

Ruptura digital e processos de participação em mídias populares no Brasil

Digital disruption and participation in popular media initiatives in Brazil

Disrupción digital y participación en medios populares en Brasil

DOI: 10.1590/1809-5844201933

Ana Cristina Suzina¹

<https://orcid.org/0000-0003-3559-6513>

¹(Loughborough University, Institute for Media and Creative Industries. Londres, Reino Unido).

Resumo

Este artigo se fundamenta em uma pesquisa de doutorado, defendida em junho de 2018, na *Université catholique de Louvain*, na Bélgica, e discute o impacto da apropriação de recursos digitais nos processos de participação em iniciativas de mídias populares. Uma das principais descobertas do estudo sugere que a tendência à individualização, própria do contexto digital, impõe desafios importantes ao processo de construção coletiva, bastante caro na comunicação popular. A pesquisa de campo, realizada entre 2013 e 2016, envolveu entrevistas com 55 comunicadores atuando na gestão e desenvolvimento de 29 mídias populares nos estados do Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Norte, Ceará e Pará. Esta reflexão baseia-se principalmente em dois estudos de caso, discutindo práticas do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e da rede de comunicadores comunitários Rede Mocaronga, vinculada ao Projeto Saúde e Alegria, na Amazônia.

Palavras chave: Mídias populares. Participação. Ruptura digital. Movimento Sem Terra. Rede Mocaronga.

Abstract

This article draws on the results of a doctoral research, defended in June of 2018 at *Université catholique de Louvain*, in Belgium, and discusses the impact of the appropriation of digital resources in the processes of participation in popular media initiatives. One of the main findings suggests that the tendency of individualization, that is likely in the digital context, imposes important challenges to the participation process, a core feature of popular communication practices. The field research, from 2013 to 2016, included interviews with 55 communicators involved in the management and development of 29 popular media outlets in the states of Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Norte, Ceará and Pará, in Brazil. This particular reflection is mainly based on two case studies on the practices of the Landless Rural Workers Movement (MST – *Portuguese Acronym*) and

the network of community communicators Rede Mocaronga, linked to the Projeto Saúde e Alegria, in the Amazon Region.

Keywords: Popular media. Participation. Digital rupture. Movimento Sem Terra. Rede Mocaronga.

Resumem

Este artículo está fundamentado en una investigación de doctorado, defendida en Junio de 2018 en la *Université catholique de Louvain*, en Bélgica, y discute el impacto de la apropiación de recursos digitales en el desarrollo de medios populares. Una de las principales descubiertas de éste estudio sugiere que la tendencia a individualización, propia del contexto digital, impone desafíos importantes a los procesos de participación, que forman parte de los pilares de la comunicación popular. La investigación de campo, realizada de 2013 a 2016, incluyó entrevistas con 55 comunicadores implicados en la gestión y el desarrollo de 29 medios populares en los estados de Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Norte, Ceará y Pará. Esta reflexión toma como base principalmente dos estudios de caso sobre las prácticas del Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST) y de la red de comunicadores comunitarios Rede Mocaronga, vinculada al Projeto Saúde e Alegria, en la Amazonia.

Palabras-clave: Medios populares. Participación. Ruptura digital. Movimento Sem Terra. Rede Mocaronga.

Introdução

A participação pode ser definida como um conceito e um conjunto de práticas que se referem a processos de redistribuição de poder no âmbito de um determinado grupo (PERUZZO, 1998; TUFTE, 2017; CARPENTIER, 2019), favorecendo a acolhida de saberes diferenciados – inclusive os frequentemente marginalizados – em produções especializadas, como a arte, uma composição orçamentária ou uma decisão política. Para Tufte (2017), a comunicação desempenha um papel central em praticamente todos os esforços para favorecer e construir participação.

Mais particularmente, a participação é uma das principais características da comunicação popular, alternativa e comunitária, outro conceito e conjunto de práticas associados à apropriação da comunicação dirigida para e construída com o povo, principalmente em contextos de lutas por inclusão e transformação social. Nesta tradição, profundamente influenciada pela pedagogia de Paulo Freire, a participação é considerada como um elemento-chave que distingue a comunicação dos processos de informação (BARRANQUERO; SÁEZ BAEZA, 2010; GUMUCIO-DAGRON, 2014; PERUZZO, 1998). O princípio contempla frequentemente algum tipo de classificação, de acordo com a horizontalidade entre produtores e receptores de mensagens e, principalmente, com o grau de oportunidade para que os membros de uma determinada comunidade participem das decisões relativas aos processos de comunicação (PERUZZO, 1998; CARPENTIER, 2019).

