros e periféricos, em uma tentativa de contribuir para a construção de um paradigma teórico brasileiro (e latino-americano) da teoria dos movimentos sociais.

Até os anos 30, as grandes correntes sociológicas buscavam explicar as relações e tensões entre capital e trabalho, e as (im)possibilidades da revolução da classe trabalhadora. Entre os anos 1930 e 1960, estas teorias se arrefeceram, e abriram caminho para novos olhares a partir de fatores existentes na sociedade moderna, como o individualismo, na qual os indivíduos estariam buscando apenas a própria satisfação e negariam projetos políticos coletivos (ALONSO, 2009:50). Desta forma, a mobilização coletiva eclodiria apenas como sinal da irracionalidade, fruto da reação das frustrações individuais nas quais as instituições não eram capazes de dar conta:

As insatisfações que geravam as reivindicações eram vistas como respostas às rápidas mudanças sociais e à desorganização social subsequente. A adesão aos movimentos seriam respostas cegas e irracionais de indivíduos desorientados pelo processo de mudança que a sociedade industrial gerava. (GOHN, 1997:24)

Nos anos 1960, as mobilizações sociais que ressurgem nos Estados Unidos e Europa não mais se orientam a partir dos conflitos entre capital e trabalho. Conforme Alonso (2009), estas mobilizações não se baseavam mais no conflito de classes, mas sim em questões simbólicas como etnia, como o movimento pelos direitos civis, gênero, através das lutas feministas, e estilos de vida, como os dos movimentos pacifistas e ambientalista:

Enquanto o movimento operário, por exemplo, buscava obter ganhos econômicos específicos da classe capitalista e pressionar os governos a tomar iniciativas políticas e legislativas que, na opinião de seus líderes, beneficiariam suas fileiras e colunas, os Novos Movimentos Sociais não perseguiam resultados materiais tão calculados. (DOWNING, 2004: 57)

Diferentemente dos movimentos revolucionários que os antecederam, estas novas mobilizações não visavam a tomada de poder do Estado, tampouco contemplavam a ideia de revolução política. Desta forma, estas novas ondas de protesto e de mobilizações civis não se encaixavam nos quadros conceituais existentes, nomeadamente o marxismo e o funcionalismo. Conforme a autora:

Tratava-se seguramente de “movimentos”, no sentido de ações coordenadas de mesmo sentido acontecendo fora das instituições políticas, mas não eram, de modo algum, protagonizadas por mobs, tampouco por “proletários”. Eram jovens, mulheres, estudantes, profissionais liberais, sobretudo de classe média, empunhando bandeiras em princípio também novas. (ALONSO, 2009:50-51)

É dentro deste contexto histórico que as teorias dos movimentos sociais são desenvolvidas. Conforme Misoczky (2009), uma das primeiras teorias que surgem para explicar a nova realidade dos movimentos sociais é a Teoria da Mobilização de Recursos (TMR), que nasce a partir dos estudos organizacionais em diálogo com a abordagem da escolha racional. Com berço nos Estados Unidos, seus autores precursores são McCarthy e Zald, que argumentavam que a decisão de agir partia muito além das frustrações pessoais, mas seria sim ato de deliberação individual, resultado de

cálculo racional entre benefícios e custos da participação. Para tanto, os indivíduos utilizariam de sua racionalidade para calcular os custos e benefícios da ação coletiva, a partir da existência (ou não) da organização dos participantes, de recursos materiais, financeiros e humanos (ALONSO, 2009:52). Desta forma, as ideologias e valores dos participantes das ações coletivas eram relegados para o segundo plano.

A racionalidade colocada pela TMR também serviria de base para fortalecer o argumento da institucionalização e burocratização dos movimentos sociais, que ao longo do tempo, criariam normas, hierarquias e divisão interna do trabalho. Fica evidente a utilização de conceitos da administração de empresas e das teorias organizacionais por esta corrente de pensamento, como por exemplo, a ideia de que vários movimentos sociais em torno de um mesmo tema compõe uma “indústria de movimento social”. Conforme Misoczky (2009):

“[...] as abordagens dominantes sobre movimentos sociais são marcadas por formulações originalmente pensadas para organizações de negócios no mercado. [...] as consequências do uso de abordagens fortemente influenciadas pela lógica empresarial como lentes para compreender movimentos orientados pela oposição a essa lógica.” (MISOCZKY, 2009:1148)

Em complemento à TMR, surge a Teoria da Estrutura de Oportunidades Políticas (TEOP), cujo foco é a estrutura do ambiente político, que oferece oportunidades e limites para ação coletiva dos movimentos sociais, ou seja, os indivíduos estarão dispostos e protestar e se mobilizar coletivamente, desde que o custo da participação seja razoável (MISOCZKY; FLORES; GOULART, 2008:6).

Na Europa, para responder às questões dos movimentos sociais da década de 60, foi desenvolvida a chamada Teoria dos Novos Movimentos Sociais (TNMS), cujos expoentes foram Alain Touraine, Alberto Melucci e Jürgen Habermas. A grande chave explicativa da TNMS para a ação coletiva foi encontrar uma interpretação cultural para os movimentos sociais. Para estes autores, uma mudança estrutural ao longo do século XX alterou a natureza do capitalismo, cujo centro teria deixado de ser a produção industrial e o trabalho, e desta forma, novos temas e agendas emergiriam (ALONSO, 2009:59). É evidente que o olhar destes autores estava voltado para o centro do capitalismo mundial, uma vez que estas alterações não foram efetivadas da mesma forma, intensidade e tempo nos países periféricos do globo.

Para Duriguetto e Montaña (2011), esta vertente, entendida como teoria acionalista, compreendia como “novo” nos “novos movimentos sociais” a sua “constituição heterogênea, compostos por identidades diversas, seu caráter não classista e sua luta que não visa a transformação social, mas a mudanças pontuais” (DURIGUETTO, MONTAÑO, 2011:310). Além disso, os Novos Movimentos Sociais não teriam seu foco de atuação no conflito entre capital e trabalho, como os movimentos que os antecederam historicamente, nem uma luta anticapitalista, de forma que sua atuação e formação dependiam menos das condições estruturais e objetivas, e muito mais a partir da existência de um conflito e das vontades subjetivas de participação social em torno desse conflito, de forma que os atores sociais centrais deixam ser o Estado e as classes. (DURIGUETTO, MONTAÑO, 2011:313-314)

Touraine chamou esta nova realidade social do capitalismo de “sociedade pós-industrial”, na qual os conflitos entre capital e trabalho, grandes motores das mudanças sociais do século anterior, teriam sido diluídos pelo papel do próprio Estado de Bem Estar social e pelas instituições democráticas, por meio da expansão de direitos pelas instituições capitalistas. Assim, a dominação e os conflitos perpassariam obrigatoriamente o campo da cultura, e desta forma, ganhariam dimensões simbólicas. (ALONSO, 2009:62). Os conflitos não estariam mais centrados em :

[...] empregadores e assalariados, mas nas dimensões culturais e simbólicas das relações sociais. É nesse sentido que valoriza a emergência dos “NMS” como atores que expressam a resistência social às diferentes formas de dominação e opressão e não só a originária da propriedade privada dos meios de produção. (DURIGUETTO, MONTAÑO, 2011:315)

Assim afirma: “a noção de movimentos sociais deve tomar o lugar da noção de classe social”, porque atualmente “não se trata mais de lutar pela direção dos meios de produção e sim pelas finalidades das produções culturais, que são a educação, os cuidados médicos e a informação de massa”, bem como a “defesa pelos direitos do homem, o direito à vida dos que estão ameaçados pela fome e pelo extermínio, a livre expressão, à livre escolha de um estilo e de uma história de vida pessoais” (DURIGUETTO, MONTAÑO, 2011:315)

Nesta sociedade, os indivíduos não mais agiriam coletivamente por meio da luta de classes, mas lutariam simbolicamente em torno de definições da boa vida. “A noção

de movimentos sociais deve tomar o lugar da noção de classe social (Touraine apud Gohn, 1997:152):

Os movimentos de classe dariam lugar, assim, a novos movimentos expressivos, simbólicos, identitários, caso do feminismo, do pacifismo, do ambientalismo, do movimento estudantil. [...] Os novos movimentos sociais seriam, então, antes grupos ou minorias que grandes coletivos. Suas demandas seriam simbólicas, girando em torno do reconhecimento de identidades ou de estilos de vida. Recorreriam à ação direta, pacífica, baseada numa organização fluída, não hierárquica, descentralizada, desburocratizada. Não se dirigiriam prioritariamente ao Estado, mas à sociedade civil, almejando mudanças culturais no longo prazo. (ALONSO, 2009:67)

Mais uma vez, é evidente que estas teorias foram desenvolvidas para explicar a realidade da ação coletiva nos países centrais, como Estados Unidos e países da Europa, visto que muitas das questões tratadas como resolvidas por estes autores era alvo de acirradas disputas políticas na América Latina. O próprio Touraine passaria a apresentar esta realidade, afirmando que aqui existiria uma combinação única entre demandas materiais e pós-materiais, ideia contestada por diversos autores que argumentavam que em qualquer período histórico os movimentos sociais combinariam demandas materiais e demandas simbólicas (ALONSO, 2009:68-70).

Ao não disputar o Estado, e tampouco buscar ganhos materiais facilmente reconhecíveis, os novos movimentos sociais levam suas disputas simbólicas para outros campos, especialmente para a formação da opinião pública da sociedade civil, e neste sentido, a mídia possui uma centralidade para eles:

Eles [os NMSs] usam a mídia e as atividades de protesto para mobilizar a opinião pública a seu favor, como forma de pressão sobre os órgãos e políticas estatais. Por meio de ações diretas, buscam promover mudanças nos valores dominantes e alterar situações de discriminação, principalmente dentro de instituições da própria sociedade civil (GOHN, 1997:125)

Ainda na Europa, novas teorias fundamentadas no marxismo surgiram para explicar os novos movimentos sociais, e um dos principais expoentes foi Castells, buscando compreender os movimentos sociais urbanos analisando as contradições estruturais do capitalismo e as expressões dos próprios movimentos dentro dos processos políticos de cada país (GOHN, 1997:190). Outros importantes autores deste campo foram E. P. Thompson e Hobsbawn, cujas análises históricas recuperam as

condições materiais de vida das classes trabalhadoras e seus movimentos sociais. Na perspectiva marxista:

[...] Estado, sociedade civil e mercado (produtivo e comercial) são esferas da mesma realidade social e histórica, portanto, todas espaços de lutas e demandas sociais, todas passíveis de conflitos e disputas. As ações sociais, e os movimentos sociais, podem se organizar em torno de demandas pontuais, e podem se desenvolver em espaços localizados, mas isso não retira o fato, nessa perspectiva, de terem vinculação com a forma dada no sistema capitalista de produção e distribuição de riqueza (fundada na relação de exploração entre as classes antagônicas, capital e trabalho), e seu acionar ter impactos (positivos ou negativos, transformadores ou mantenedores) das relações e estruturas nas esferas estatal, mercantil e da sociedade civil. Movimento social não pode, nessa perspectiva, ser pensado e compreendido de forma desvinculada da produção e do consumo, das esferas política e econômica, e do Estado e do mercado. (DURIGUETTO, MONTAÑO, 2011:324)

Outro expoente da vertente de análise marxista é Jean Lojkin, que entende os movimentos sociais como expressão das lutas de classes que surgem a partir da necessidade da formação de uma contra-hegemonia. Também analisando os movimentos sociais urbanos, Lojkin entende o Estado como produto e expressão das lutas de classes, e o espaço urbano como local e momento dessas lutas. (DURIGUETTO, MONTAÑO, 2011:329)

No Brasil, tanto as correntes teóricas norte-americanas como as europeias apresentadas acima foram recepcionadas parcialmente, com uma prevalência da visão europeia do fenômeno, por meio da TNMS. Em relação especificamente às teorias norte-americanas, Bringel (2011) questiona quais razões poderiam ter influenciado a recepção parcial destas teorias, e uma das possíveis respostas seria o fator cultural do anti-imperialismo latino-americano, a profunda influência das correntes do estruturalismo no pensamento social regional, e finalmente, a influência direta de autores, como Alain Touraine, que passaram por universidades da região (BRINGEL, 2011:54). Mesmo com possíveis resistências às teorias acionalistas norte-americanas, fato é que prevaleceram as abordagens construídas na centralidade das questões identitárias e culturais, expressando uma possível rejeição das abordagens totalizantes de análise desses movimentos, como a marxista. As análises também centraram-se no

âmbito da sociedade civil, menosprezando a esfera estatal e o mercado. (DURIGUETTO, MONTAÑO, 2011:332)

Ampliando o escopo para um possível paradigma teórico da América Latina, Gohn (1997) coloca:

Falar de um paradigma teórico latino-americano sobre os movimentos sociais é mais uma colocação estratégica do que real. O que existe é um paradigma bem diferenciado de lutas e movimentos sociais, na realidade concreta, quando comparado com os movimentos europeus, norte-americanos, canadenses, etc., e não um paradigma teórico propriamente dito. (GOHN, 1997:211)

No entanto, a autora traça uma série de importantes pressupostos a ser seguida para se analisar as formas de ação coletiva na região, como a) levar em consideração a diversidade dos movimentos sociais existentes; b) a hegemonia dos chamados movimentos populares (baseados na luta por questões de moradia, equipamentos coletivos e direitos sociais) diante de outros tipos de movimentos; c) os “novos” movimentos sociais (de mulheres, ecológicos, de negros, etc.) ocorreram também em toda América Latina, porém de forma distinta dos países centrais, circunscritos às esferas locais; d) entender o papel da Igreja Católica, principalmente pelo viés da Teologia da Libertação, nos movimentos sociais da região; e) a importância da questão indígena; e finalmente, e) a relação dos movimentos sociais com o Estado, que se alterou profundamente com a redemocratização do continente (GOHN, 1997: 227-240).

O objetivo deste panorama da discussão teórica realizado acima não objetiva encontrar qual corrente teórica melhor explica a realidade, mas sim apresentar quais conceitos estão em disputa e que suas diferentes vertentes olham para os movimentos sociais e para ação coletiva a partir de paradigmas bastante diferentes. A partir da análise dos grupos aqui estudados, posso dizer que os movimentos sociais contemporâneos são complexos, e suas formas organizativas e de ação coletiva são heterogêneas. São ativistas individuais potencializados pela Internet, coletivos, grupos, organizações semelhantes às do terceiro setor, dentre outras, e é preciso entender estas formas organizativas de acordo com os momentos históricos e políticos das últimas décadas no Brasil.

“Nois por nois”: movimentos sociais de comunicação

Dos anos 1980 até a atualidade, a partir da crise do “socialismo real” e dos processos de redemocratização do Estado brasileiro, uma série de mudanças passa a operar no escopo dos movimentos sociais. Se durante a ditadura militar o Estado era visto como ator antagonico a ser combatido, neste período ele passa a ser um importante campo a ser disputado. Este processo de institucionalização faz com que as gramáticas dos movimentos se modifiquem, e conforme a visão crítica de Duriguetto e Montañó (2011), a palavra de ordem passa a ser “democratização”; e conceitos são transformados e amenizados, de forma que “revolução” se torna “mudança”; a “classe trabalhadora” vira “cidadadãos”, e a “sociedade civil”, que antes denotava a visão gramsciana de um espaço de contradição e lutas pela hegemonia se transforma na noção abstrata de “sociedade civil organizada” ou “terceiro setor”; dentre outras. (DURIGUETTO, MONTAÑO, 2011:256-257)

Esta mudança gramatical foi impulsionada pelo projeto neoliberal hegemônico no país durante a década de 90, no qual os movimentos operários e sindicais se enfraqueceram, “sob o impacto da acumulação flexível e seus efeitos na precarização das relações de trabalho e do desemprego em massa” (DURIGUETTO, MONTAÑO, 2011:247). Os novos movimentos sociais brasileiros, nomeadamente os movimentos sociais urbanos e populares, também alteram seu modus operandi durante o processo de redemocratização e passam a pautar suas práticas para ocupação de espaços institucionais recém-criados, como os Conselhos de Direitos e de Políticas Públicas. Impulsionada pelas reformas do aparelho do Estado brasileiro, no qual uma série de funções tipicamente estatais foram transferidas para a “sociedade civil”, a institucionalização de diversos movimentos de origem popular resultara na formação de organizações sociais que viriam a desempenhar funções que antes eram do Estado, especialmente no campo da assistência social, criança e adolescente, dentre outros.

Se por um lado alguns movimentos sociais passaram a integrar o campo das organizações não governamentais, outros passaram a disputar a política institucional do Estado brasileiro por meio da consolidação de partidos populares, como é o caso do Partido dos Trabalhadores, que chega ao poder no ano de 2002, e passa a desenvolver uma série de medidas de redistribuição de riqueza e amenização da gritante desigualdade social do país. Hoje, após mais de dez anos de governo do Partido dos Trabalhadores, é desafiante pensar qual impacto que a permanência de um governo

progressista de esquerda no poder, formado em teoria por bases populares, possui nos movimentos sociais e em seus processos de institucionalização. Esse breve retomado histórico é necessário para entender em que momento se encontram os movimentos sociais de comunicação aqui estudados, todos compostos por jovens, que recebem de forma indireta este acúmulo histórico dos movimentos sociais brasileiros. Como estas novas (ou novíssimas?) atrizes e atores que entram em cena se organizam e pautam suas demandas políticas? Quais gramáticas e práticas permeiam estes grupos, que em sua maioria nascem das periferias transformadas radicalmente nos últimos dez anos?

Através de uma cartografia destes novos grupos, Moraes, Tarin e Tible (2015) identificam uma série de aspectos também presentes nos grupos aqui estudados:

Em várias dimensões, essa nova geração política aponta para o momento de apresentação – ou seja, de produção de uma existência coletiva capaz de falar por si mesma. Essa produção de si, o momento político da feitura de um grupo, é uma dimensão extremamente densa. Ela passa, por exemplo, pela proliferação do midialivrismo como ferramenta política de produção de si próprio sem mediações dos grandes meios de comunicação, assim como o ativismo na rede de uma maneira geral. Passa também pelos esforços de produzir uma linguagem estética e política mais aguçada, produz corpos, traz a produção cultural e subjetiva distinta: os cabelos-afro e as marchas do “orgulho crespo”, a marcha das vadias, os atos contra os fundamentalismos e pela liberdade sexual, os beijaços e mamaços, a produção de novas e potentes etnicidades dos povos tradicionais. A dimensão da “política vivida” e da necessidade de criar possibilidades no tempo presente ao invés de apostar em um projeto que se realizará no futuro também nos parece uma outra marca importante. (MORAES, TARIN, TIBLE, 2015:22)

Antes de falar dos movimentos sociais de comunicação, é importante salientar que a comunicação enquanto ferramenta sempre foi largamente utilizada pelos movimentos sociais. Conforme o Intervozes (2014:13), o uso de meios de comunicação possui uma dimensão dupla estratégica para os movimentos: de um lado serve como forma de arregimentar novos militantes capazes de multiplicar e operacionalizar as ações coletivas, a partir da produção própria de boletins, panfletos, jornais e outros produtos de mídia; como também busca criar canais para a obtenção de visibilidade e apoio da opinião pública, função que passa necessariamente pela mediação das instituições midiáticas do jornalismo hegemônico. A utilização de meios de comunicação próprios dos movimentos sociais busca romper com uma barreira imposta

pelos grandes veículos de comunicação. Downing (2004) também fala da importância da comunicação para os movimentos sociais, dialogando com as correntes teóricas de análise dos movimentos:

A comunicação e a mídia, tanto dentro quanto fora de suas fileiras, desempenham um enorme papel na trajetória dos movimentos. Estranhamente, porém, grande parte da literatura sobre movimentos sociais evita envolver-se numa discussão metódica sobre a questão da comunicação e da mídia. Para a abordagem relativa à rebelião das massas, a comunicação acontece por obra de alguma química selvagem; para a abordagem do ator racional, à força das manifestações e outras expressões organizadas de insatisfação; e para abordagem dos NMSs, pelo ruminar constante de questões de identidade no interior do próprio movimento. (DOWNING, 2004:59)

Como já falado anteriormente, dentre os movimentos sociais de comunicação, identifico dois grandes grupos de atuação distinta e complementar. O primeiro diz respeito a grupos de pressão e organizações que atuam diretamente na pauta da democratização da mídia, com atuação em campanhas de conscientização; controle de conteúdo e da programação dos canais de rádio e televisão; acompanhamento legislativo, com objetivo de garantir o respeito às normas que tratam de conteúdos e concessões; como também de lobby direto na arena política, buscando influenciar na agenda parlamentar do país, com projetos de leis de iniciativa popular. Exemplos destes movimentos são o Intervozes, que se define como “organização que trabalha pela efetivação do direito humano à comunicação no Brasil”²³; o Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé, que se coloca junto à “outras entidades e movimentos sociais que lutam pela democratização da comunicação, visando conquistar maior pluralidade e diversidade informativa e cultural no país”²⁴, e o Fórum Nacional de Democratização da Mídia, que luta por “um país democrático onde todos tenham acesso à informação e à comunicação”²⁵.