A ruptura digital aumentou a complexidade dessa discussão. Carpentier (2012) reconhece que o que pode ser, geralmente, classificado como participação, na verdade, seria melhor descrito por níveis que incluem acesso, interação e a participação em si. O presente artigo propõe uma reflexão a respeito da apropriação da noção de participação nas práticas de mídias populares no Brasil, a partir da incorporação de recursos digitais. Filiando-se à abordagem da comunicação popular, são consideradas mídias populares os veículos de comunicação – rádio, televisão, publicações impressas e digitais – alternativos, em gestão, formato e conteúdo, aos meios de comunicação de massa.

O texto toma como base uma pesquisa de doutorado defendida em junho de 2018, na *Université catholique de Louvain*, na Bélgica, que analisou 29 experiências de mídia popular, vinculadas a 17 diferentes organizações, em seis estados brasileiros: Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Norte, Ceará e Pará. Os estudos de caso compartilham três principais características. Primeiro, eles são todos ligados a lutas sociais, incluídos ou associados com estratégias mais amplas de movimentos sociais, ONGs ou associações comunitárias em busca de uma transformação particular ou geral de uma determinada realidade. Segundo, todas as mídias se situam em condição de periferia geográfica ou simbólica. Finalmente, são iniciativas de longa duração, isto é, plataformas criadas para acompanhar as lutas sociais na sua continuidade.

A abordagem aos casos foi feita, principalmente, durante três visitas de campo, em outubro-novembro/2013, abril-maio/2014 e outubro-dezembro/2015. Nelas, as práticas foram observadas e foram realizadas entrevistas com 55 comunicadores/as, valendo-se, predominantemente, de uma abordagem indutiva (KAUFMANN, 1996). Esses comunicadores, envolvidos com a gestão e o desenvolvimento das mídias, foram tomados como informantes privilegiados na pesquisa, por serem considerados agentes estratégicos na escolha e na própria priorização do uso da comunicação no repertório de lutas sociais (BONA, 2008). As mídias foram organizadas em três grupos, como casos principais, intermediários e secundários. Os principais foram abordados mais de uma vez. Os demais cumpriram papéis diferentes na saturação dos dados levantados no decorrer da pesquisa. A evolução de suas estratégias e posicionamentos ainda foi acompanhada por meio de suas atividades em redes sociais.

A participação foi um dos temas mais frequentes de discussão com os comunicadores. É preciso esclarecer, porém, que a amplitude e o caráter da pesquisa não permitiram observação em profundidade das práticas da participação. Os comunicadores explicaram o que entendem como participação e, quando pertinente, descreveram os meios aplicados para desenvolvê-la dentro de suas práticas de mídia. A reflexão apresentada neste artigo é, portanto, fruto da análise das conversas com os comunicadores e ilustrada por dois casos emblemáticos.

A próxima seção apresenta um breve balanço das evidências do impacto de recursos digitais sobre processos de participação nos casos estudados. Em seguida, o artigo se focaliza em seu tema central, a questão da construção do coletivo, a partir de dois aspectos principais,

relacionados à participação. Os estudos de caso relativos ao Movimento dos Trabalhadores Sem Terra e à Rede Mocaronga são, então, apresentados e o artigo se conclui com a discussão dos aspectos analíticos.

Envolvimento das audiências e comunidades

A pesquisa identificou uma vasta apropriação de recursos digitais em praticamente todas as experiências analisadas. Apenas uma delas não usava nenhuma plataforma digital no período, a Rádio Lago, na comunidade de Lago Grande do Curuai, no Pará. De modo geral, porém, embora a tecnologia digital tenha aumentado a variedade de canais de participação, o uso de recursos digitais no relacionamento com o público é menos relevante do que no processo geral de produção de mídias populares – por exemplo, para consultar e baixar informações e materiais, para fazer e gravar entrevistas, ou para editar produções. Toda mídia popular que cria uma página em uma rede social, a vê como um canal de intercâmbio com seu público. Contas de *e-mail* são menos frequentes, mas desempenham papel semelhante. Esses recursos substituem parcialmente o uso do telefone fixo tradicional, com a vantagem de obter algumas ferramentas métricas, como o botão “curtir” no Facebook – as pessoas podem não comentar ou sugerir nada, mas apoiam a iniciativa com um “curtir”. Esses canais são frequentemente descritos pelos comunicadores como meios pelos quais as comunidades e audiências podem participar na formatação dos conteúdos da mídia.