O segundo grupo trata especificamente de coletivos, organizações, blogs, etc. que produzem narrativas alternativas e contra-hegemonias, garantindo um contraponto à

²³ Descrição do Intervozes em seu site. Mais informações podem ser vistas em <http://intervozes.org.br/quem-somos/>

²⁴ Descrição do Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé em seu site. Mais informações podem ser vistas em <http://www.baraodeitarare.org.br/>

²⁵ Descrição do Fórum Nacional de Democratização da Mídia em seu site. Mais informações podem ser vistas em <http://www.fndc.org.br/>

mídia comercial e hegemônica. Um exemplo disso são agências de mídia alternativa, que seguem o formato das agências de notícias, como a IPS (Inter Press Service), a Adital (Agência de Informação Frei Tito para a América Latina), Agência Carta Maior, a Indymedia, que sob o lema “A voz dos sem voz”, apresenta-se como “alternativa democrática de comunicação para a criação de relatos radicais, acurados e veementes de verdade”, e os Centros de Mídia Independente (CMI), que trabalham por meio das colaborações de pessoas que desejam se tornar difusoras de informações independentes, o que “desfaz a exigência de especialização em técnicas jornalísticas para poder participar do processo informativo”(MORAES, 2009:243). Estas agências alternativas praticam um jornalismo comprometido em defender valores dos movimentos antiglobalização (GOES, 2006:10).

Neste trabalho, busquei fazer um recorte específico de grupos que produzem conteúdo, composto majoritariamente por jovens, e que representam novas formas de fazer política e se organizar coletivamente. Falar dos movimentos sociais de comunicação significa falar de uma grande diversidade de atrizes e atores sociais: organizações do terceiro setor; associações de bairro ou territorial; coletivos culturais, de juventude e de periferia; grupos com recortes étnicos, racial, de gênero e sexual; dentre outros. É no contexto de concentração midiática que surgem estes movimentos, que pautam sua ação coletiva por meio da pressão no Estado buscando a democratização da mídia por meio de sua regulação, como já descrito anteriormente, ou através da produção de mídias independentes, narrativas alternativas e contra-hegemônicas. O conceito de movimento social de comunicação utilizado neste trabalho dialoga com o de Gohn, que diz que:

[...] é no meio popular que encontramos inúmeras iniciativas de movimentos e entidades na busca de publicização de suas demandas, apoios ou versões dos fatos. [...] observa-se o desenvolvimento da cultura de resistência via meios de comunicação alternativos. Os espaços comunicacionais são estratégicos tanto ao movimento, para publicizar suas demandas e buscar algum espaço contra-hegemonico como para seus opositores, que buscam desqualifica-los e isolá-los da opinião pública ao retratá-los como fonte e origem da violência. (GOHN, 2010:151)

O “Relatório e Diagnóstico de Demanda, Mobilização e Espaço em Comunicação de Organizações Sociais e Socio-Culturais da Cidade de São Paulo”²⁶, produzido com objetivo de dialogar com coletivos e organizações que trabalham com o direito à comunicação da cidade, define organizações de comunicação como aquelas que trabalham quase que exclusivamente com o direito e/ou a prática da comunicação. São produtoras de conteúdo e difusoras: rádios, jornais, blogs.

Uma definição destes grupos pode ser retirada da já mencionada Carta Mundial de Mídia Livre, que apresenta com precisão a diversidade e heterogeneidade deste movimento social:

Somos mulheres e homens comunicadoras e comunicadores, ativistas, jornalistas, hackers, meios comunitários ou livres, movimentos sociais, associações ou organizações populares. Somos blogueiras e blogueiros, produtores/as de audiovisual, desenvolvedores/as de tecnologia livre, associações, redes, sindicatos, escolas de comunicação, centros de pesquisa e organizações da sociedade civil que apoiam o acesso à informação e à comunicação. Somos indivíduos e coletivos, profissionais, amadores/as, militantes pela democratização da comunicação tanto em nível local quanto global, que afirmamos que esta democratização e o direito à comunicação de todas e todos são uma condição essencial para a construção de um mundo justo e sustentável. (CARTA MUNDIAL DE MÍDIA LIVRE, 2015)

A seguir, apresento individualmente as conversas realizadas com integrantes dos grupos aqui estudados, que como já dito anteriormente, reflete não apenas suas trajetórias individuais como militantes ou ativistas, mas também as experiências e narrativas coletivas de seus grupos e organizações. Para efeitos de leitura e com objetivo de dar mais destaque às suas falas, todas as citações de cada subtítulo referem-se apenas às respectivas entrevistadas e entrevistados, e as citações presentes no corpo do texto foram colocadas em *itálico*. Posteriormente, nas considerações finais, faço uma análise conjunta a partir de suas falas.

²⁶ Disponível em https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/09/Relatório_e_diagnóstico_de_demanda_mobilização_e_espaco_em_comunicação_de_organizações_sociais_e_socio-culturais_da_cidade_de_São_Paulo.pdf

Conversa 1: Escola de Notícias (Tony Marlon)

Gostaria de pensar uma metodologia que gerasse distribuição de riquezas. Não é riqueza, é riquezas de todos os tipos. [...] E pensar uma metodologia em que nós fossemos nos tornando desnecessários ao longo da jornada. Então a gente diz que nossa metodologia é uma jornada de aprendizagem, de autoconhecimento e produção comunicativa. (fala de Tony Marlon)

“Antes de ser uma iniciativa social, a Escola de Notícias é um abraço e um encontro”. Esse é o mote otimista que permeia toda atuação da organização, que apresenta uma complexa estrutura organizativa, desde seus conceitos fundantes, passando por sua metodologia pedagógica, seu modelo de negócios e formas de financiamento, até pelo seu interessante processo de formalização.

Surgida em 2011, a Escola de Notícias é uma organização localizada na zona sul de São Paulo, que atua na formação de jovens no campo da comunicação, como “empreendimento social de economia criativa que, a partir do uso de estratégias, atua com ferramentas e com a própria lógica comercial do Segundo Setor, entregando como resultado impacto social positivo dentro e fora da região do Campo Limpo, gerando e distribuindo riquezas”. Em seu manifesto de propósito, a organização se guia a partir das seguintes linhas:

Nos vestimos com perguntas: quando você aprendeu mais e melhor na sua vida? Como a comunicação impulsiona movimentos de transformação no mundo? O que acontece quando conectamos nossos talentos aos recursos disponíveis ao nosso redor? O que nasce da reconexão de personagens com suas próprias histórias de vida? O que permanece vivo numa comunidade quando a rua e a praça do próximo quarteirão são as nossas salas de aula de depois de amanhã?

Mesmo sendo uma organização jovem, a Escola de Notícias já virou referência na formação de jovens, tendo passa por ela já mais de 1000 jovens, com uma metodologia arrojada, construída a partir de uma mistura intrincada de conceitos, ideias, e por que não, de sonhos. Como será o caso dos outros grupos aqui estudados, seria possível fazer um extenso estudo de caso apenas buscando compreender como a Escola de Notícias se insere nas novas formas de associativismo brasileiro.

Realizada na manhã no dia 01/07/2015, a conversa com Tony Marlon aconteceu no Espaço Cultural CITA²⁷, espaço onde a Escola de Notícias tem sua sede, no bairro do Campo Limpo, zona sul de São Paulo. Já possuía um relacionamento com Tony por conta de nossa atuação profissional, portanto, não havia as usuais barreiras ou constrangimentos dos primeiros encontros a serem superados, mas mesmo assim, me apresentei como aluno da pós-graduação da Fundação Getúlio Vargas. Expliquei qual o objetivo de minha pesquisa, dei uma breve contextualização do debate teórico que pretendo fazer, e os porquês de minhas escolhas metodológicas. Expliquei que utilizaria a narrativa pessoal dele para também contar a história de sua organização, e que a partir desta história, tentaria explicá-la enquanto fenômeno social dos movimentos sociais e ativismo brasileiro contemporâneo. Combinamos que, após esta análise, eu daria uma devolutiva com o material de nossa conversa, para que ele pudesse complementar com mais informações e possivelmente contestar outras, como também para conhecer o resultado da discussão teórica travada a partir de sua realidade. Esta “apresentação formal” da pesquisa foi realizada com todas entrevistadas e entrevistados neste trabalho. Perguntei se poderia gravar a nossa conversa, no qual ele consentiu.

Falar do surgimento da Escola de Notícias também é contar de certa forma a vida do próprio Tony: vem para São Paulo ainda criança, e tem sua formação educacional e profissional marcada por sua presença em uma série de instituições do terceiro setor. Formou-se em comunicação e em outros temas pelo longo período que foi aluno e profissional no projeto Arrastão, organização que é referência e marca a história do bairro do Campo Limpo, na zona sul de São Paulo. Teve sua faculdade financiada pela Abrinq, no projeto Virada de Futuro, onde foi estudar jornalismo. Logo no primeiro ano começou a trabalhar na rádio Jovem Pan. Outro fator presente na formação e nas falas de Tony diz respeito ao campo do empreendedorismo social, categoria que vem sendo amplamente difundida no terceiro setor e na sociedade civil brasileira, com discursos de responsabilidade social, negócios sociais, dentre outros. Com uma vasta experiência em instituições do terceiro setor e um olhar aguçado para novas oportunidades de transformação de sua própria realidade, Tony percebe que a área da comunicação era um desfalque no mundo das ONGS: “*Mano, tem oportunidade*

²⁷ O Espaço Cultural CITA (Cantinho de Integração de Todas as Artes) é um “é um ponto de encontro e de atuação de artistas, agentes comunitários e articuladores culturais interessados em desenvolver pesquisas e trabalhos na esfera cultural com o intuito de proporcionar a difusão de saberes, construções e experiências com e para a comunidade de entorno”, localizado no Campo Limpo. Mais informações podem ser encontradas em <https://espacocita.wordpress.com>

de negócio aqui, no terceiro setor não tem ninguém que ofereça produtos de comunicação qualificados, tem mercado”.

A partir desta ideia, somada à uma inquietação presente em todas suas falas, Tony diz que um dia sonhou com um espaço onde as pessoas trabalhariam juntas, de forma horizontal, e inspirado, pediu demissão de seu trabalho, e passou a desenhar em um papel o que viria a ser a Escola de Notícias:

De um lado eu coloquei um coração, e do outro lado um cifrão. E pensei: ‘Do que eu gostaria de participar, pedagogicamente falando?’, e comecei a desenhar a metodologia do que hoje é a Escola de Comunicação. E do lado do cifrão, [...] ‘Como isso vai gerar dinheiro? Eu não quero ficar esperando o Itaú me dar dinheiro’, e aí eu comecei a desenhar o modelo de negócios.

“Essa empresa gera recursos, que mantém a escola de comunicação, que gera jovens que mantem a empresa funcionando, e o dinheiro é distribuído”. Em uma frase, Tony me explica o ciclo virtuoso de *“distribuição de riquezas”* que conseguiu desenvolver. Com esta ideia na cabeça e em uma folha de cartolina colada com dezenas de post-its, Tony convidou dois jovens que atuavam com ele em um projeto do Arrastão, e propôs que iria pagar duzentos e cinquenta reais para cada um pelos próximos oito meses, tempo que duraria seu seguro desemprego, para que eles trabalhassem por meio período no projeto que estava sendo criado. Com dois computadores e duas câmeras fotográficas, eles começaram a gerar conteúdos sobre o Campo Limpo, formar jovens na área de comunicação, e assim nasceu a Escola de Notícias.

Diferente de outros grupos e coletivos que passam a pensar sobre modelos institucionais a partir de demandas específicas que surgem no decorrer de sua história, a Escola de Notícias surge já nasce formatada para funcionar enquanto uma organização complexa. Na realidade, tudo na Escola de Notícias parece ter passado por um processo intenso de formulação. Esta característica, que será única dentre os grupos aqui estudados, se dá especialmente pela vivência de Tony e das outras e outros jovens envolvidos em organizações do terceiro setor: *“O modelo institucional de ONG vai até a página cinco. Ele não sustenta as realidades como essa [do Campo Limpo] na atualidade. Eu acho que daqui a dez anos, ONGs não vão existir mais, ou serão menos. Não só pelo aspecto financeiro, mas pelo aspecto pedagógico, cultural”.* Ou seja, a Escola de Notícias surge, e é desenvolvida, a partir de uma série de marcos

institucionais que buscam não reproduzir práticas de gestão engessadas presentes em diversas organizações do terceiro setor, como também questiona as práticas pedagógicas e de abordagem das e dos jovens:

Como aluno, ninguém nunca me perguntou de onde eu vim. As organizações sempre me entregaram um monte de opções, a partir do que eu dizia que gostava, mas nunca investigou de onde eu vim. [...] Essa foi a pergunta que mais faltou pra mim dentro das ONGs. Ninguém pergunta de onde você vem, você é um número pro Fumcad, só isso. É horrível.

Esta visão crítica das questões pedagógicas de outras organizações será fundamental para entender o surgimento da metodologia utilizada na escola de comunicação, apresentada posteriormente. Além desta “*resposta institucional*” aos modelos convencionais das entidades do terceiro setor, a Escola de Notícias busca também dialogar com a realidade e as especificidades do Campo Limpo. Este diálogo com o território, no entanto, não ocorre de maneira automática apenas pelo fato deles se localizarem na zona sul, mas trabalham com o conceito de comunidade, que pode estar localizada em um determinado território, mas que envolve uma série de outros laços afetivos.

É importante frisar que a Escola de Notícias não se entende enquanto uma produtora de conteúdo:

A gente entende que a Escola de Notícias é hoje uma organização de educação, juventude e mobilização social. Esses são nossos eixos de trabalho. Ai você deve perguntar: ‘Porra, mas não aparece comunicação?’. Não, não aparece comunicação. A gente não se reconhece como prioritariamente uma organização de comunicação. [...] A gente entende que as tecnologias de comunicação e informação, e a comunicação em si, elas são um meio para o caminho, e não o fim do processo. [...] Aqui não é o filme, é o contador de história. A gente brinca, não adianta existir tecnicamente se a gente não existir ser humanamente.

Mesmo não se considerando como uma produtora de conteúdo, uma das motivações do surgimento da Escola de Notícias é a forma como a mídia hegemônica retrata a periferia. Um exemplo disso é a contestação que a Escola de Notícias faz das narrativas construídas sobre eles mesmos, que os coloca constantemente como “*jovens carentes*”:

Me lembro uma vez de ter brigado com um repórter da Cultura, que veio fazer uma matéria sobre as enchentes no Campo Limpo. E ele queria fazer a passagem dele dizendo que eram os jovens carentes do Campo Limpo que produziam vídeo. E eu falei não. E ele disse: ‘Mas as pessoas não vão entender, vão achar que vocês tem grana’. E eu disse pra ele pensar em outra forma, dizer que o Campo Limpo é a periferia da cidade de São Paulo, mas não esvaziar a gente de sentido. Isso esvazia a gente de sentido. [...] Quem disse que esse cara tem o poder e o monopólio pra contar minha história? Eu posso contar a minha história. Isso é uma primeira motivação. Uma segunda motivação é: eu quero contribuir para a formação da próxima geração de contadores de histórias, de comunicadores, que seja uma geração minimamente conectada com a realidade.

O discurso do “contar minha história” está presente na gênese de praticamente todos os grupos estudados. As visões estereotipadas e hegemônicas produzidas pelos grandes veículos de comunicação aparecem como objeto de disputa permanente. *“Todo mundo merece ter sua história contada. A diferença é que dificilmente nós teremos a nossa história contada na Folha, ao menos que seja ruim. Ao menos que matem sete pessoas no Jardim São Luis. [...] A gente quer reforçar as narrativas positivas, as negativas todo mundo sabe”*. Cada grupo interpreta esta consequência da concentração midiática à sua maneira, a partir de suas vivências pessoais e coletivas, e até este diagnóstico desolador é impregnado pela visão otimista de Tony:

O mundo não é o que o Datena conta. O que o Datena conta não é um, nem zero vírgula cinco por cento. Mas imagina se o Datena só contasse notícias boas... notícias boas é o próprio mundo acontecendo. Notícias boas não vendem, e por que? Porque é o mundo, cara. Eu vejo notícias boas o tempo todo.

No fim das contas, a Escola de Notícias é uma produtora de produtores de conteúdo: todas e todos jovens que passam por seus processos de formação se tornam comunicadores sociais, com uma visão crítica da realidade e da própria mídia. Nas palavras de Tony, *“a gente precisa criar mecanismos para nos dar liberdade. E dentro da periferia, acho que a comunicação é absurdamente libertadora. Produzir comunicação é absurdamente libertador”*. Falando claramente *“carente é o caralho”*, as e os contadores de história que se formam na Escola de Notícias passam por vivência intensa de autoconhecimento, conhecimento técnico, e produção de conteúdos relacionados com suas próprias realidades.

Entendendo que a escola não tem atendido as demandas e as necessidades da juventude, os processos de formação da Escola de Notícias apresentam uma proposta de produzir um ambiente *“prazeroso, convidativo e seguro”*, que seja *“um espaço que eu possa errar e o professor não vai me xingar, e não vai me dar nota zero. Não vou ser avaliado por um ranqueamento numérico, ou conceitual”*. Como todos outros aspectos da organização, sua metodologia pedagógica também é fruto de uma clara formulação interdisciplinar, que não teme em misturar conceitos, métodos e técnicas (*“é muito doido, e isso diz muito sobre minha viagem de como a educação transcende o aspecto educativo”*).

De acordo com Tony, a metodologia é baseada em três grandes embasamentos: o modelo da investigação apreciativa, que na verdade se trata do modelo de negócios e de resolução de problemas utilizado por empresas como American Airlines, da British, que diz que existem coisas ruins e coisas péssimas, e elas vão continuar existindo. O objetivo da investigação apreciativa é você conseguir descobrir em qual momento e em quais condições físicas e humanas de um determinado sistema foi mais e melhor, e pra isso eles desenharam uma metodologia que tem quatro passos, que é a descoberta, o sonho, o design e o futuro. O segundo embasamento da metodologia são os quatro pilares da educação da Unesco. E finalmente, o terceiro embasamento da metodologia é baseado em um texto da Marina Silva sobre sete diferentes formas de sustentabilidade, que eles complementam com a *“sustentabilidade afetiva”*: *“não adianta porra nenhuma eu ganhar dez mil reais, se o que eu estou fazendo eu não curto, não faz sentido”*.

A partir destes grandes embasamentos foi desenvolvida a metodologia de formação das jovens e dos jovens que participam da Escola de Notícias, que se divide em quatro fases. Mais uma vez, a heterogeneidade de conceitos surpreende, e Tony dá sentido ao conjunto da obra de maneira habilidosa: a primeira fase é o *“nível do eu e da família”*, que dura cerca de dois a três meses, na qual as pessoas aprendem uma série de conceitos presentes na construção das narrativas do mundo ocidental – mito, jornada do herói, o que é herói, quais são os heróis que a mídia produz. Além das discussões conceituais e técnicas, o processo de formação foca o tempo todo na vivência pessoal das e dos jovens, buscando suas origens, seus espaços de afeto, para depois tudo ser materializado em comunicação: *“Eles transformam toda essa discussão em produção comunicativa. [...] No ano passado, a turma produziu uma exposição fotográfica de auto-retrato. Eles aprenderam como mexe na câmera, na luz, tem um conteúdo técnico,*

e o conteúdo humano”. Este formato é reproduzido nas fases seguintes nomeadamente a “fase 2 – minha rua, meu bairro”, “fase 3 – minha escola” e “fase 4 – meu território, minha comunidade”.

Como fica evidente, a Escola de Notícias já nasce de um longo processo de reflexão, na qual sua estrutura organizacional foi pensada a partir de uma série de marcos conceituais, que permitissem sua atuação no campo da educação e da comunicação. A partir de um olhar crítico ao terceiro setor, o desafio da Escola de Notícias enquanto organização foi o de se posicionar em um espaço organizacional diferente do mercado e de outras instituições sem fins lucrativos, do chamado terceiro setor. Nas palavras de Tony, ao se deparar com este desafio, pensou: “*Então tá: não é um modelo institucional de uma ONG, mas também não é o modelo institucional de uma empresa*”. E este desafio se concretiza tanto no campo institucional como na prática.

Hoje atuam na Escola de Notícias 12 pessoas, sendo 9 delas remuneradas (coordenação, monitores culturais que são ex-alunas e ex-alunos, assistentes e educadoras e educadores) e 3 voluntárias e voluntários. O desenho estrutural adotado tem como objetivo construir um ciclo virtuoso: a prestação de serviços de comunicação para outras organizações e coletivos financia as atividades da escola de comunicação; a escola de comunicação tem como objetiva formar jovens; que posteriormente serão contratados para prestar os serviços da Escola de Notícias; de forma a terem um plano de três anos para as e os jovens que passam pelos seus processos de formação. Em termos institucionais, a Escola de Notícias se formaliza no ano de 2014, a partir da constituição de um CNPJ, de um Conselho Gestor e um Estatuto Social.

Tony conta que a necessidade de formalização surgiu como uma demanda prática decorrente do próprio reconhecimento do trabalho da Escola de Notícias, que venceu uma série de prêmios nos últimos tempos por conta de seu modelo de negócios e de instituição, como o prêmio Milton Santos, da Câmara dos Vereadores de São Paulo. Um ponto de virada foi serem finalistas do prêmio da Folha de São Paulo:

Em uma lista do Brasil inteiro com 1700 projetos, a gente foi um dos 3 finalistas. E é muito surreal, em um prêmio de empreendedorismo social, a gente foi o primeiro projeto da periferia a ser finalista, e pra mim isso não faz nenhum sentido.[...] Esses reconhecimentos aceleraram nosso processo de amadurecimento, então tinham duas coisas no nosso horizonte: se a gente

está sendo reconhecido e validado pelas organizações, pelos meios de comunicação, e coisa do tipo, isso vai dar visibilidade pra gente, se der visibilidade, vai trazer trabalho, se trazer trabalho, a nossa estrutura informal não sustenta. Então a gente precisa se formalizar logo. E a gente demorou um ano pra se formalizar.

Diferente de outras organizações, o Estatuto Social da Escola de Notícias já prevê o seu próprio fim: “*A Escola de Notícias vai existir durante dez anos, de 2014 até 2024, e os resultados e impactos serão norteadores da continuidade ou não da organização. [...] A organização tem um propósito. Se a gente não estiver cumprindo o propósito, não faz nenhum sentido ela continuar existindo, ou a gente tem que mudar o nosso jeito de fazer*”. E quem toma as grandes decisões que definem os rumos da organização é seu Conselho Gestor, formado por todas alunas, alunos, educadoras e educadores do ano de 2013. Previsto no Estatuto, o Conselho Gestor se encontra uma vez por mês para tomar decisões, e passar por processos de formação sobre gestão e governança. A escolha destas pessoas para participar do Conselho Gestor demonstram a sensibilidade que a organização tem com seu próprio público: “*Eles são ex-alunos. Eles conhecem a Escola de Notícias de dentro pra fora*”. Além disso, a formação do Conselho Gestor tem como segundo objetivo despersonalizar a Escola de Notícias das figuras de Tony, garantindo um futuro de autonomia para organização.

Como toda organização, coletivo, ou movimento social, uma das preocupações da Escola de Notícias gira em torno de como se financiar, e garantir a continuidade de suas atividades. A primeira resposta para este desafio é a própria metodologia de sustentabilidade econômica que eles aplicam:

A gente fala que a Escola de Notícias é uma escola de comunicação, que vende produtos e serviços, dentro dessas áreas [geração de conteúdo, formação de público e mobilização social] e da área de educação. [...] A gente pega tudo o que a Escola de Notícias faz, e tudo que ela tem de expertise, embala, e vende isso como produto e serviço. Pega essa grana, e reinveste para fortalecer os nossos projetos próprios.

Quem desenvolve estes produtos e serviços são as jovens e os jovens que já passaram pelos processos de formação, fechando o ciclo. Além disso, a busca por financiamento via editais públicos é uma realidade da organização: foram contemplados

pelo programa VAI I²⁸, que contempla grupos culturais e artísticos das periferias de São Paulo, que historicamente vêm impactando positivamente uma série de iniciativas no município, conforme ressalta Tony: “*Se não fosse o dinheiro do VAI, não sei se a gente estaria nesse momento agora*”. Se inscreveram também no VAI II²⁹, mas não foram contemplados. Além disso, foram também contemplados pelo edital municipal Redes e Ruas³⁰. O financiamento público como opção de financiamento será uma característica generalizada dos grupos aqui estudados, entendido majoritariamente como um recurso em que todos podem e devem disputar. Como será discutido posteriormente, não há contradição, tampouco um discurso autonomista frente ao Estado, por parte dos grupos.

Para buscar compreender qual a visão e posicionamento que os grupos de comunicação têm frente ao mercado, apresentei para todas as entrevistadas e entrevistados neste trabalho uma cena com um exagero simbólico proposital, perguntando: “Se um representante da Coca-Cola batesse na sua porta com uma maleta de dinheiro, dizendo que quer financiar seu grupo, mas para isso todos os seus materiais precisariam ter o logo da Coca, o que vocês fariam?”. O exagero da situação obviamente não representa as sutilezas e a sofisticação que os mecanismos de mercado possuem para cooptar as linguagens, gramáticas e práticas dos movimentos sociais, mas funciona justamente por fazer com que os grupos externalizem suas reflexões sobre o tema, nos casos em que essa reflexão já foi feita de forma coletiva, e qual grau de autonomia os grupos pretendem ter.

Desta forma, quando questionado sobre isso, Tony respondeu: “*A gente diz que a nossa alma não é negociável. A gente quer operar na lógica de mercado, com as ferramentas de mercado, mas a gente não é o mercado*”. Para exemplificar, ele me conta uma situação na qual uma operadora de telefonia móvel os procurou com uma

²⁸ O Programa VAI (Valorização de Iniciativas Culturais) foi criado pela lei 13.540 e regulamentado pelo decreto 43823/2003, com a finalidade de apoiar financeiramente, por meio de subsídio, atividades artístico-culturais, principalmente de jovens de baixa renda e de regiões do Município desprovidas de recursos e equipamentos culturais. Em seus 11 anos de existência, já apoiou mais de 1400 projetos na cidade de São Paulo. Para mais informações, acessar: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/fomentos/index.php?p=7276>

²⁹ O VAI 2 é uma nova modalidade prevista no programa a partir da lei 453/2010, cujo objetivo é contemplar iniciativas melhor estruturadas que já vem sido desenvolvidas na cidade de forma consolidada.

³⁰ Criado em 2014 pela Prefeitura de São Paulo, o edital “Redes e Ruas” tem como objetivo selecionar projetos de inclusão, cidadania e cultura digital, que deverão prever, dentre o conjunto de atividades, ações a serem desenvolvidas em telecentros, praças do programa WiFi Livre SP e em parceria com os Pontos de Cultura de São Paulo. Para mais informações, acesse: <https://redeserua.wordpress.com/>

proposta de patrocínio, com a contrapartida que eles não poderiam se relacionar com nenhuma outra empresa de telefonia. A resposta que a Escola de Notícias deu para empresa reflete bastante seu posicionamento:

A gente falou: obrigado, a gente continua passando fome. [...] O cara tá querendo que a gente não vá, por exemplo, na Campus Party³¹, que é da Vivo. Então eu não posso ir na Campus Party? Está sendo dona dos meus passos, aí eu to fora.

Obviamente o posicionamento institucional da Escola de Notícias em relação ao mercado não é baseado em uma visão radical de negação do setor privado. Na realidade, a possibilidade de apoio ou não passa por uma reflexão coletiva sobre até que ponto é possível se relacionar com as empresas, como fica evidente quando Tony fala sobre um possível patrocínio de um investimento de um banco no projeto:

A gente olhou o regulamento, e o regulamento é: este é um investimento, não é um patrocínio, então não precisaria ter logo em nenhum lugar. Isso é importante. Se precisar ter logo, quais são os parâmetros desse logo? Ele vai na camiseta dos alunos? Não. Ele vai na camiseta institucional? Sem problemas. [...] E isso é muito claro pra gente dentro das conversas que já tivemos.

A visibilidade da Escola de Notícias fez com que não apenas setores do mercado os procurassem, como também diferentes partidos políticos, que propuseram o desenvolvimento do jornal do partido, ou algum outro tipo de produção em comunicação. Mesmo com a possibilidade da obtenção de recursos sobre algo que já fazem, a posição é clara: *“Pra partido político, não”*.

Para além da própria sobrevivência, a necessidade de financiamento busca garantir a continuidade de um legado: *“Mais interessante do que a gente existir como organização, é a gente conseguir materializar o cumprimento do nosso propósito, que é gerar e distribuir riquezas de todos os tipos”*.

³¹ A Campus Party é um evento tecnológico realizado em diversos locais do mundo. Ocorre anualmente no Brasil desde 2008, e trata de diversos temas relacionados à Internet, cultura digital e empreendedorismo na área da tecnologia da informação e comunicação.

Conversa 2: Blog Imprença (Victor Amatucci)

Não há resquícios de vida inteligente no jornalismo existente hoje em dia. Este blog e outros blogs independentes, anônimamente, tentam repor estas lacunas. Uma pena que quem tem meios para essa expansão esteja mais preocupado em tornarem-se protagonistas de movimentos alheios enquanto gritam por liberdade. A imprensa alternativa resiste e resistirá, porque é disso que somos feitos. (trecho da matéria ãO Brasil já teve imprensa. Hoje nem o Imprença salva...)

O “Ç” do Blog Imprença não está lá à toa: é utilizado de forma crítica, para sinalizar que tudo que é produzido nele não é imparcial. Surgido em 2009 “para comentar as besteiras que a imprensa fala”, o blog comenta assuntos da política e da sociedade brasileira através de uma perspectiva alternativa, utilizando muitas vezes como fonte a própria mídia hegemônica, com o chavão bem humorado “não acredite em mim” no momento de citar essas fontes, que supostamente podem ser acreditadas. Além da produção de conteúdo próprio, o Imprença tem o objetivo claro de produzir um olhar crítico para o jornalismo convencional, e deixa claro que tem lado, como pode ser observado em sua descrição:

Além de dar crédito à fonte, queremos estimular o leitor a procurar por si mesmo as matérias e parar de acreditar em tudo que lê. Por isso mesmo o blog jamais se furtará de declarar seu voto nas eleições.

Diferente de outras iniciativas aqui estudadas, o Imprença é uma iniciativa levada a cabo unicamente por uma pessoa, no caso seu idealizador Victor Amatucci, e pode ser entendido como uma das várias iniciativas que a Internet permite se desenvolver, a partir de inquietações pessoais e coletivas. Mesmo sendo esse “bloco do eu sozinho”, o Imprença sabe muito bem ao que veio, e se propõem fazer uma disputa clara de valores e narrativas frente às mídias hegemônicas. Conforme será tratado posteriormente, o Imprença também é o único caso em que não se trata de uma mídia periférica, que tem como objetivo contar outras narrativas a partir das margens da cidade. Mesmo se situando do “lado de cá da ponte”, o Imprença pode ser entendido como um veículo de mídia ativista de esquerda.

Conversei com Victor Amatucci, de 29 anos, no dia 08 de dezembro de 2015. Victor é formado em Letras, trabalha na Fundação Perseu Abramo, e milita em diversos

espaços políticos, como juventude partidária, movimentos de moradia, dentre outros. Já nos conhecíamos destes espaços de sua militância, e nos encontramos para conversar durante um almoço perto de sua casa, na zona oeste de São Paulo. Antes da entrevista, discutimos por um tempo questões da conjuntura nacional, como as manifestações em defesa do governo que estavam por vir, e sobre a relação da Presidenta Dilma com seu vice Michel Temer intermediado pela grande mídia (naquela semana havia “vazado” para imprensa uma carta de Michel Temer endereçada à presidenta). Apresentei os objetivos da pesquisa, como de costume, e solicitei sua autorização para gravar a conversa.

O surgimento do ImprenÇa está relacionado diretamente à trajetória pessoal de Victor, que estudou Letras em Grego na faculdade por conta de sua trajetória no teatro. Sua primeira experiência como blogueiro foi com o site “Turrão”, que pretendia discutir teatro e fazer críticas nesta área. Mesmo não tendo sido um sucesso, o blog passou a falar mais sobre imprensa do que propriamente sobre teatro:

Quando eu olho pro meu blog e vejo que ele está quase inteiro com matérias falando sobre imprensa e política, eu resolvo criar um outro blog. Como eu tinha uma experiência muito ruim com o nome do primeiro, eu precisava de um nome que soasse interessante, e tivesse alguma sonoridade, algum marketing envolvido, daí nasce o ImprenÇa com “Ç”, com o subtítulo de “não acredite em mim”, que faz quase mais sucesso que o próprio nome.

A audiência esperada de Victor são leitores que “possuem massa encefálica ativa”, uma referência direta à fala de William Boner, do Jornal Nacional, quando se refere que seu público é composto por diversos Homer Simpson. Surgido entre 2008 e 2009, o ImprenÇa pretendia, em um primeiro momento, desvelar a suposta neutralidade da mídia, e fazer um embate direto sobre temas da conjuntura política local e nacional. Inspirado pela mídia alternativa do período da ditadura militar, o blog pretende apresentar “*um assunto, em tese complexo, numa coisa leve, engraçada*”.

O ImprenÇa surge também a partir de uma visão bastante crítica da mídia hegemônica, que de acordo com Victor, apresenta a realidade a partir do “*raso do raso do raso*”, e ele imputa esta questão à formação em Jornalismo:

O jornalismo é um instrumento. [...] Como a formação é absolutamente genérica, ao ponto de não precisar de diploma, você acaba obrigando o profissional entrar numa lógica de mercado que o cara entra falando de

assalto em semáforo, daí ele ganha um pouco de projeção e vai falar do Corinthians, aí ele ganha mais projeção e vai falar de fofoca de celebridade, e aí ele chega no auge da carreira pra falar de política. Só que ele está falando de política na lógica da fofoca de celebridade e da partida de futebol. [...] A lógica da formação do profissional encabeça o mercado, que na prática faz esse profissional ser um cara medíocre. A não ser que depois ele esteja trabalhando com a mesma coisa, as vezes nem isso.

Inicialmente, o ImprenÇa pretendia dialogar com públicos de variadas correntes ideológicas e posicionamentos políticos. Em seu cerne se encontra um desejo convencer o “outro lado”. No entanto, com o tempo, este desejo se esvai, como coloca Victor:

Eu perdi um pouco da esperança do convencimento via internet, de quem não é do nosso campo. [...] Você não chega do outro lado. O Facebook é uma bolha, e para furar a bolha você tem que pagar. O blog não tem nenhuma propaganda, não recebe um real de ninguém. [...] O blog não vai chegar [em outras pessoas]. A não ser que você tenha um alcance, uma ou outra matéria específica.

Para explicar sua descrença com o potencial da Internet, Victor remete à sua experiência de trabalho na ONG Apta, cujo foco é a prevenção e tratamento da AIDS. Explica que na época, outras organizações que lidavam com o faziam oficinas de duração de 4 horas, enquanto a Apta tinha uma atuação com duração de seis meses, porque entendiam que a utilização de preservativos, por exemplo, é uma questão cultural, e um encontro de 4 horas não é suficiente para mudar cultura.

Você não muda a cultura, a ideologia, ou pelo menos você não ajusta a ideologia, com um post de internet. Você precisa também de coisas que a vida off-line te dá, que é a empatia, você conhecer o seu interlocutor, saber que o cara é sério, confiar no cara ou na mina.

É por conta desta visão que o foco de atuação do blog deixa de ser um público “despolitizado”, e passa a focar em militantes do Partido dos Trabalhadores, com objetivo de tentar travar um diálogo com a militância do partido, filiada ou não: “*A esperança é de ajudar a organizar o pensamento da militância em torno de alguma coisa, ou pelo menos por uma dúvida nos militantes*”. Além disso, o ImprenÇa conhece muito bem seu alcance e interlocutores:

Eu tenho uma visita muito pequena comparada a outros blogs do campo da esquerda, mas é uma visita muito qualificada. São pessoas lideranças de

partido. Eu sei que é muito limitado, mas é um grupo de formadores que acessa.

Por se tratar de um blog de um ativista e militante, entender a estrutura do Imprença significa mais entender as conexões da rede política de Victor que de fato apresentar algum tipo de organograma ou estrutura institucional:

É uma estrutura caseira. Tem alguns coletivos parceiros meus, como o Rua Fotocoletivo, fotógrafos amigos, outras pessoas que escrevem, os contatos com os movimentos sociais, e essas pessoas me passam algumas pautas, outras eu vou atrás. Por exemplo: estou fazendo uma [matéria sobre] ocupação, junto com um coletivo de fotógrafos com um monte de gente amiga minha, eles publicam meu texto no blog deles, e eu publico as fotos deles no meu texto, e assim a gente vai.

O Imprença também conta com um colaborador que escreve sobre cultura, e também com colaboradoras e colaboradores eventuais para pautas específicas, no entanto, Victor deixa claro que nunca impôs nenhum tipo de linha editorial para estas pessoas: *“Já devem ter passado 50 a 60 pessoas que já escreveram posts ocasionais. [...] Nunca pautei ninguém, Nunca revisei, editei, nada. Eu sou muito seletivo em quem eu deixo escrever no blog. A minha seleção é anterior. Uma vez selecionado, foda-se, escreve o que você quiser, e acabou”*. O Imprença teve por um período a coluna chamada “Do outro lado do muro”, na qual um “*colunista tucano*” escrevia sobre temas da conjuntura nacional a partir de outra perspectiva, com objetivo de “*furar a bolha*” da Internet:

[...] os meus posts iam chegar na turma dele, os posts dele chegam na minha, e a gente consegue trazer um pouco mais de diálogo. Eu imaginei: em tempos de Lobão, alguém que pelo menos teoriza de verdade é um avanço”.

Diferente dos outros grupos, não faz sentido falar do financiamento do Imprença – ele deve ser entendido como uma das vertentes da militância política de Victor, e ele deixa bastante claro que ele mesmo é quem banca a estrutura do blog, *“apesar de muita gente dizer as vezes que o Haddad me paga, ou que a Dilma me paga”*. A opção de baratear o custo do site via propagandas e links patrocinados não é uma opção, uma vez que para isso é necessário um volume muito intenso de visitas, além de *“prejudicar muito a leitura”*.

Portanto, o ImprenÇa busca ser um veículo de mídia alternativa, que atua em rede com outros coletivos e grupos, com um foco específico em militantes do “*campo da esquerda*”.

Conversa 3: Coletivo TV DOC (Isaac Farias)

Daí a gente começou a fazer um fórum e gritar, em alto e bom som, que a gente existe, sobretudo a gente vota, e temos os nossos direitos assegurados. (fala de Isaac Farias)

O Coletivo TV DOC é formado por um grupo de jovens da zona sul de São Paulo. Sem um site institucional, sua produção audiovisual é toda transmitida em seu canal de Youtube, e sua relação com seu público se dá via redes sociais. Quase como um desafio para aqueles que desvalorizam o papel da juventude na sociedade, o TV DOC “vêm mostrando que o jovem é sim capaz de ser autônomo, politizado e atuante nas decisões importantes para o futuro”. Em um flyer que produziram para se apresentar enquanto grupo, seu objetivo é claro:

Dar voz as comunidades, sempre mostrando o contraponto do que a mídia capitalista mostra, dar visibilidade aos trabalhos dos moradores que fazem a diferença nos bairros, mostrar as histórias inspiradoras de nossos vizinhos, e despertar o protagonismo da juventude local, ampliando o campo de visão destas regiões e destruindo o rótulo já tão impregnado nas periferias de São Paulo.

Conversei com Isaac Farias, de 22 anos, um dos integrantes e fundador do Coletivo TV DOC, no dia 12 de dezembro de 2015. Nossa conversa aconteceu no Centro Comunitário do Jardim Horizonte Azul, espaço físico utilizado como sede do coletivo, localizado no Jardim Vera Cruz, no distrito do Jardim Ângela, localizado na extrema zona sul de São Paulo. Eu e Isaac já possuíamos uma relação política que antecede o início desta pesquisa, por conta de minha atuação na Coordenação de Políticas para Juventude da Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania, onde existia uma interface tanto com o Coletivo TV DOC, como também uma relação pessoal com Isaac. Antes da entrevista, conversei por algumas horas com ele e com André Luiz, o outro fundador do TV DOC. Neste dia, eles estavam recebendo um repórter da TV Cultura, que estava fazendo uma matéria sobre sua atuação na zona sul.

Falamos longamente por uma série de assuntos: a relação do coletivo com veículos da grande mídia (inspirado pela presença da TV Cultura no local), o cenário da

política nacional e os recentes tensionamentos do governo federal, sobre as manifestações contra o processo de impeachment da presidenta Dilma e em defesa ao governo (a próxima seria realizada no dia 16 de dezembro), sobre a crise hídrica no estado de São Paulo e a disputa pela água no mundo, o papel das corporações na globalização e no capitalismo contemporâneos, os rumos que os Partidos dos Trabalhadores deveria tomar para se reconectar com sua base social e os movimentos sociais, sobre as eleições municipais que seriam realizadas em 2016, e sobre a gestão Fernando Haddad, prefeito da cidade de São Paulo (2012-2016), a quem eles haviam entrevistado alguns dias antes. O tópico desta entrevista deles com o Prefeito será retomado posteriormente. De maneira geral, o repertório da conversa foi diverso, e ela ocorreu enquanto eles me mostravam o espaço físico de sua sede. Finalmente, André e outros membros do coletivo foram embora com o repórter da TV Cultura, e eu e Isaac entramos na sala que o coletivo utiliza. Como sempre, expliquei novamente os objetivos da pesquisa e sua metodologia, e solicitei autorização para gravar a conversa.

A história de surgimento do Coletivo TV DOC pode ser contada em quatro grandes atos, protagonizados por Isaac e André, e suas trajetórias individuais marcadas por uma vontade de transformar sua realidade. O primeiro ato começa no ano de 2012, quando André estudava na escola Café Filho, localizada no Capão Redondo, onde tinha um amigo que precisava de uma cadeira de rodas. A partir desta necessidade, André faz uma campanha na escola para conseguir a cadeira, e para isso ele e o amigo fundam a Rádio Doc. Conseguem a cadeira, mas seu amigo viria a falecer pouco tempo depois. O projeto da Rádio Doc continua, e viria a se tornar a TV DOC Capão. A TV DOC Capão possuía uma vertente voltada para o campo da cultura, com objetivo de apresentar artistas e personalidades locais. Toda produção e organização era realizada na própria casa de André. Este primeiro ato não faz jus à história da TV DOC Capão, e seria necessário uma entrevista a parte com André para captar todos os detalhes desta história, o que não foi possível durante a realização deste trabalho.

O segundo ato começa com Isaac, que estudou a vida toda na Escola Amelia Kerr Nogueira, localizada também na zona sul de São Paulo. Ele e um grupo de alunas e alunos passam a se organizar para reclamar sobre o estado da escola pública, e este grupo passaria a compor o “Núcleo de Jovens Políticos”. Hoje, o coletivo se encontra uma vez por mês para discutir temas da conjuntura política, e se organizam para demandar ao Estado melhorias para seu território, como quando realizaram uma

manifestação na subprefeitura demandando uma pista de skate para as jovens e os jovens região.

É um coletivo para pautar política. Falam que os jovens não querem participar, por isso a gente colocou ‘Núcleo de Jovens Políticos’. Não é uma multidão, não vou falar pra você que são 300 jovens que estão discutindo política. Mas você vai chegar lá no CEU e vai ter 15, 30. Na atual conjuntura que temos hoje, ter 15 jovens, da periferia, com suas especificidades, discutindo política, não tá bom? Não é um sarau, é discutir mesmo - é pegar um tema: hoje vamos falar de redução da maioridade penal. A gente leva um texto, leva um vídeo, e vamos discutir.

O terceiro ato se inicia em 2014, quando André e Isaac se conhecem no Centro de Direitos Humanos e Educação Popular do Campo Limpo³², em um curso de formação em direitos humanos, para criação de um Observatório de Direitos Humanos com jovens. Nesta ocasião, André explica o projeto da TV DOC Capão para Isaac, e o convida para participar. Isaac gosta da ideia:

Achei bacana, magnífico. Nunca tive uma ideia brilhante como essa, mas falei: ‘André, eu acho que eu moro distante do Capão Redondo [em torno de 10-12 km], e minha comunidade necessita, então é melhor fazer uma sede, um estúdio lá, que é onde estamos hoje. Alguns dias depois nós fizemos um mutirão, e começamos com o nome de TV Doc Fundão, e no decorrer, fomos alinhando e afinando as perspectivas, os quadros, e a gente junto tudo na TV Doc.

Deste encontro, surge um segundo coletivo chamado TV DOC Fundão. O termo “fundão” é carregado de sentido histórico e político para os movimentos sociais da zona sul:

A gente tem denunciado os desmandos de vários governos passados – ficamos excluídos ao último plano durante oito anos de governo Serra/Kassab. [...] [a falta de uma ponte fazia com que] O pessoal saía do terminal Jardim Angela, e vinha andando até aqui, todos os dias de segunda a sexta, de 6 a 10 km, é muita coisa, as pessoas andavam de duas a três horas. E a falta de equipamentos públicos de cultura e de lazer. Daí a gente

³² O Centro de Direitos Humanos e Educação Popular de Campo Limpo é uma organização não governamental que tem como missão “formar e articular sujeitos sociais e processos políticos atuando na construção de uma sociedade justa e solidária de pleno exercício da cidadania, à luz dos princípios fundamentais dos Direitos Humanos, sociais, econômicos, culturais e ambientais”. Mais informações em <http://cdhep.org.br/>

começou a fazer um fórum e gritar, em alto e bom som, que a gente existe, sobretudo a gente vota, e tem os nossos direitos assegurados. Aí começamos a falar Fundão, até fazendo alusão ao Fundão do Capão Redondo (Vila Fundão), que hoje já não é mais Fundão né, já tem metro.

Se o TV DOC Capão reflete a irreverência e pegada midiática de André, o TV DOC Fundão sem dúvida reflete o papel de articulação política desempenhado por Isaac. O TV DOC Fundão surge para *“fazer uma crítica política, uma crítica sobre as coisas que acontecem em nossa comunidade, e fazer um contraponto com a mídia tradicional”*. Este contraponto à mídia convencional se dá tanto pela crítica política ao abandono do território pelas gestões governamentais, como também por meio da produção de narrativas que são invisibilizadas pela grande mídia. A crítica se materializa a partir do confronto de visões estereotipadas da periferia marginalizada:

Mostram as coisas de sempre, as coisas corriqueiras que eles sabem que tem na periferia, mas não mostram um músico que estuda no Teatro Municipal, que mora aqui, que passou e ganhou cem por cento de bolsa, e está no lugar mais elitizado da cidade.

O quarto ato desta história se dá com a junção da TV DOC Capão e da TV DOC Fundão, formando o Coletivo TV DOC. A junção das duas frentes une também suas diferentes perspectivas - passam então tanto a apresentar a importância do artista, do intelectual, da personalidade, como também do debate político. Nas palavras de Isaac, o Coletivo TV DOC une *“a irreverência e a arte do André, com a cautela e a sobriedade de um grupo político de jovens, a gente fez a junção dessas duas coisas”*.

Quando questionado sobre o papel da mídia tradicional e como o TV DOC se posiciona em relação a isso, Isaac entende que *“a mídia no Brasil, e no mundo, tem um papel de desinformação, favorece clichês, favorece a violência, as pessoas preconceituosas, racistas, retrógradas”*. Entende também que nenhum veículo de comunicação é imparcial, que todos têm como objetivo direcionar o pensamento. A TV DOC quer disputar este papel de direção do pensamento, representando claramente um grupo que faz parte de iniciativas contra-hegemonias:

A gente acredita que a gente é mídia alternativa, e mídia da periferia também. A gente faz alternativa aos meios tradicionais, a gente quer que as pessoas deixem de acompanhar os programas da Rede Globo, principalmente, pra acompanhar os nossos programas, o que a gente tá

fazendo. E que a gente está na periferia, que temos que pautar a periferia, fazer a ponte. Não estabelecer a ponte como divisa, mas conectar a periferia e o centro, ocupar os espaços, e trazer as pessoas aqui.

É interessante a reflexão Isaac traz sobre a ideia de “mídia da periferia”. Presente nos discursos de diversos grupos e movimentos sociais contemporâneo, a questão territorial usualmente serve para demarcar a diferença, ressaltar identidades. Isaac rompe com esta ideia a partir da ideia de estabelecer uma ponte como conexão entre periferia e centro, a partir de práticas de encontro: “*A periferia precisa disso: sentar com um mestre de Direito em Harvard, e dialogar sobre diplomacia e direitos humanos*”.

A partir dos conceitos de mídia alternativa e da periferia, o Coletivo TV DOC possui as seguintes linhas editoriais: (a) “Minuto de Reflexão”, um quadro onde um artista ou intelectual compartilha trechos de sua produção; (b) o segmento “Mostrando quem faz”, que tem como objetivo apresentar a narrativa e história de alguém que está contribuindo de alguma forma para comunidade; e (c) o “Correndo atrás de quem manda”, que tem uma abordagem mais política, de “*chegar nos atores políticos, com dignidade e respeito, e abordá-los sobre temas de políticas públicas*”.

O Coletivo TV DOC utiliza como sede espaço da associação de moradores, que tem uma história de luta na região há mais de 20 anos atrás. O uso do espaço foi organizado por Isaac, pela “*amizade e construção, e porque também participo da associação*”. Após um processo de estruturação de equipes, hoje o Coletivo TV DOC conta com 14 pessoas, divididas em uma equipe de produção de conteúdo, responsável pela produção jornalística e de comunicação do grupo, e uma equipe de gestão, que escreve projetos, cuida de questões financeiras, planejamento administrativo, etc. A divisão de responsabilidades entre equipes surge como demanda para garantir o funcionamento do coletivo:

A ideia é dar autonomia para essas pessoas, dar protagonismo, para que a gente possa, mesmo sendo uma mídia alternativa e não sendo uma empresa, conseguir um recurso para que a gente possa minimamente viver, e não sobreviver.

A ideia de autonomia e protagonismo passa também pelos processos de decisão do coletivo, uma vez que “*tudo passa por todo mundo*”. Obviamente que temas do

cotidiano acabam sendo resolvidos dentro das próprias equipes, mas quando se tratam de temas muito importantes, toda equipe se une para definir os rumos do coletivo. Isaac conta que dentro desse processo, muitas pautas já foram vetadas por membros do grupo.

Apesar da estrutura organizacional definida, e possuírem uma sede, a ideia de institucionalização é algo que ainda parece distante para o coletivo, já que para isso “*é preciso um preparo. Abrir um CNPJ já é difícil, acabar com um então é mais difícil ainda*”. Além das questões logísticas e operacionais, a perspectiva de institucionalização aparece com um olhar receoso sobre a possibilidade de engessamento do grupo enquanto organização:

Quando fala em CNPJ pra mim também, já me dá trauma. Eu acho tão legal essa ideia de coletivo, a gente pode procurar recursos em edital, correr por outros caminhos, mas quando você institucionaliza a coisa, tem um CNPJ, aí burocratiza um espaço de jovens.

Sobre o financiamento do coletivo, Isaac deixa claro que os recursos que mantém o grupo tem sido via editais públicos. Já acessaram o programa VAI I tanto como TV DOC Capão e como TV DOC Fundão, e irão tentar o VAI II, segunda modalidade do programa, como Coletivo TV DOC. Além disso, conseguem eventualmente algumas parcerias com entidades e institutos para custear questões pontuais, como uma reforma na sede. Mas entendem a necessidade de garantirem sua autonomia financeira para além dos editais públicos: “*A gente precisa pensar novos caminhos: tirar fotos e vender fotografia, as oficinas, por exemplo, aqui na quebrada. Ano passado fizemos uma oficina no Sesc de duas semanas*”.

Interessante como além do receio perante a institucionalização, existe também o receio sobre como a entrada de recursos pode afetar o caráter militante do coletivo:

O dinheiro também é um dos problemas. [...] Quando o dinheiro está, sem demagogia, é o que acontece. As pessoas mudam, o trabalho modifica, é uma relação muito difícil, não é uma empresa, mas também não é voluntário, não é projeto social. Não dá pra pensar só no dinheiro e esquecer a causa. Se a pessoa estiver pelo dinheiro e não estiver pela causa, aí não adianta. Estamos um ano sem dinheiro e continuamos, é uma causa.

Quando questionado sobre a relação que o Coletivo TV DOC tem com o mercado, a partir de questão hiperbólica do representante da Coca-Cola com uma

maleta de dinheiro, Isaac é efusivo: “*Não vieram, e eu me nego*”. No entanto, relativiza sua própria posição evidenciando o caráter horizontal da tomada de decisões de grupo com um “*como é coletivo, nós votamos e decidimos o que fazer*”. A relação com a mídia hegemônica também é marcada por uma posição de autonomia – “*eu me nego a ir num Caldeirão do Hulk, ou numa Regina Casé, ou em lugares que tenham mulheres seminuas dançando*”. Mas da mesma forma que se relativiza a posição frente ao mercado, se relativiza frente a grande mídia, a partir de cálculos de custo benefício para o próprio grupo:

É como eu falo: a gente precisa ser importante, não precisa ser famoso. Se a gente tiver a oportunidade de falar com a Globo, e com várias outras emissoras, em alguns momentos é importante, porque é preciso divulgar e dar visibilidade para o que você está fazendo – tem gente que mora na Bahia, em Chapecó, que conhece a TV DOC, e tem gente que mora aqui e não sabe o que é TV DOC.

A autonomia aparece novamente não formação de parcerias do coletivo (“*a gente é de poucos parceiros, quer receber poucas pessoas*”), e de sua própria visibilidade: “*é o que sempre acontece com os movimentos da periferia,[...] quando o trabalho está dando resultado, a pessoa vai lá e se vende por pouca coisa, sabe*”. A figura da “causa militante” é recorrente, e ela é fundada na legitimidade do próprio trabalho do grupo, a partir de seus posicionamentos coletivos e de sua atuação:

A gente tem uma causa, e nosso público, que não é específico da periferia, são pessoas que respeitam o nosso trabalho, respeitam por causa desses posicionamentos. A partir do momento que a gente desacredita e faz diferente, a gente entra em descrédito. [...] A gente precisa chegar nas pessoas, mas importa em como vamos chegar. Não vai ser com ajuda de empresa X. Como a gente já dispensou recursos de várias instituições e ONGs da periferia, porque o pessoal fala lá: já era, se vendeu.

Conversa 4: Alma Preta (Pedro Moraes)

A irradiante aurora da imprensa negra é efeito colateral do sistema brasileiro. Temos as mãos que construíram a nação, temos as bocas que não se calaram diante do silenciamento. As mesmas mãos agora reescrevem nossa história. As mesmas bocas agora gritam a liberdade! Não somos objeto, não precisamos que falem de nós. Somos o sujeito de nossa própria história. (descrição do site Alma Preta)

“O Brasil é um país racista”.

É assim que começa a descrição do site Alma Preta (www.almapreta.com), criado em meados de 2015 a partir do contexto de concentração midiática onde os grandes veículos de comunicação não garantem à população negra representatividade, nem protagonismo às suas pautas. A descrição do país continua:

Suas estruturas sociais estão postas para a manutenção das desigualdades raciais. Da mesma forma, no imaginário da população a pele escura é estigmatizada, fato explícito nas relações inter-pessoais. A tentativa histórica de negação às tensões entre pretos, pardos, índios e brancos é evidente, sobretudo, nos meios de comunicação: falta de representatividade, protagonismo e abordagem das pautas negras na mídia tradicional brasileira. Os veículos conservadores negam o racismo e as temáticas inerentes aos negros no Brasil.

Em poucos parágrafos, a descrição do site deflagra as consequências da concentração midiática em sua vertente racial, por meio de uma série de dados da população negra no Brasil, e a gritante ausência de diversidade étnica e cultural na grande mídia brasileira – tanto em seus quadros de profissionais (apesar da população brasileira ser composta por 52,7% de negras(os), sua presença na produção jornalística é de apenas 22%, conforme a pesquisa “Quem é o jornalista brasileiro? – Perfil da profissão no país”³³, realizada pela Federação Nacional dos Jornalistas), como também nas pautas invisibilizadas, ou então no fortalecimento de estereótipos das mulheres e homens negras(os) no país. Como muitos dos movimentos sociais brasileiros contemporâneos, o Alma Preta sobrepõem questões identitárias (racialidade) com as questões de classe, ao dizer que “a imprensa brasileira de amplo alcance sempre foi

³³ Disponível em http://www.fenaj.org.br/reinstitui/pesquisa_perfil_jornalista_brasileiro.pdf

controlada pela elite, e representa seu discurso, bandeiras e projeto de Brasil. Uma visão distorcida pelo racismo, pelo machismo e pelo classismo”.

A complexa descrição do site apresenta de forma evidente seu objetivo: desmistificar a democracia racial (termo consagrado pelo sociólogo Gilberto Freyre e duramente atacado pelos movimentos negros) e expor os conflitos étnico-raciais no Brasil. E para tanto, o site sabe o papel da comunicação nesta empreitada, uma vez que “o jornalismo tem papel fundamental na manutenção da sociedade democrática e na construção da diversidade cultural, torna-se necessário uma imprensa capaz de agregar diferentes olhares e pontos de vista sobre a realidade”.

Para além da sub-representação midiática, o projeto comunicacional do Alma Preta se encaixa no campo mais amplo dos movimentos negros do país, que historicamente vem lutando para reduzir desigualdades sociais, refletir sobre as sub-representações na política (tanto nos espaços democraticamente eleitos como também nas funções de poder do aparato estatal), e atacar o genocídio da juventude negra, setor da população brasileira mais atingida pela violência armada, incluindo a violência do Estado, por meio de suas polícias. E o projeto se insere neste campo entendendo-se como mais um ponto de uma rede em construção, a partir de um projeto contra-hegemônico:

Para denunciar e avançar na desconstrução do racismo institucional brasileiro, iremos dispor de algumas ferramentas textuais e jornalísticas: entrevistas, reportagens, crônicas, poesias, produções audiovisuais, fotos, charges, quadrinhos, resenhas e artigos opinativos. O Alma Preta não está sozinho. Construiremos uma rede de colaboradores em contato com outros veículos de imprensa negra e de mídia independente do século XXI.

O Alma Preta é um site de notícias com recorte racial, com um projeto de design esteticamente agradável e sua produção é dividida em quatro grandes linhas editoriais: “Realidade”, que pretende discutir o racismo na política, economia, cultura e esporte; “Da Ponte Pra Cá”, que trata de assuntos como encarceramento em massa e genocídio da juventude negra a partir da “visão da periferia”; “Mama África”, com notícias do continente africano; e “O Quilombo”, espaço dedicado para de opiniões de seus colaboradores.

Conversei com Pedro Borges, de 24 anos, no salão de festas do prédio em que mora na zona oeste de São Paulo. Pedro é um dos fundadores e colaboradores do Alma Preta, e havia recentemente voltado para São Paulo, pois se formou em Jornalismo na UNESP do campus de Bauru. Não o conhecia pessoalmente, e nosso contato anterior à entrevista se restringia à algumas trocas de e-mails e mensagens de celular. Como das outras vezes, apresentei os objetivos da pesquisa, e por que estava lá conversando com ele. Discutimos brevemente algumas questões metodológicas da entrevista, e batemos um papo mais informal para quebrar o gelo. Com sua autorização, gravei a entrevista.

O Alma Preta surge, conforme Pedro, de forma curiosa: de seus quatro integrantes, três deles participaram também da fundação do coletivo negro do campus da Unesp no final do ano de 2013, e foi frequentando as reuniões do coletivo que os três (todos estudantes de jornalismo) decidiram montar um grupo de comunicação e pensar em um site de imprensa negra. O quarto integrante do grupo, responsável pela identidade visual do projeto e de suas ilustrações, entra no grupo pois morava na república estudantil com alguns dos membros. Desta forma, a principal motivação da gênese do grupo se dá na própria organização de seus integrantes dentro de um coletivo estudantil com recorte racial, como coloca Pedro: *“O Alma Preta, na minha opinião, acabou sendo um reflexo do coletivo negro que a gente criou dentro da universidade”*.

Além da participação no coletivo, Pedro também colabora com a reestruturação do Núcleo Negro da Unesp de Pesquisa e Extensão (NUPE), que atua em rede com outros núcleos de negros de pesquisa das universidades federais e estaduais. Ele relata que a criação do coletivo e a reestruturação do NUPE gerou uma resposta conservadora dentro do próprio campus, com diversas pichações racistas, e é dentro desta efervescência das pautas raciais que o Alma Preta é criado, com a colaboração e incentivo do Prof. Juarez Xavier, único professor negro do campus, jornalista e militante histórico do movimento negro.

Para Pedro, o Alma Preta acompanha um movimento de identidade das pessoas estarem se reconhecendo mais enquanto negras, e o site tem como objetivo trabalhar nessa identidade positiva, porque *“a gente acredita que é importante que as pessoas negras se vejam enquanto negras, porque isso muda o eixo da política nacional”*. Portanto, o Alma Preta busca debater as esferas políticas, econômicas e culturais a partir do ponto de vista étnico-racial. De maneira geral, o site pretende:

[...] fazer uma denúncia qualificada do racismo, uma desmistificação do trabalho da mídia tradicional, e um processo de construção de uma identidade positiva da população negra. Para além do genocídio, precisamos falar também de outros temas que a população negra vai se identificar. Por exemplo, fazer uma reportagem sobre o Muhamad Ali, quem foi a Nina Simone, quem foi Malcom X.

Para o Alma Preta, a questão racial não está descolada das questões de classe. Primeiramente, entendem que o próprio surgimento e disseminação de meios de comunicação alternativos e radicais estão vinculados aos processos históricos do sistema capitalista, que “*deu tiro no próprio pé*”, uma vez que as próprias contradições do sistema capitalista fizeram com que qualquer um pudesse ter um celular na mão. “*Ele precisa vender, mas ele deu poder na mão das pessoas*”. Obviamente esta visão não é romantizada, e Pedro demarca que não existe realmente uma democratização dos meios de comunicação (nosso alcance é ínfimo perto de um grande veículo de comunicação), mas existe sim uma democratização, barateamento e popularização das ferramentas de comunicação. Pedro também reflete sobre o papel contemporâneo do “sujeito revolucionário”, dizendo ser impossível pensar em uma mudança social efetiva sem uma participação massiva da população negra, que é a população majoritária no Brasil. Todos esses elementos são fortemente marcados na produção comunicativa do Alma Preta.

Ao ser questionado como se entendem enquanto mídia, Pedro diz que o Alma Preta se coloca enquanto mídia militante e radical. Para ele, a mídia radical é aquela que os termos de imparcialidade, objetividade e neutralidade do jornalismo e os inverte. Dessa forma, o Alma Preta é uma mídia parcial, mas “*uma mídia que tem objetividade, que a gente acredita na técnica jornalística, mas a gente coloca nossa subjetividade, a gente é uma mídia militante, e que a gente se posiciona, a gente toma partido*”. Admite também que os grandes veículos de comunicação também fazem isso, com a diferença que não assumem seus posicionamentos. Sua fala claramente denota um projeto contra-hegemonico:

[...] a gente tem um projeto de poder, um projeto político. [...] A gente questiona muito a questão da representatividade e da própria diversidade da mídia, que é majoritariamente branca em um país de maioria negra. A nossa vontade não é que o Jornal Nacional seja só composto por gente negra, e que continue fazendo o mesmo trabalho jornalístico que o Jornal Nacional faz.

[...] A gente acredita que o jornalismo tem que se modificar completamente. Que seja um jornalismo muito mais diversificado, [...] numa diversidade de vozes, [...] numa diversidade de atores.

Este projeto hegemônico se concretiza a partir da atuação em rede do Alma Preta com outros veículos de mídia alternativa e radical. “*Em conjunto com outros veículos de comunicação, como Periferia em Movimento, o Nós Mulheres da Periferia, a gente consegue criar uma esfera pública radical. Uma esfera pública que se oponha à esfera pública hegemônica. Em grupo, a gente consegue fazer barulho*”. Essa atuação em rede com outras atrizes e atores do campo da comunicação reflete um desejo ambicioso do grupo, em compor uma Frente de Mídias Negras que está sendo desenvolvida em São Paulo com blogueiras e blogueiros negros como Djamila Ribeiro, Douglas Belchior, a Jarid Arraes (colunista de revista Forum), e sites como o Geledés, o Portal Áfricas e alguns outros grupos.

A estrutura do Alma Preta foi pensada desde seu início para não ser um projeto personalista de seus membros, e sim um veículo de comunicação que tenha “ferramentas, uma estrutura e um corpo para deslegitimar o discurso racista e hegemônico da mídia tradicional”. Sem sede própria, cada membro do grupo trabalha de sua própria casa, a partir de uma ideia de redação virtual, utilizando ferramentas online de compartilhamento e armazenamento de arquivos e trocas de mensagens. Este formato de trabalho tem seus desafios “*Como a gente não está sempre junto, precisamos ser muito organizados para que a coisa dê certo*”. Pedro fala de uma ideia do jornalismo pós-industrial, onde é necessário pensar em outras formas de organização, que fujam de uma redação física.

O processo de tomada de decisões é coletivo, mesmo que todos os integrantes do site não tenham a mesma relação com o projeto por conta de seus diferentes momentos em suas trajetórias de vida, visto que não são todos que conseguem se dedicar integralmente ao Alma Preta. Mesmo assim, as decisões são tomadas juntas, a partir de uma autonomia construída em cima de linhas gerais já bem definidas. As pautas trabalhadas no site também são feitas de um modo coletivo:

A gente tira um dia, senta, e discute a pauta, a partir do ponto de vista de um jornalismo especializado, uma pauta diferente do que, por exemplo, a Folha vai usar para subir um texto noticioso. A gente faz uma pauta para fazer uma

reportagem. Tem uma tese a pauta, ela vai ter seu caminho, as pessoas que vão falar, uma pauta muito mais complexa que um texto noticioso.

Ao falarmos sobre o financiamento do Alma Preta, Pedro retoma novamente o conceito de jornalismo pós-industrial, na qual o padrão de vender publicidade “*está morto*”, e é também “*padrão ruim*” - “*Se eu tivesse um anunciante privado no meu site, ele me traria mais problemas do que soluções. Primeiro que ele me pagaria muito mal, e ele deixaria meu site feio também*”. Para ele, jornalismo pós-industrial deve pensar em outras formas de financiamento, como o coletivo:

São esses outros caminhos de financiamento que a gente está buscando. Todos diferentes deste padrão tradicional do jornalismo. Como a gente ainda é muito recente, a gente ainda está aprendendo esses processos, vendo como a gente consegue. Por isso nós temos atividades paralelas (freelances, bicos, bolsas de estudos, etc). Mas estamos com uma perspectiva boa, bastante otimistas. Acreditamos que no ano que vem, até o meio do ano, a gente esteja com algumas coisas concretas acontecendo em relação ao financiamento, mas ainda é muito nebuloso.

Antes de responder sobre as possibilidades de financiamento via editais públicos ou mercado, Pedro problematiza o histórico da mídia negra no Brasil, que “*é um histórico muito cruel*”:

A mídia negra existe desde que existe mídia. Acho que o primeiro jornal de mídia negra no Brasil surge dez anos depois do primeiro jornal do Brasil. E a mídia negra nunca deixou de existir em intervalos no máximo de dez anos, e toda história da imprensa brasileira. Mas a mídia negra é uma mídia que nasce, ela tem um ápice, e morre. E ela morre exatamente porque ela não consegue se financiar.

Inseridos no campo da mídia negra, o Alma Preta apresenta razões para se preocupar com questões de financiamento, pois “*para ter uma autonomia, a gente precisa primeiro existir*”. Em relação aos editais públicos, como ocorre com os outros grupos estudados, o Alma Preta não enxerga problema algum em acessá-los, até porque “*a gente pensa que esse dinheiro público é majoritário de uma população negra, um dinheiro nosso também*”. Eles chegaram a inscrever em um edital da Secretaria Especial de Promoção da Igualdade Racial, do Governo Federal, que foi cancelado.

Em relação ao mercado, o grupo entende que existe a possibilidade de se sustentar financeiramente de maneira mercadológica, por meio da venda de produtos. Quando questionados sobre patrocínios privados, este é um ponto ainda não discutido coletivamente pelo grupo:

Mas a relação com o mercado é muito mais complicada, em pensar, por exemplo, em um patrocínio. Não sei como a gente lidaria. Até porque é uma coisa bem distante, não sei que empresa gostaria de investir na gente. A gente tá descendo o pau em todo mundo.

Mesmo não tendo formulado uma posição coletiva, a questão da “*responsabilidade de existir*” enquanto mídia negra pesa, e ao contrário de iniciativas de comunicação provenientes de uma militância de classe média alta, legitimamente branca, que não precisa desses recursos, uma militância de uma população negra não tem o privilégio de poder falar não. As questões de sobrevivência justificam novamente a atuação em rede, e a possibilidade da criação de uma Frente de Mídia Negra, que além de aumentar seu alcance e potência política, criando uma esfera pública radical, esta rede poderia também “*barganhar verba pública*”. Desta forma, “*você consegue pautar a questão étnico-racial com outra qualidade, de outro jeito*”.

Conversa 5: Periferia Em Movimento (Thiago Borges)

Periferia em movimento é desconforto. [...] Vozes que ecoam contra a narrativa homogênea do centro. (descrição do site Periferia em Movimento)

O Periferia em Movimento é um coletivo de comunicação criado por jornalistas da zona sul de São Paulo. Surgido em 2009, o grupo hoje é uma das grandes referências na comunicação periférica da cidade de São Paulo, e, em contraponto da à narrativa limitada e negativa apresentada geralmente pela mídia hegemônica sobre as periferias, busca “contar nossa própria história e lutar por uma mídia mais democrática e plural”.

Com a ideia de ser um meio alternativo à mídia convencional, o Periferia em Movimento traz um olhar “de dentro pra dentro”, apoiando e difundindo ações sociais, culturais, políticas e econômicas de iniciativa popular que lutam pela garantia dos direitos fundamentais nas periferias da cidade, especialmente na zona sul. Em seu manifesto, colocam que Periferia em Movimento é desconforto, é vigília, é diversidade,

é busca por emancipação, é o “é o grito na garganta a cada corpo que sangra nos becos e vielas”:

Periferia em Movimento é resistência.

Negrindígena, nordestelatina.

Cultura de rua, poesia de bar, teatro de represa, cinema de garagem.

Potência X carência. Empoderamento X apropriação. Identidade X

Pausteurização.

Sonhar de olhos abertos, sem tirar os pés do chão.

(trecho do Manifesto do Periferia em Movimento)

Conversei com Thiago Borges, morador do Grajaú e jornalista de formação, no dia 13 de janeiro de 2016. Já havia conversado brevemente com ele durante uma Conferência Aberta de Midialivre, atividade na cidade de São Paulo que integrou a 3ª Conferência Nacional de Juventude, e reuniu diversos coletivos de mídia e comunicação da cidade. Nos encontramos no SESC Campo Limpo, local onde Thiago estava oferecendo uma oficina sobre comunicação. Antes da entrevista, conversamos sobre as recentes manifestações do Movimento Passe Livre na cidade, e não havia como ser diferente, uma vez que dias atrás umas das manifestações sofreu uma violenta repressão por parte da Polícia Militar. Apresentei os objetivos da pesquisa, e solicitei permissão para gravar.

Filho de migrantes mineiros e baianos, Thiago conta que nunca se identificou com o lugar que morava (Grajaú), e acreditava que se estudasse e trabalhasse, conseguiria uma vida melhor e sairia do bairro. Primeiro da família a cursar o ensino superior, é na faculdade que uma série de incômodos começam a ser despertados:

Quando eu entro na faculdade, e começo a ter acesso a outros conteúdos que eu não tinha antes, começo a entender até o porquê de eu morar no Grajaú, e o porquê de eu não gostar do local, por determinadas características dele. Por que outros lugares são melhores e que eu tenho que lutar pra sair dali? Eu começo a questionar isso: por que eu tenho que mudar daqui pra ter uma vida melhor?

A partir destas inquietações, Thiago decide fazer um trabalho de conclusão de curso sobre o Grajaú, para “*entender melhor que lugar é este do qual eu estou vindo*”.

Este desejo de estudar a zona sul é compartilhado por outras duas fundadoras do coletivo: Aline, que tinha uma atuação no terceiro setor e movimentos sociais da região, desejava entender qual o impacto real desses movimentos na vida das pessoas; já a Sueli tinha vontade de contar a história do movimento social que ela participava e estava completando dez anos, um movimento de resistência do Grajaú, criado em 2000 por jovens e por um padre da igreja católica, com objetivo de pedir paz numa época em que o Grajaú era o líder no ranking da taxa de homicídios na cidade de São Paulo. Os três desejos se encontraram, e eles decidiram contar as histórias dos movimentos sociais no Grajaú.

Durante o estudo para o trabalho, os três se debruçam por temas e discussões sobre periferia e periferias, sobre violência e suas causas, a história do Grajaú e toda a articulação que existe na região, e isso resulta num documentário. Neste processo, muito material da pesquisa acabou não sendo utilizada no trabalho, e como forma de dar vazão para este conteúdo, eles criam um blog, em meados de agosto de 2009.

A partir da criação do blog, eles percebem que existia uma demanda por informações como a que eles produziram maior do que imaginavam:

As pessoas começam a mandar pautas, pedindo pra gente divulgar evento, divulgar sarau, divulgar peça de teatro. E aí que a gente percebe na real qual é que é: a gente fazia um questionamento da mídia, porque a mídia tava trazendo uma visão estereotipada desse território e das pessoas que vivem aqui, como uma região violenta, e qual impacto disso na vida das pessoas, como mentir no currículo o lugar de moradia pra conseguir um emprego.

Mesmo identificando esta demanda, o Periferia em Movimento ainda não se enxergava enquanto produtor de conteúdo, uma vez que já existiam outras iniciativas mais consolidadas que já tocavam a pauta de cultura na periferia, como Viração, Agenda Cultural da Periferia, da Ação Educativa, VivaFavela, do Rio de Janeiro. Tanto que em 2010 inscrevem um projeto no programa VAI não para produção específica de conteúdos comunicativos, mas para promover um ciclo de debates sobre os temas trabalhados durante sua pesquisa no TCC. Eles realizam seis debates no Grajaú, com a participação de artistas, militantes, educadores, população local em geral, e o site funcionava como uma ferramenta para comunicar esses eventos, e vez ou outra, divulgar agendas de outros grupos, republicar matéria de outros veículos com assuntos que tinham a ver com a sua atuação.

Em 2011 inscrevem outro projeto no VAI, “*com a ideia de disseminar ferramentas e práticas de produção de conteúdo*”. O projeto realiza duas oficinas de audiovisual, uma no Grajaú e outra no Campo Limpo, que resultaram em sete curtas metragens, sendo seis documentários e um ficção. Após este projeto, e com a impossibilidade de solicitar apoio novamente via o fomento do VAI³⁴, ele e Aline pedem demissão de seus trabalhos para focar no Periferia em Movimento. Para eles, este momento é visto como a refundação do coletivo:

Era um momento de efervescência cultural muito grande. Os saraus estavam bombando. A gente decide focar nisso, divulgar essas ações, mais agenda e cobertura de eventos mesmo. [...] A gente percebe que esse é um universo muito maior do que a gente consegue dar conta. Em São Paulo, segundo a Ação Educativa, tem mais de 9000 coletivos culturais nas periferias. Como é que a gente dá conta disso? A gente não dá conta. [...] A gente está sempre refletindo sobre isso, sobre o que a gente quer fazer de fato.

Indicados pelo Tony Marlon, da Escola de Notícias, o Periferia em Movimento passam em um processo para participar de uma formação em “Empreendedorismo social e criativo”, pelo ImpactHub³⁵, com outros empreendedores sociais criativos das periferias. Esta experiência os ajuda a pensar como sobreviver financeiramente como grupo:

Foi importante também pois foi um momento de questionamento, se é um negócio mesmo o que a gente queria fazer. [...] Foi um momento que a gente discutiu como conseguir ganhar dinheiro com isso, mas sem se tornar mais um veículo da mídia convencional. [...] A gente vai ganhar dinheiro em cima da miséria? O que a gente vai fazer?

Estas definições sobre como estruturar o coletivo ocorre junto com as movimentações de Junho de 2013, quando as ruas de diversas capitais foram tomadas por movimentos sociais que pediam inicialmente o passe livre, e posteriormente uma série de demandas difusas. Este momento é importante para o grupo, que entende que foi quando uma série de coletivos que já existiam na periferia passaram a se reorganizar e se fortalecer, rediscutindo seu papel na cidade. Outro momento marcante é novembro

³⁴ Dentro das regras do programa VAI, o mesmo proponente pode solicitar o fomento apenas por duas vezes.

³⁵ O Impact Hub São Paulo é um “rede global de empreendedores de impacto. Um espaço de trabalho compartilhado. Um laboratório de inovação. Uma incubadora de empresas. Um centro colaborativo de empreendedores sociais. Nós oferecemos um ecossistema único de recursos, inspiração e oportunidades de colaboração para aumentar o seu impacto”. Para mais informações: <http://saopaulo.impacthub.com.br/>

de 2012, quando aconteceram alguns ataques do PCC (Primeiro Comando da Capital) e uma intensa retaliação da Polícia Militar, que ocasionou o assassinato de centenas de jovens nas periferias de São Paulo. Um amigo de Thiago foi um dos que foram mortos pela polícia.

Mesmo já possuindo um discurso contra-hegemonico frente a mídia comercial, a experiência traumática pessoal de Thiago materializa as consequências da concentração midiática em sua vida:

No dia que ele morreu, eu chego no local onde ele foi morto, que foi em frente a um pronto socorro, tinha uma equipe da rede Record gravando em frente ao pronto socorro. E eles não conversam com ninguém, não falam com ninguém da família, não falam com testemunha. Depois sai a matéria dizendo que a polícia tinha matado um ladrão de moto numa troca de tiros, isso é uma ficha caindo. É isso.

Depois desta reorganização, eles retomam sua vocação no campo da comunicação e iniciam uma nova iniciativa a partir das seguintes questões: “*Quem está de fora? Quem é a periferia da periferia?*” E assim surge o projeto “A margem da margem”, com a pretensão de contar as narrativas daquelas e daqueles que se encontram nas situações mais vulneráveis dentro das periferias: as transexuais, as travestis, os imigrantes, os indígenas, as pessoas com deficiência, os idosos, etc. A ideia inicial seria produzir conteúdo e fazer oficinas a partir deles, com a participação de pessoas que estariam nessas minorias. No entanto, ao iniciar o projeto a partir de um conceito fechado de quem seriam aqueles que estão à margem da margem, percebem uma coisa:

A gente fala: ‘não, está tudo errado isso aqui’. A gente critica tanto essa imposição que vem de cima pra baixo, e a gente tá impondo o mesmo aqui, construindo a casa a partir do telhado. [...] A gente se debruçou, era um negócio muito mais complexo. O que permite a gente repensar o termo periferia. O que é periferia? Periferia para além do território. A gente já vinha se questionando sobre isso. Seria periferia no singular, ou periferias no plural? [...] gente entende periferia muito além do conceito territorial, geográfico. Tem questões sociais, políticas, econômicas, culturais, e, inclusive, midiáticas.

O Periferia em Movimento é composto por 4 pessoas, e não possuem uma sede. Durante o processo de definição de sua estrutura em 2014, o grupo conseguiu definir uma série de funções: funções administrativas e rotineiras, captação de recursos, “*que é*

desde um contato com um Sesc da vida, tipo tentar vender uma oficina ou um curso, que é o que vai subsidiar a produção de conteúdo depois, até ver edital que a gente pode participar ou não". Pelo número limitado de pessoas e uma dinâmica mais fluida do grupo, a divisão de tarefa acaba sendo compartilhada *"Claro que um acaba assumindo sempre mais que uma função, mas a gente consegue definir uma rotina com base nessas funções que a gente delimitou"*.

Durante o seu processo de reestruturação, o Periferia em Movimento também conseguiu delimitar melhor as funções de produção de conteúdo e suas linhas editoriais. Estabeleceram uma meta de produzir uma reportagem por semana, que foi superada no ano de 2015. A linha editorial do site também foi melhor desenvolvida: *"O que a gente estava falando mesmo? Era só cultura? Isso estava muito forte mesmo, mas não era só isso"*. Definem que o Periferia em Movimento fala de cultura, mas também de algo muito mais amplo que isso: *"direitos humanos na perspectiva das quebradas, das periferias"*. As discussões sobre periferia e periferias também se refletem aqui – não se trata de falar de direitos humanos de qualquer periferia, ou de todas as periferias do Brasil, sequer de todas as periferias de São Paulo. O Periferia em Movimento passa então a olhar de novo pro extremo sul, para o Grajaú, e delimita se escopo:

A gente vai falar a partir daqui, a partir do extremo sul. Estamos falando de direitos humanos das periferias a partir do extremo sul. Então a gente vai falar dos protestos contra o aumento? Então a gente vai falar a partir da perspectiva de quem demora duas horas pra chegar no centro, de quem está no extremo sul, de quem está nessa região aqui que tem suas particularidades, região de mananciais, do outro lado da ponte, e isso começa a ficar mais definido pra gente.

A partir do olhar do extremo sul da cidade, as editorias do Periferia em Movimento refletem a diversidade dos direitos humanos: cultura e identidade, gênero e sexualidade, mobilidade, moradia, luta contra o genocídio, resistência indígena, meio ambiente, educação, saúde, trabalho e renda, democratização da mídia. *"A gente vai falar sobre isso, e falar de quem está na frente de luta para garantia de direitos, independente se é artista, se é coletivo, se é organização, se é movimento"*.

A discussão sobre estruturação do coletivo também passou qual deveria ser seu caráter: *"a gente não quer ser empresa, porque a gente não tem fins lucrativos, a gente não quer ter uma hierarquia, a gente mantém um nível horizontal"*. Esta

horizontalidade do grupo é exemplificada a partir do processo de decisão o grupo, onde todas e todos, independente do tempo que participam do grupo, possuem o mesmo poder de decisão e recebem o mesmo valor-hora de trabalho. A discussão sobre “ser empresa ou negócio social” perpassa pela experiência que tiveram com o mundo do terceiro setor, especialmente das instituições que advogam o “empreendedorismo social”. Apesar de dialogarem com este tema, Thiago apresenta uma visão crítica a estes conceitos:

Eles vêm com uma visão de empreendedorismo que é uma visão muito válida pra GV, pessoal da GV, que se formou na GV, que acredita nesses negócios sociais, nesse conceito, que é uma visão elitista, que coloca o empreendedorismo como a salvação do mundo. ‘Então vamos lá criar seus negócios, se quebrar tudo bem’. Mas a gente não pode quebrar, eu não posso quebrar. Não dá. Meus pais são trabalhadores autônomos. Eu vou quebrar como? Eu não posso investir uma grana, não posso pegar um empréstimo. Se eu pegar um empréstimo [e quebrar] eu vou ficar com nome sujo. É tudo pé no chão. A gente não pode arriscar [tanto]. A gente arrisca, mas tem limite, tem um teto.

A crítica não é gratuita, e dialoga diretamente com uma construção do coletivo que valoriza muito seus lugares de fala: *“Se a gente quer apoio pra se estruturar como negócio, vamos com o pessoal da Solano [Trindade], parceiro que está pensando nisso, mas discutir isso no Fórum de Cultura do Grajaú, que estamos fazendo essas discussões de economia solidária, como a gente se mantém, se estrutura, a partir do nosso próprio conceito”*. Ou seja, qual a necessidade utilizar conceitos e práticas que não dialogam com sua realidade? Ainda mais quando inúmeros coletivos e grupos nas periferias têm experimentado uma série de inovações, vivências e práticas no campo da economia solidária, da cultura e criativa.

A gente tacou o foda-se. Foda-se esses conceitos de negócio social, empreendedorismo criativo. A gente tá aqui criando os nossos próprios processos, a gente sempre criou, e vamos continuar criando nossos próprios processos a partir da nossa realidade.

Dialogar com novas práticas de financiamento é o que o Periferia em Movimento tem feito. Primeiramente, Thiago e Aline tentaram relacionar todos trabalhos individuais que os membros do grupo faziam com o próprio coletivo. *“Tudo*

que a gente ganhava com os freelas a gente colocava no caixa do Periferia em Movimento”. Para isso, trabalham uma modelo de negócios inspirado pelo “A Banca”³⁶:

Com todo dinheiro que entra, a gente tem os custos básicos pra manter o site no ar, pra gente continuar trabalhando. Todo dinheiro que entra a gente coloca no caixa, e nós temos um valor específico por hora. [...] Independente se a gente faz uma palestra, ou se a gente dá um curso, ou vai dar uma oficina, e a gente está ganhando cem reais, se a gente está ganhando mil, se a gente está ganhando cinco mil, independente de quem é, a gente coloca num caixa único. E aí nesse caixa único, a gente tira todos os custos, e determina o salário que cada um vai ter. Cada um tem um salário específico, e assim consegue fazer girar melhor a grana.. A gente definiu um valor-hora, e fazemos um controle de horas. Enfim, é uma profissionalização que tem acontecido.

Além disso, passam a conseguir vender produtos na área da comunicação para outros movimentos, organizações e institutos, como a própria Banca, unidades do Sesc, a Ação Educativa (fizeram a cobertura do Campeonato Mundial de Futebol de Rua, realizado em São Paulo) e algumas universidades, onde oferecem um curso de extensão em comunicação e jornalismo. *“Fazer o que a gente quer, viver disso, se aproximar dos movimentos, fazer mais coberturas em locus, ampliar o alcance do site”*.

Além da venda de serviços, o Periferia em Movimento tem parte de seu financiamento via editais públicos: foram contemplados duas vezes pelo VAI, uma vez pelo Redes e Ruas, ganharam o Prêmio Comunica Diversidade do Ministério da Cultura, e o edital de Agente Comunitário de Cultura. Da mesma forma que os outros grupos aqui estudados, o Periferia em Movimento disputa os recursos disponibilizados pelo Estado sem qualquer tipo de crise.

Já quando questionado sobre sua relação com o mercado, a resposta de Thiago reflete um posicionamento coletivo bem definido:

Quando a gente pensa o que a gente pode oferecer? O que a gente pode vender? [...] A gente pode vender cursos, oficinas, vivências e coberturas. [...] Pra quem a gente oferece isso? A gente já definiu alguns públicos-alvo: grandes organizações do terceiro setor ou sem fins lucrativos, institutos, [...] que tem alguma relação com o que a gente já faz, a gente vê alguma relação

³⁶ A Banca é uma produtora cultural e social do Jardim Ângela. Com mais de dez anos de experiência, são referência no cenário do hip hop.

na atividade fim. [...] A gente não teve tantas experiências desse tipo [relação com mercado]. A gente já listou uma série de institutos ligados à empresas, [...] e [quando] entramos em contato com algumas, percebemos que tinham uma abordagem bem corporativa, mercadológica, que só queriam colocar o nominho lá, e na verdade não estava preocupado muito com a atividade, e sim com o número de pessoas que ia atingir, e se ia ficar bem na foto. [...] Até certo momento a gente tentou se adequar ao mercado, mas uma hora a gente falou: foda-se, e quem quiser apoiar, apoia, a gente não vai ficar pagando pau pra ninguém.

Quando conversamos sobre a mídia, Thiago apresentou uma visão bastante interessante, a partir de três faces da mídia: a mídia hegemônica, que pauta o nosso dia a dia, as nossas ações, nossas discussões, “*o que a gente vai pensar e não vai pensar, o que a gente vai ser contra ou a favor de determinantes que influenciam a vida de todo mundo*”; a mídia governista-petista, “*que toma o lado do PT, e defende o PT, diz que o governo vai dar uma guinada à esquerda, quando o próprio governo diz que não vai dar uma guinada à esquerda*”, no qual ele encaixa alguns veículos de mídia alternativa, de esquerda, blogueiros progressistas, e outros coletivos. Diz mais:

Estes grupos se colocam alternativos à grande mídia, fazem um contraponto. Mas é um contraponto partidário, que é conveniente, assim como a grande mídia. Fala de assuntos que são convenientes. [...]A impressão que eu tenho quando leio essas mídias petistas é que aquilo foi feito pela assessoria de imprensa do governo. Abaixam a cabeça pra tudo. Falam de chacina em São Paulo quando é conveniente, mas não fala de chacina em Salvador, por que? Porque foi a polícia do governo petista que promoveu a chacina de Salvador? Aí não é conveniente falar? Aí é conveniente falar quando o governo do Paraná demite professor, mas isso não é conveniente falar quando é em um estado administrado pelo PT? É conveniente falar quando a polícia bate em manifestante, mas não é quando a GCM bate em morador de rua?

A terceira face da mídia, da qual eles se incluem, é composta por “*essas novas experiências de mídia, que estão surgindo e se fortalecendo*”. Não nega que esta terceira face da mídia possui uma relação com o Estado, e com a administração petista, mas “*não é de abaixar a cabeça*”. Exemplifica quando, durante as eleições presidenciais de 2014, o Periferia em Movimento tomou na campanha da Dilma, como também tomou lado nas manifestações verde e amarela. “*A gente toma lado, mas a gente não abaixa a cabeça*”. E reforça:

Existe um diálogo com a administração petista, porque ainda existe um campo de diálogo aberto. Mas é um campo de questionamento, a gente tá ali pra tacar pedra mesmo. Não vem querer que a gente seja amiguinho, porque a gente não é. Não tem como defender o aumento da tarifa.

A visão crítica “*que não baixa a cabeça*” representa claramente um projeto contra-hegemonico de comunicação no Periferia em Movimento. Além disso, Thiago faz questão de frisar o recorte de classe que o coletivo possui – “*o recorte de classe e territorial pra gente é muito forte*”. Além do conteúdo, a prática de solidariedade e apoio à outros grupos e movimentos está presente na atuação do grupo:

Por isso que a gente se define como coletivo de comunicação: porque a gente tem um site, publica reportagens, notícias, mas a gente tem também um processo pedagógico, tipo de estar junto dos outros coletivos, como por exemplo, Mulheres na luta, o grupo feminista que estava puxando essa discussão do top 10 da região, e que levou isso pra Alesp, e conseguiu a criação de uma CPI pra investigar isso. Mas aí o Jornal Nacional ia bater na porta delas, e aí? E aí a gente tá junto pra pensar, “não passa contato de menina nenhuma porque vai fuder pra elas depois”. [...] Então tem um processo quase de relações públicas, de assessoria de imprensa. Direto veículos ligam pra gente pedindo contatos, e a gente julga se é valido ou não, se a gente faz essa ponte ou não. Quando querem só explorar uma história triste, miserável, como a do top 10 por exemplo, ou quando é algo que vai ter um retorno, um impacto positivo pra quem tá ali na quebrada também.

Conversa 6: Nós, mulheres da periferia (Jéssica Moreira)

Nós não somos aquelas que falamos sobre as mulheres da periferia. Falamos das mulheres da periferia porque ela é minha vizinha, ela é minha mãe, minha avó, minha prima, minha irmã, ela sou eu. Então é por isso que nós somos as mulheres das periferias.. (fala)

Conforme sua descrição em seu site, o Nós, Mulheres da Periferia propõe “reduzir esse espaço vazio existente na imprensa e a falta de representatividade, buscando mais protagonismo e visibilidade, com a nossa própria voz”, por meio de narrativas nas quais as questões de gênero se complementam com as questões sociais e raciais. Além de reconhecer e fazer parte desta luta, a proposta do coletivo é construir um espaço com informações que extrapolem a questão de gênero e atinja o campo social e étnico, onde a exclusão é muito maior. Com a missão de colaborar no processo de empoderamento das mulheres da periferia, a partir da comunicação, o coletivo é

formado por oito jornalistas e uma designer, todas moradoras das periferias de São Paulo.

Conversei com Jéssica Moreira, de 24 anos, jornalista e moradora de Perus (zona noroeste de São Paulo, conhecido também como extremo norte), no dia 20 de janeiro de 2015. Já não estava mais realizando entrevistas para a pesquisa, mas o contato de Jéssica não me fez pensar duas vezes, uma vez que o “Nós, mulheres da periferia”, traz claramente as questões de classe, territoriais, raciais e, diferente dos outros grupos aqui estudados, especificamente as questões de gênero. Combinamos de nos encontrar na estação de trem de Perus. Neste mesmo dia, Jéssica estava recebendo dois jornalistas dos Estados Unidos e um representante da Associação Brasileira de Jornalismo (ABRAJI), por conta de um programa de intercâmbio de jornalistas que a associação possui, e a ideia do encontro era apresentar a periferia das cidades a partir do olhar de uma moradora e também jornalista. As atividades se acumularam e participei da visita guiada com os jornalistas estrangeiros, nas palavras dela por conta de sua desorganização pessoal, nas minhas por conta de seu papel de articuladora. Nos acompanhava também um amigo irlandês de Jéssica, do período em que ela morou naquele país. A ideia era visitar a antiga fábrica de cimento de Perus, espaço que é palco de uma disputa entre moradores, coletivos de cultura, e seus proprietários, ou seja, um espaço que materializa uma série de disputas muito presentes na cidade de São Paulo.

Ao chegarmos na fábrica, um funcionário nos recebeu de forma bastante agressiva, impedindo nossa entrada. “Isso é propriedade privada, vocês não podem entrar”, dizia o homem, trabalhador, subalterno, certamente de origem humilde, que vocalizava os desejos de seu patrão. Após uma negociação entre outro funcionário, Jéssica conseguiu que pudéssemos ver a fábrica, do lado de fora, desde que não tirássemos fotos. O tempo todo fomos seguidos pelo segundo funcionário, dentro de seu Fiat Uno vermelho. Após a visita frustrada, seguimos com o “tour” por Perus com os jornalistas estrangeiros. Depois de conversas sobre as eleições nos Estados Unidos, manifestações em São Paulo (que eles haviam participado no dia anterior), tapiocas, e assuntos diversos, nos despedimos dos visitantes gringos na estação de trem de Perus. Nos dirigimos para casa de Jéssica, onde começamos nossa conversa.

O surgimento do Nós, mulheres da periferia está ligado à uma outra iniciativa de mídia, o Blog Mural. O Mural foi criado em 2010 pelo jornalista Bruno Garces, um

jornalista da BBC Brasil que morava em Londres e que com uma bolsa da Knight Journalist Foundation decidiu reunir jornalistas moradores de periferias, bolsistas, prounistas, “*essa galera que ninguém queria*”, para falar de jornalismo nas periferias. O processo de construção do Mural se deu a partir de três oficinas realizadas naquele ano, onde as pessoas discutiam como a mídia hegemônica retratava as periferias. No final de 2010, Bruno conseguiu uma parceria com a Folha de São Paulo, onde se realizou a interface entre o Mural e a jornalista Izabela Moi, que será peça fundamental para entender essa história. No ano de 2011 eles realizaram mais um processo de oficinas com novos “muralistas”, que permitiu o ingresso de outras jovens no processo. E em fevereiro de 2012, a Izabela Moi, então editora do blog Mural, escolheu cinco jovens mulheres para escrever um artigo para o dia da mulher para ser publicado na Folha, sobre como é ser mulher na periferia: “*A gente se juntou, vamos discutir o que é ser mulher na periferia, e juntamos todas as ideias, vimos que temos um monte de coisa em comum, o que a gente sofria por ser mulher na periferia, e escrevemos o artigo*”.

Jéssica conta que, a partir da publicação do artigo, elas perceberam que havia um vazio muito grande das mulheres na mídia:

Por que percebemos isso? Porque quando o artigo foi publicado, eu vi muitas meninas compartilhando o artigo, [...] assinando o artigo. Porque a gente assinou “por Jéssica, não sei quantos anos de Perus”, daí as meninas compartilhavam e assinavam, “por Maria, 25 anos de zona leste”. E percebemos que tem um público aí que não está sendo contemplado pela grande mídia. [...] O baque veio quando uma menina levou o artigo e leu ele em um sarau na Zona Leste, e um amigo nosso do Mural gravou e mandou pra nós.

A partir desta repercussão e percepção coletiva de existir “*um gap de uma mídia que falasse da mulher da periferia para mulher da periferia*”, Izabela Moi continuou insistindo com as jovens mulheres que participavam do Mural para montar um grupo para discutir gênero, e já desde então, elas entendiam que deveriam se engajar em um feminismo no qual as questões de classe, raciais e territoriais estivessem presentes:

A gente nem se enxergava enquanto feminista. Já estava um começo de discussão feminista, desse movimento que hoje tem, ele já estava começando. Mas ficava muito distante da gente. Feminista era aquela menina que leu Simone de Beauvoir, feminista era aquela moça que tinha umas pautas muito clara, e a gente falava: ‘Não, mas a nossa treta é outra, nossa treta é na

periferia, a mulherada da periferia não lia Simone de Beauvoir, a gente nunca leu, a gente quer falar da mina que pega ônibus, da mina que pega trem, do medo que a gente tem de subir a rua e não ter luz elétrica, a gente quer falar da falta de creche, ou da nossa mãe que nunca conseguiu ter casa própria, ou da nossa mãe doméstica, po, as minas feministas não falam disso’, a gente pensava na nossa cabeça. A gente nem estava no meio das minas feministas, não tinha ideia do que era.

Será apenas em 2013 a Izabela chama novamente todas as meninas do Blog Mural, eram mais de 20 jovens, para montarem o Nós, mulheres da periferia. Destas vinte, nove ficaram para pensar o coletivo, discutir os objetivos do site, e para isso fizeram um mapeamento do que já existia no campo dos movimentos de comunicação, quando identificaram existir muitas iniciativas com recorte de gênero e de raça, mas nenhum com recorte de gênero e periferia:

Ser mulher na periferia está muito conectado com ser mulher preta, então a gente traz isso, traz a questão de raça também. E a gente via que a questão de raça era posta com a questão de gênero, mas a questão territorial não aparecia. E a nossa é uma questão de classe, gênero, raça, e a gente inventou uma nova questão aí, que é de território.

Para elas, a questão territorial está completamente atrelada com a questão de classe, uma vez que as causas de se morar longe dos centros estão conectadas com questões estruturais como nosso histórico de sociedade escravocrata, e posteriormente uma sociedade formada por migrantes, ou seja, *“pessoas que vão construir a cidade, mas todos seus direitos foram negados”*. É a partir de todas estas questões que surge o Nós, mulheres da periferia.

Uma das seções existentes no site delas é um manifesto chamado “Quanto somos pretas”, que claramente tem como objetivo demarcar uma postura política frente às especificidades das mulheres moradoras das periferias. *“Falar de periferia sem falar de mulher negra, é não falar de periferia”*, uma vez que a maioria das mulheres pretas estão nas periferias, e são os grupos mais vulneráveis na sociedade, tanto nos aspectos do mundo do trabalho, da educação, da saúde, dentre outros. Além de demarcar uma especificidade, o manifesto busca conectar o Nós, mulheres da periferia com outras lutas feministas:

Escrevemos “O quanto somos pretas” pra mostrar que a nossa discussão de periferia não está desconectada com as minas que já faziam uma discussão de

raça, sobre ser preta, e também de um feminismo que não está descolado da mulher negra. Isso é importante falar. Porque existe um feminismo branco. Quando nós pensamos que existe um feminismo branco, que na década de 50 lutou por posições de trabalho pra mulher, nós não estamos falando da mulher negra, porque a mulher negra trabalha desde que ela é escrava. Ela trabalha na casa do patrão desde sempre. A gente tem que tomar muito cuidado. É feminismo pra quem?

Além do manifesto, que tem um tom de denúncia do racismo existente no Brasil, elas lançaram também uma série de crônicas sobre os processos individuais de cada uma das jovens que participa do coletivo na aceitação de sua negritude, problematizando o ser mulher preta, *“pra mostrar que a mulher da periferia sofre preconceito, mas quando ela é uma mulher negra ela sofre mais preconceito ainda”*.

O Nós, mulheres da periferia também surge para responder à questões típicas da concentração midiática. Primeiramente, trata-se de quem produz comunicação, uma vez que o número de jornalistas e produtoras mulheres, tanto na mídia impressa como na mídia virtual e audiovisual, é muito pequena. E quando elas estão inseridas na produção jornalística sofrem com o machismo - *“Como que essa mídia, que é majoritariamente masculina, vai fazer uma produção que não seja machista?”*. Se considerarmos as questões raciais, esse quadro se agrava: *“quantas são as jornalistas negras? Você conta nos dedos. Se for falar de jornalistas negras e da periferia então”*. Além disso, que é qual representação que é dada para as mulheres negras e periféricas na mídia hegemônica? Como esclarece Jéssica, não se trata de um processo de invisibilidade, mas de visibilidade a partir de preconceitos e visões estereotipadas:

Como nós mulheres negras, periféricas, aparecemos na mídia? Nós aparecemos na mídia, aparecemos pra caralho inclusive. Aparece no Casos de Família, com o estereótipo da mulher barraqueira, nós aparecemos no Datena, nós aparecemos nos programas sensacionalistas, se não é nos vitimizandando, é nos culpabilizando.

A construção de estereótipos também estão presentes no tipo de mulher normalmente retratada nas capas de revistas, *“sempre a com a mulher branca, magra, é um estereótipo europeu”*. De acordo com a pesquisa *“#meninapodetudo: machismo e violência contra a mulher”*³⁷, realizada pela Énois Inteligência Jovem, com o Instituto

³⁷ Disponível em http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossie/wp-content/uploads/2015/07/ENOIS_meninapodetudo2015.pdf

Vladimir Herzog e Instituto Patricia Galvão, mais de 70% das mulheres da periferia não se enxergam na mídia. Da mesma forma, de acordo com a pesquisa “Democratização da Mídia”³⁸, da Fundação Perseu Abramo, 43% das entrevistadas e entrevistados não costumam se reconhecer na TV, e 25% se veem retratados negativamente. O Nós, mulheres da periferia busca dialogar com esta lacuna.

O grupo não possui um espaço físico. As nove jovens mulheres que participam do grupo possuem formação na área de comunicação (sendo oito jornalistas e uma designer) e todas são moradoras de diferentes periferias da cidade. O fato de todas terem passado pelo blog Mural representa claramente uma experiência por parte delas com o mundo da comunicação. Para se organizar, elas se reúnem presencialmente pelo menos uma vez por mês, onde são discutidas as principais pautas, demandas, pedidos de participação em eventos e entrevistas. Para além das reuniões presenciais, elas se comunicam diariamente via whatsapp, redes sociais e e-mail. A distância geográfica faz com que a maior parte das decisões do grupo seja tomada virtualmente, e todas as integrantes participam igualmente dos processos de decisão. Em momentos pontuais, como quando conseguiram o fomento do edital VAI, elas se organizam de forma diferente:

Nós tentamos em alguns momentos em nos organizarmos em grupos de trabalho. [...] Nós conseguimos o VAI em 2015, onde a gente ia dar oficinas, e depois fazer uma exposição. [...] Um GT vai pensar a metodologia das oficinas, outro GT vai pensar como fazer a exposição, outro GT vai pensar o financiamento disso tudo. Mas ao final, como não é um grupo muito grande, a gente acaba se ajudando muito, e todo mundo entrando no processo. [...] É um grupo horizontal, não existe uma líder. Todas são líderes, e todas recebem demanda, estão no processo.

Nenhuma das integrantes vive exclusivamente do projeto, todas possuem algum trabalho fixo ou vivem de freelance. “*Todas trabalham oito horas por dia, e depois trabalha mais oito horas pro Nós. [...] A gente tem um amor grande por esse projeto*”. O amor pelo projeto representa uma militância na qual muitas vezes suas integrantes precisaram colocar dinheiro do próprio bolso para que o projeto se mantivesse. Os recursos que surgem pela participação de suas integrantes em eventos, mesas de discussão, oficinas, dentre outros, sempre são direcionados para o coletivo para compras

³⁸ Disponível em <http://novo.fpabramo.org.br/sites/default/files/fpa-pesquisa-democratizacao-da-midia.pdf>

de equipamentos ou para manutenção do grupo, e *“nunca pra gente enquanto profissional”*, uma vez que *“a gente entende que você só foi convidada pra falar porque você faz parte do grupo”*.

O Nós, mulheres da periferia, seguindo a tendência dos outros grupos aqui estudados, buscam formas de financiamento via editais públicos. Já foram contempladas uma vez pelo VAI, com o projeto “Desconstruindo estereótipos, eu mulher da periferia na mídia”, onde elas realizaram oficinas em seis bairros periféricos da cidade de São Paulo, com mulheres de 17 a 93 anos. Essas oficinas buscavam fazer uma discussão sobre a representação das mulheres na mídia e a construção e estereótipos. A experiência do VAI no caso do Nós, mulheres da periferia é curioso. Diferente de outros grupos que executaram projetos de comunicação dentro do edital, ou conseguiram conciliar outras atividades do programa com suas atividades principais, o Nós, mulheres da periferia acabaram por ter de diminuir sua produção em comunicação por conta das demandas do projeto contemplado:

O ano que passou foi muito difícil pra nós, porque nós conseguimos o VAI, e tinha a demanda de fazer uma exposição, o que a gente nunca manjou de fazer, e as oficinas. Então nossa produção jornalística ficou um pouco aquém do que nós gostaríamos, ou em relação ao primeiro ano.

Mesmo com as dificuldades, Jéssica conta como os processos criados para o projeto do edital colaboraram com sua construção como coletivo, e elas pretendem se inscrever novamente no programa. Além deste fomento, o Nós, mulheres da periferia foi contemplado pelo edital de Ponto de Mídia Livre³⁹, do Ministério da Cultura.

Quando questionada sobre a relação do grupo com o mercado, algumas formulações são bastante claras, como a contradição em serem financiadas por grupos empresariais machistas. Mesmo as parcerias que o grupo realiza que não envolvem qualquer tipo de financiamento, elas buscam sempre ponderar a partir das questões de gênero que trabalham *“fazer uma parceria com um site onde mulher não escreve, não faz sentido”*. No entanto, Jéssica admite que este é um ponto que precisa ser melhor discutido pelo grupo:

³⁹ O edital “Pontos de mídia livre”, da Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural do Ministério da Cultura, beneficiará 80 iniciativas: dez de abrangência nacional, realizadas por entidades, com prêmios de R\$ 100 mil para cada uma; 25 estaduais, com prêmios de R\$ 40 mil destinados a coletivos culturais e outras 45 desenvolvidas por coletivos locais ou municipais, que receberão R\$ 40 mil cada. Mais informações em <http://www.cultura.gov.br/>

Essa questão do financiamento é algo a ser discutido no Nós, a gente tem tão claro isso na nossa cabeça. [...] Mas a gente precisa de dinheiro, é muito foda precisar de dinheiro, e colocar sua ideologia na frente. [...] Por isso que a gente aceita os editais públicos, porque esse dinheiro está vindo do dinheiro do povo, e estamos devolvendo pro povo.

Mesmo quando falamos sobre a questão de financiamento, Jéssica demarca questões territoriais e de classe ao comparar o Nós, mulheres da periferia com outros grupos do campo da comunicação localizados no centro da cidade, que possuem um maior acesso a recursos para questões simples como publicidade em redes sociais. *”A gente lida com coisas que são pequenas pra outros grupos, mas pra nós são coisas bem grandes”*.

Quando questionada sobre o que significa *“ser um coletivo de mídia”* para ela, Jéssica diz que certa vez, em uma mesa que debatia mídia alternativa, elas foram categorizadas enquanto tal, e me explica:

A comunicação popular se faz dentro dos movimentos que já estão formados. A comunicação alternativa se faz como uma resposta à mídia tradicional. Podemos ser também. E o jornalismo hiperlocal se faz disso aqui, do que eu vejo do meu lado, do meu vizinho. [...] É um jornalismo de bairro.

O Nós, mulheres da periferia entende que é um coletivo de mídia militante, que produz jornalismo comunitário, a partir do que Jéssica chama de um *“jornalismo hiperlocal”*, que busca trazer o olhar de dentro da periferia. *“Nós não somos aquelas que falam sobre as mulheres da periferia. Nós somos as mulheres das periferias. Não é o olhar do outro”*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os grupos e organizações estudados, composto por jovens, em sua maioria moradoras e moradores das periferias da cidade de São Paulo, acreditam que podem fazer política e transformar sua realidade a partir de outros marcos que não o da política tradicional e institucionalizada. Com demandas para o agora, com a necessidade de interferir no tempo presente, estes coletivos e organizações buscam, em meio a sua diversidade, se organizar por meio de práticas locais e horizontais, e atuar coletivamente em rede.

É evidente que questões subjetivas e identitárias, como juventude, racialidade e gênero, compõem fortemente a pauta de atuação destes grupos, e aparentemente poderiam ser analisados a partir dos marcos conceituais dos novos movimentos sociais. No entanto, todos os grupos demonstram claramente que questões estruturais e objetivas como território e classe demarcam suas trajetórias e motivações para ação coletiva. As vertentes marxistas neste debate já vêm apontando estas características dos movimentos sociais contemporâneos, nas quais suas questões simbólicas e identitárias complementam e reforçam questões de classe historicamente colocadas.

Como pôde ser observado nas falas das e dos integrantes dos grupos aqui estudados, a concentração midiática está na gênese de suas origens e práticas. As consequências da concentração midiática, como a não representação (ou representação estereotipada) tanto de grupos subalternos e minorias, como as mulheres, as negras e os negros, como também de territórios periféricos das cidades; e a invisibilização de narrativas alternativas à interesses comerciais e políticos guiados pela ampliação do lucro ou que simplesmente não dialogam com as visões hegemônicas da sociedade, faz com que organizações, coletivos e indivíduos passem a atuar coletivamente e por meio das redes da Internet para contar sua própria história, expor suas narrativas a partir de seu próprio olhar, contemplando suas especificidades de classe, gênero, raça e território.

Com exceção do Blog ImprenÇa, que tem como objetivo específico de “travar um diálogo com a militância, filiada ou não” do Partido dos Trabalhadores, todos os outros grupos estudados podem ser categorizados como produtores de conteúdo a partir

das periferias da cidade, com recortes transversais de classe e território, e ora de gênero e raça. Destes coletivos e organizações, o que mais se diferencia em relação à seu objetivo certamente é a Escola de Notícias, que tem foco mais na formação dos comunicadores, do que na comunicação em si. Já os outros grupos – Coletivo TV Doc, Alma Preta, Periferia em Movimento e Nós, Mulheres da Periferia – se colocam como mídia alternativa, militante, territorializada e periférica. É interessante notar como todas essas qualificações são trabalhadas por cada grupo, especialmente as formulações acerca dos conceitos de território e a própria diversidade das periferias.

As falas dos grupos são emblemáticas nesse sentido. A Escola de Notícias critica a mídia hegemônica por ela querer retratá-los como “jovens carentes”, e “me colocar descendo a viela de um lugar que eu não moro. [...] Eu não vou fazer a estética do Cidade de Deus”. O Coletivo TV Doc busca “fazer uma crítica política, uma crítica sobre as coisas que acontecem em nossa comunidade, e fazer um contraponto com a mídia tradicional”. A relação entre território e representação na mídia aparece também nas falas do Periferia em Movimento, quando dizem que a mídia hegemônica apresenta “uma visão estereotipada desse território e das pessoas que vivem aqui, como uma região violenta, e qual impacto disso na vida das pessoas, como mentir no currículo o lugar de moradia pra conseguir um emprego”. O Nós, Mulheres da Periferia apresentam uma crítica que vincula território, gênero e representação na mídia, ao perceberem que “existe um gap que existia de uma mídia que falasse da mulher da periferia, para mulher da periferia”. Já o Alma Preta pretende “deslegitimar o discurso racista e hegemônico da mídia tradicional”.

Todos também têm consciência de seu papel na produção de narrativas próprias, a partir de seus olhares, em processos de construção contra-hegemonica, integrando um campo de mídia alternativa ou radical. O Imprença busca comentar fatos da vida política brasileira “através de uma perspectiva alternativa”; o Coletivo TV Doc se entende como “mídia alternativa e mídia da periferia”; o Nós, Mulheres da Periferia se enxergam como “mídia alternativa militante”, que produz “um jornalismo hiperlocal”; e o Alma Preta se encaixa no campo das “mídias negras”, que integram uma “mídia radical que busca criar uma esfera pública radical”. Thiago, do Periferia em Movimento, enquadra os grupos periféricos aqui estudados como parte de “novas experiências de mídia”, que estão se fortalecendo cada vez mais.

É interessante notar a relação que a maior parte dos grupos tem com mídia hegemônica, uma vez que suas ações possuem diferentes graus de visibilidade, o que faz com que sejam procurados por uma série de veículos de comunicação. Se a crítica à mídia hegemônica está no cerne de sua atuação, existe também um pragmatismo que dita ser interessante para os grupos utilizarem da exposição que teriam com matérias e reportagens. As decisões de conceder ou não entrevistas passa por uma avaliação constante por parte dos grupos, que buscam incidir sobre o formato e a dinâmica da produção em que se inserem. A Escola de Notícias, por exemplo, “não mexe na nossa dinâmica por conta da imprensa”, e Tony exemplifica contando quando foram entrevistados por um veículo da grande mídia, e avisara a repórter: “A gente gravou a entrevista inteira, se sair qualquer coisa diferente, a gente vai contar”. Entendem que não se trata de um confronto com a mídia hegemônica, mas sim de “um processo educativo de vamos nos reposicionar dentro da própria mídia”. Isaac, do Coletivo TV Doc, diz que sua atuação está pautada pelo mote “a gente precisa ser importante, não precisa ser famoso”, mas se tiverem a oportunidade de falar com a Rede Globo ou outras emissoras, “em alguns momentos é importante, porque é preciso divulgar e dar visibilidade para o que você está fazendo”. Ou seja, o tensionamento criado pelo pragmatismo de dar continuidade às suas ações com a ideologia dos grupos passam por processos constantes de decisão coletiva.

Estes grupos organizam-se de maneira diversa. Mais uma vez, o ImprenÇã aparece como uma iniciativa diferente, construída a partir da atuação de apenas uma pessoa, “em uma estrutura caseira, que trabalha em rede com outros grupos parceiros. Todos os outros, cada qual a sua maneira, surgem a partir de projetos coletivos que foram se estruturando ao longo do tempo, com exceção da Escola de Notícias, que já nasce com sua estrutura organizacional bem desenhada, mesmo que sua necessidade de formalização institucional tenha surgido por conta demandas de trabalho. Evidente que cada grupo apresenta um grau diferente de institucionalização, mas todos já têm bem formulado seus arranjos organizacionais, processos de tomada de decisão, que perpassam necessariamente por conceitos de descentralização e horizontalidade. O Coletivo TV Doc montou sua estrutura dividida em equipes para “dar autonomia e protagonismo” para as pessoas do grupo; no Nós, Mulheres da Periferia, “todas são líderes, e todas recebem demandas, estão no processo”; da mesma forma que o Periferia em Movimento montou uma divisão de tarefas administrativas e de produção de

conteúdo sem necessariamente “ter uma hierarquia, mantendo um nível horizontal”. A questão da horizontalidade é unanimidade nos grupos, que apresentam fortes resistências às hierarquias e processos de decisão centralizados. No entanto, a questão da horizontalidade é qualificada pela experiência e vivência individual que cada pessoa no grupo possui, como coloca Thiago, do Periferia em Movimento: “tem uma questão de saberes, de acúmulo de saberes, por a gente estar nessa trajetória há mais tempo, a gente traz isso”.

Todos os grupos estudados utilizam a Internet como sua ferramenta de veiculação de conteúdo: Alma Preta, Blog ImprenÇa, Escola de Notícias, Periferia em Movimento e Nós, mulheres da periferia utilizam seus sites e redes sociais como plataformas de divulgação de sua produção, enquanto o Coletivo TV DOC utiliza apenas seu canal no Youtube e redes sociais. Como entender a escolha dos grupos pela Internet como sua principal ferramenta? Primeiramente, trata-se não apenas de uma escolha, mas também de uma questão operacional e de custos. Conforme colocado na fala de Pedro, do Alma Preta, o capitalismo “deu um tiro no próprio pé” ao “colocar um celular na mão de cada pessoa” e “ao baratear o acesso à equipamentos e tecnologias”, ou seja, o uso da Internet de fato torna mais acessível os custos de produção de um veículo de comunicação, que antes precisaria de altos investimentos para começar a existir. Além disso, é preciso levar em consideração a questão geracional dos integrantes dos grupos, todas e todos jovens que tiveram o acesso à rede ampliado, principalmente com a disseminação massiva da telefonia móvel no Brasil.

Como se sabe, ainda existe no Brasil uma intensa exclusão de parcelas da população ao acesso à Internet, e os muros a este acesso são potencializados quando levamos em conta os recortes raciais, de gênero e territoriais, justamente as pautas trabalhadas pelos movimentos sociais de comunicação. Até que ponto esta produção de fato fala “da periferia para periferia”, ou cumpre a função de falar “da periferia, sobre a periferia, para fora da periferia”? Ou mesmo fortalecer redes já existentes de grupos produtores de conteúdo? O desafio de estar falando apenas com seus pares está historicamente presente em todos movimentos sociais, e aparece também como desafio para os movimentos sociais de comunicação. É possível que exista uma intuição de que seu público-alvo também são jovens que acessam a Internet, da mesma forma que elas e eles, no entanto, este trabalho certamente não é capaz responder esta questão, que fica como importante ponto de reflexão futura.

Enquanto alguns, como Escola de Notícias e Periferia em Movimento, já entendem seu papel enquanto produtores de conteúdo que podem se sustentar financeiramente a partir da venda de produtos comunicacionais para empresas, institutos e outras organizações e coletivos, outros grupos ainda enfrentam, em diferentes níveis, uma indefinição sobre seu papel: “Temos nossa ideologia, mas precisamos sobreviver”. Certamente estas questões surgem tanto pelo fato dos grupos existirem há pouco tempo, e certamente a partir de seu amadurecimento coletivo estas questões serão respondidas, como também por questões ideológicas de não terem suas ações pautadas pela lógica de mercado orientada para o lucro. A busca de novas formas de financiamento, como financiamento coletivo, campanhas, dentre outros, desponta como tentativas de manutenção de suas ações, sem terem que ferir seus princípios e causas.

A relação dos grupos com o Estado é unânime: todos entendem que os recursos públicos e as políticas públicas de fomento não apenas devem buscadas por eles, como também é papel do Estado priorizar ações localizadas nas periferias, regiões historicamente negligenciadas pela ação estatal. Todos os grupos entendem que disputá-los não tira sua autonomia. Ao contrário, significa “devolver o dinheiro para as classes populares” ou mesmo tomar o que é seu por direito. Obviamente, existe uma complexidade na relação dos grupos com o aparelho estatal: se por um lado, entendem que é um espaço a ser disputado, por outro, entendem que, por conta de nosso histórico escravocrata e elitista, o Estado na verdade existe “para não funcionar para periferia”, ou em outra perspectiva, o Estado existe justamente para manter oprimidas e subjugadas as classes subalternas, especialmente aquelas localizadas nas periferias.

Se por um lado, o acesso dos grupos ao Estado, a partir de suas políticas públicas de fomento via editais como VAI, Proac, Pontos de Cultura, etc., pode ser entendido como uma conquista política de segmentos sociais historicamente alijados e esquecidos por parte das políticas e equipamentos públicos, é preciso também problematizar até que ponto estas políticas de fomento não acabam por gerar relações de dependência dos grupos com o aparelho estatal, que passam a orientar sua sustentabilidade financeira e continuidade de suas ações "edital por edital".

Esta dependência gera duas consequências imediatas: a primeira é que as ações dos grupos passam a ser orientadas de forma a se encaixar e se adequar nas exigências de cada edital, muitas vezes alterando de forma significativa o escopo de sua atuação.

Outra é que muitas dessas políticas exigem graus de formalização dos grupos, que faz com que muitos se institucionalizaram, gerando rotinas burocráticas que antes não existiam, apenas para poderem participar da disputa por recursos públicos ou “emprestam” o CNPJ de associações e entidades parceiras gerando uma série de outras relações de poder e dependência. É necessário que a Administração Pública, a partir das experiências dos grupos que acessam este tipo de política de fomento, crie mecanismos, facilite processos, e possua sensibilidade para entender as especificidades destas novas formas de organização coletiva, de forma a romper com relações de dependência entre movimentos sociais e Estado.

Além disso, é preciso problematizar qual a garantia de continuidade destes editais e seus impactos na existência e atuação dos grupos, e principalmente, qual o papel do Estado no campo da promoção de direitos difusos, como direito à cultura, à comunicação, dentre outros, usualmente contemplados por este tipo de fomento. Da mesma forma que na década de 90, durante as reformas neoliberais do aparelho estatal, uma série de funções da assistência social foram transferidas para organizações e entidades, muitas deles movimentos sociais que se institucionalizaram, este tipo de fomento pontual pode ser entendido também como a transferência da responsabilidade estatal em investir em equipamentos públicos de acesso universal, promover a cultura e a democratização dos meios de comunicação.

Todos os grupos podem ser considerados como integrantes do campo de esquerda. Todos dialogam com as gestões municipais e federais do Partido dos Trabalhadores, mas de forma crítica, se posicionando de forma contrária a decisões do governo quando necessário, e não produzindo seu conteúdo a partir de uma pauta governamental. Em momentos de polaridade política na sociedade, como nas eleições presidenciais de 2014, onde projetos antagônicos foram colocados em disputa, todos manifestaram apoio à candidatura da presidenta Dilma, o que não torna este apoio incondicional, visto que meses depois de sua eleição, muitos grupos criticavam duramente decisões do governo. O mesmo pode ser dito com a gestão Haddad, onde alguns grupos participaram ativamente dos processos eleitorais, e se identificam com uma série de pautas relacionadas ao direito à cidade que o Prefeito tem tocado, no entanto, este diálogo crítico não se silencia quando, por exemplo, o preço da tarifa de ônibus é aumentada. Existe um claro antagonismo em relação à gestão do governo

estadual, especialmente pelo fato de ser de sua competência a gestão da Polícia Militar, uma das grandes responsáveis pelo genocídio da população jovem, negra e periférica.

Se existe uma relação mais próxima com o Partido dos Trabalhadores (“enquanto este diálogo continuar aberto”, conforme Thiago, do Periferia em Movimento), esta relação se dá no âmbito do governo, e não da figura partido. Dos entrevistados, apenas Isaac, do Coletivo TV DOC e de forma individual, e Vitor, do blog ImprenÇa, cujo objetivo é dialogar com a militância partidária, possuem algum vínculo ou militância partidária, e esta se dá de forma crítica, sabendo das limitações existentes nas estruturas partidárias. É sintomático que nenhum outro grupo se organize a partir da figura dos partidos, o que demonstra um fenômeno já identificado pelas autoras e autores dos novos movimentos sociais da perda da centralidade dos partidos políticos enquanto agentes de mudanças sociais. No entanto, se é possível fazer um contraponto destes novos grupos com os “novos movimentos sociais”, é que eles possuem sim um projeto de poder, de tomada do Estado, de mudança radical a partir da disputa da hegemonia, no entanto, a instância do partido político não figura como meio para se conquistar esses fins, uma vez que são entendidos como espaços burocráticos, hierárquicos, engessados, incapazes de atender as demandas do presente colocadas por estes grupos.

Todos os grupos têm diferentes graus de clareza sobre como se posicionarem frente ao mercado. A frase de Tony, da Escola de Notícias, é marcante: “atuamos com as ferramentas do mercado, sem sermos os mercados”. Esta delimitação se dá primordialmente para quem se vendem serviços, ou seja, quem pode ser seu público-alvo: outros movimentos, coletivos, organizações não governamentais, institutos. Aqueles que vendem (ou venderiam) serviços para empresas fazem questão de imprimir em seu trabalho todas suas formulações e metodologias que partem da periferia da cidade, e se pautam por escolhas pautadas por sua ideologia. Um exemplo disso é o Periferia em Movimento, que delimitou como seu público-alvo “grandes organizações do terceiro setor ou sem fins lucrativos, institutos, que tem alguma relação com o que a gente já faz”. Existe uma clara relação de antagonismo por parte da maioria dos grupos com grandes grupos empresariais, uma vez que suas iniciativas são entendidas como projetos de comunicação não orientados pelo lucro. O mote da paixão, da causa, da missão, falam mais alto, como quando Jéssica, do Nós, Mulheres da Periferia fala “a

gente tem um amor grande por esse projeto”, ou quando Isaac, do Coletivo TV DOC, diz que “se a pessoa estiver pelo dinheiro e não estiver pela causa, aí não adianta”.

No entanto, a relação dos grupos tanto como Estado quanto com o mercado é balizada por um pragmatismo que contrapõem ideologias com uma responsabilidade de sobreviver. A conflito constante em “não se vender por pouco”, nas palavras de Isaac, do TV Doc, ou “ser irresponsável e deixar o projeto morrer”, nas palavras de Pedro, do Alma Preta, é um conflito constante. Além disso, os grupos constantemente apontam para a especificidade dos grupos periféricos em relação à grupos do campo da comunicação alternativa localizados no centro da cidade, normalmente composto por “brancos de classe média”. Mais do que criar uma cisão com outros grupos e coletivos, este contraponto é feito para demonstrar que os obstáculos materiais existentes daquelas e daqueles que são mulheres, jovens, negras e negros, moradores da periferia, refletem também em seus coletivos e organizações, e conseqüentemente em seus projetos de disputa de poder.

Interessante também é a relação a maioria dos integrantes dos grupos possuem com organizações do terceiro setor. Como já dito, o processo de reforma do aparelho do Estado dos anos 90, a partir das agendas neoliberais, impulsionou o fortalecimento das organizações do terceiro setor, que passaram a executar uma série de funções tipicamente estatais. As jovens e os jovens que integram os grupos aqui estudados são justamente uma geração que passaram por diversos processos de formação nestas instituições, e por conta disso, possuem uma relação ambígua com elas: se por um lado reconhecem os trabalhos realizados por diversas organizações em seus territórios, entendem também que é necessário a construção de outras formas de organização, que dialogam diretamente com conceitos de auto-organização. O “nois por nois” comunicacional também é um “nois por nois” organizacional, como a Escola de Notícias, que “não é um modelo institucional de uma ONG e não é o modelo institucional de uma empresa”. Além disso, quase todos os grupos já foram abordados por iniciativas do chamado empreendedorismo social, a versão contemporânea do “onguismo”, que busca imprimir mudanças sociais por meio de técnicas e ferramentas do mercado, mas que não necessariamente dialogam com a realidade dos grupos como “negócio social” e “responsabilidade social”, que representam projetos vindos de cima pra baixo, do centro para periferia, como quando Thiago, do Periferia em Movimento, diz: “é uma visão elitista, que coloca o empreendedorismo como a salvação do mundo”.

Podemos dizer que todos os grupos estudados se encaixam em iniciativas contra-hegemonicas de comunicação? Conforme trabalhado anteriormente, a ideia da contra-hegemonia se dá nas “tentativas de contestar as estruturas ideológicas dominantes e suplantá-las com uma visão radical alternativa” (DOWNING, 2004:48), que buscam emancipar as classes subalternas e retirá-las da marginalidade por meio de “ações concatenadas e permanentes, que incluam, por exemplo, enfoques ideológicos alternativos capazes de contribuir para a reorganização de repertórios, princípios e variáveis de identificação e coesão, com vistas à modificação progressiva das relações sociais e de poder” (MORAES, 2009:42). Mesmo que muitas vezes de forma desarticulada e com um alcance difícil de ser mensurado, é evidente que todos grupos estudados pautam suas ações a partir do entendimento do funcionamento da mídia comercial hegemônica, ou da “mídia capitalista”, conforme colocado pelo Coletivo TV DOC. Os grupos de fato fazem um contraponto a partir da construção de narrativas alternativas, historicamente invisibilizadas pelos veículos de comunicação tradicionais, e por isso devem ser entendidos como integrantes de um campo contra-hegemonico dos movimentos sociais de comunicação. Se por um lado, o Blog Imprença busca apresentar interpretações à esquerda de fatos políticos da conjuntura política do país especificamente para militantes do Partido dos Trabalhadores, os outros grupos, entendidos como produtores de comunicação periférica, buscam apresentar uma visão de periferia e periferias para além do estereótipo violento e depreciativo. Seus projetos lutam por mudanças radicais na sociedade, com a utilização de texto, foto e vídeo, pela emancipação e protagonismo das jovens e dos jovens moradores de periferia, das negras e dos negros e das classes subalternas cujas vozes são silenciadas pelos grandes veículos de comunicação.

Por fim, que a explicitação das experiências coletivas destes grupos, suas formas de organização, suas relações com a sociedade, e suas ações de produção de conteúdos midiáticos alternativos e contra-hegemonicos, apontam a necessidade da Administração Pública se apropriar da pauta da democratização da mídia e seus movimentos sociais, não apenas pela sua urgência enquanto pauta civilizatória e democrática, como também pelo fato que estes grupos apresentam novas formas de organização e interface com o Estado, a partir de marcos conceituais e políticos diferente dos movimentos sociais que os antecedem. Além disso, e preciso reforçar o papel do Estado enquanto um dos principais agentes para uma possível democratização da mídia.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS

ALONSO, A. As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. **Lua Nova**, n.76, pp. 49-86, 2009.

ATTON, C. **Alternative Media**. Londres: Sage Publications, 2002.

BARBOSA, B. **Violações de direitos humanos e regulação de conteúdo na TV: Brasil em perspectiva comparada com França e Reino Unido**. Dissertação de mestrado no curso de Administração de Empresas – Fundação Getúlio Vargas. São Paulo: 2013.,

BARROS, V. A.; LOPES, F. T. Considerações sobre a pesquisa em história de vida, In: Eloisio Moulin de Souza. (Org.). **Metodologias e analíticas qualitativas em pesquisa organizacional: uma abordagem teórico-conceitual**. 1ed. Vitória: EDUFES, 2014.

BOCAYUVA, P.; VEIGA, S. **Novo vocabulário político: hegemonia e pluralismo**. Petrópolis: Vozes, 1992.

BOURDIEU, P. **Contrafogos 2**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. (BRASIL, 1988)

BRINGEL, B. & ECHART, E. Movimentos sociais e democracia: os dois lados das fronteiras. **Caderno CRH**, v.21, n.54, p. 457-475, 2008.

BRINGEL, B. A busca de uma nova agenda de pesquisa sobre os movimentos sociais e o confronto político: diálogos com Sidney Tarrow. **Política & Sociedade**, vol. 10, nº 18, pp. 51-73, 2011.

CARLOS, E. Movimentos sociais: revisitando a participação e a institucionalização. **Lua Nova**, no.84, p.315-348, 2011.

CHOMSKY, N.; HERMAN, E. **Manufacturing Consent: the political economy of the mass media**. Londres: The Random House Group, 1994.

COLÉGIO BRASILEIRO DE ALTOS ESTUDOS (UFRJ). **Produção bibliográfica sobre movimentos sociais no Brasil**: resultado final do levantamento. Rio de Janeiro: 2014.

DELLA PORTA, D.; DIANI, M. **Social movements**: An introduction. 2nd Ed. Oxford: Wiley-Blackwell, 2006.

DEBERT, G. Problemas relativos à utilização da história de vida e história oral. In: CARDOSO, R. (org.) **A aventura antropológica**: teoria e pesquisa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

DOIMO, A. **A vez e a voz do popular**: movimentos sociais e participação política no Brasil pós-70. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.

DOWNING, J. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

DURIGUETTO, M.; MONTAÑO, C. **Estado, classe e movimento social**. São Paulo: Cortez, 2011.

FERNANDES, F. A história de vida na investigação sociológica: a seleção dos sujeitos e suas implicações. In: _____. **Ensaio de sociologia geral e aplicada**. 3. ed., São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1976. Cap. 7, p. 251-269.

FONSECA, F. Mídia e democracia: falsas confluências. **Rev. Sociol. Polit.**, Curitiba, v. 1, 2006.

GOES, L. **A mídia alternativa dos movimentos sociais na Web**. **Mídia**. Congresso Anual da Associação de Pesquisadores de Comunicação e Política, Salvador, 2006.

GOHN, M. **Teoria dos movimentos sociais**: paradigmas clássicos e contemporâneos. São Paulo: Edições Loyola, 1997.

GOHN, M. **Novas teorias dos movimentos sociais**. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

GOHN, M. **Movimentos Sociais e Redes de Mobilizações Cívicas no Brasil Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2013

GONÇALVES, R. de C.; LISBOA, T. K. Sobre o método da história oral em sua modalidade trajetórias de vida. **Rev. katálysis [online]**, v.10, n.spe, p. 83-92. 2007.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere**. 5 v. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira. 2000.

- GRUPPI, L. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. Rio de Janeiro: Graal, 1978.
- HUBER, E.; STEPHENS, J. **Democracy and the Left: Social Policy and Inequality in Latin America**. Chicago: University of Chicago Press, 2012.
- INTERVOZES. **Caminho para a luta pelo direito à comunicação no Brasil: como combater as ilegalidades no rádio e na TV**. São Paulo: Intervozes, 2015.
- INTERVOZES. **Vozes silenciadas: mídia e protestos – a cobertura das manifestações de junho de 2013 nos jornais O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo e O Globo**. São Paulo: Intervozes, 2014.
- MACHADO, A.; MAGRI, C.; MASAGÃO, M. **Rádios livres: a reforma agrária no ar**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- MATOS, C. **Mídia e política na América Latina: globalização, democracia e identidade**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2013.
- MELLUCI, A. Um objetivo para os movimentos sociais? **Lua Nova**, nº 17, 49-66, 1989.
- MENDEL, T.; SALOMON, E. **Liberdade de expressão e regulação da radiodifusão**. Rio de Janeiro: UNESCO e Fundação Ford, 2011.
- MISOCZKY, M. C.; IMASATO, T. Narrativas e histórias nos estudos organizacionais: um diálogo sobre referências e práticas. **Economia e Gestão**, v. 5, n. 11, p. 77-96, 2005.
- MISOCZKY, M., KRUTER, R., SILVA, S. GOULART, S. **Estudos organizacionais e movimentos sociais: o que sabemos? Para onde vamos?** Cadernos Ebape.br, v. 6, p. 1-14, 2008.
- MISOCZKY, M. Abordagem de redes no estudo de movimentos sociais: entre o modelo e a metáfora. **Revista de Administração Pública**, vol. 5, nº 43, pp. 1147-1180, 2009.
- MONTAGNER, M. A. Trajetórias e biografias: notas para uma análise bourdieusiana. **Sociologias [online]**, n. 17, p. 240-264, jan./jun. 2007.
- MORAES, A.; TARIN, B.; TIBLE, J. **Cartografias da emergência: novas lutas no Brasil**. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert, 2015.

- MORAES, D. **A batalha da mídia**: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios. Rio de Janeiro: Editora Pão e Rosas, 2009.
- MORAES, D., RAMONET, I. e SERRANO, P. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da comunicação. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.
- OLSON, M. **A lógica da ação coletiva**. São Paulo: Edusp, 1999.
- ORTIZ, R. (org.). **Bourdieu – Sociologia**. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 39. p. 122-155. São Paulo: Ática. 1983.
- O’SULLIVAN, T. **Alternative Media**. IN O’SULLIVAN, T.; HARTLEY, J.; SAUNDERS, D.; MONTGOMERY, M.; FISKE, M. (org.), *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, Londres: Routledge, 1994.
- RABOY, M. **Mídia e Democratização na Sociedade da Informação**. In MARQUES DE MELO, J.; SATHLER, L. *Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2005.
- SADER, E. **Quando novos personagens entram em cena**: experiências, falas e lutas dos trabalhadores da Grande São Paulo (1970-80). São Paulo: Paz e Terra, 1988.
- SANTOS, B. (org.) **As vozes do mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.
- SCHUMAN, P. **Libraries and alternatives**. IN DANKY, J.; SHORE, E. (org.), *Alternative Materials in Libraries*, Metuchen: Scarecrow Press, 1982.
- WEYLAND, K., MADRID, R. e HUNTER, W. **Leftists governments in Latin America**: successes and shortcomings. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.
- ZYLBERSZTAJN, J. **Regulação da mídia e colisão entre direitos fundamentais**. Dissertação de mestrado no curso de Direito – Fundação Getúlio Vargas. São Paulo: 2008.