Berti (2017) pesquisou o uso da *Internet* por rádios comunitárias no Nordeste do Brasil. Ele as classificou como *offline* e *online*. As primeiras têm um *blog* ou *site*, mas não transmitem nada pela *Internet*. As rádios *online*, ao contrário, transmitem seus conteúdos e este grupo está subdividido entre rádios estáticas e dinâmicas. As primeiras apenas retransmitem, por *streaming*, conteúdo já difundido pelas ondas tradicionais. A transmissão dinâmica mantém canais para interagir com o público. Segundo Berti (2017), esta última categoria representa uma melhora na participação porque consegue recolher comentários e reações que influenciam formatos, conteúdos e abordagens. No Nordeste, no entanto, menos da metade de todas as estações de rádio *online* podem ser consideradas dinâmicas (BERTI, 2017).

A maioria dos comunicadores entrevistados na presente pesquisa também mencionou atividades virtuais que podem ser classificadas como dinâmicas. Não ficou claro, entretanto, quanto mais participação elas representam e em que medida essa participação é concretamente direcionada para o desenvolvimento de produções além do tradicional pedido de músicas, já amplamente difundido nas rádios. Pesquisas futuras, incluindo análise de recepção, podem esclarecer esse aspecto e determinar se esse tipo de participação representa alguma forma de envolvimento das comunidades e audiências no desenvolvimento das mídias populares. Além disso, o contato pessoal ainda é o meio mais mencionado para envolver as pessoas na produção de mídias, segundo esta pesquisa.

O Jornal de Chiador, na cidade de Chiador (MG), foi a única mídia da amostra que realmente integrou uma plataforma digital em seu processo regular de planejamento. Desde junho de 2016, as pessoas podem participar das reuniões preparatórias por meio do Hangouts, a plataforma de videoconferência do Google, e o registro das reuniões também está disponível em sua página do Facebook. Essa foi uma solução encontrada pela coordenação para ampliar a participação nas reuniões. Segundo um dos comunicadores envolvidos com o jornal, o objetivo é abrir o maior número de canais para facilitar a participação dos moradores no processo. A *Internet* é um deles, mas não substitui as reuniões pessoais, devido às condições estruturais e culturais da comunidade.

Decidimos que todos os meses organizaremos as reuniões pelo Hangouts. Já passaram 15 dias desde que tivemos uma reunião preparatória (...) Fomos cinco participantes e debatemos as sugestões de artigos. (...) Eu vejo a *Internet* como um caminho adicional. De maneira nenhuma a ideia é substituir nosso esforço por fazer reuniões pessoais porque, de fato, mesmo que o acesso à tecnologia e à *Internet* tenha melhorado desde 2008, afeta apenas alguns nichos. Quer dizer, existem pessoas que não querem ter acesso à *Internet*, por razões de idade ou culturais. Nossa preocupação é abrir o maior número de canais para que as pessoas possam participar. (...) A Vânia e o Sr. João, que são líderes na cidade, gostam de tecnologia. A Dna. Arlete, não. (...) Com esse recurso, posso participar das reuniões, mesmo que eu não more mais na cidade, como os outros na mesma condição (Comunicador, Jornal de Chiador, 2016).

Alguns comunicadores explicaram que, quando se trata de sugerir assuntos ou reagir a informações já difundidas, existem públicos específicos que se interessam por plataformas virtuais. Como sugere o comunicador do Jornal de Chiador, a *Internet* oferece a possibilidade de envolver ex-moradores que migram para outras regiões do país, por exemplo. Para duas comunicadoras do jornal Espaço do Povo, em Paraisópolis, São Paulo, o hábito de enviar *e-mail* ou usar redes sociais para comentar é crescente, mas ainda é algo novo. Elas disseram que costumavam andar pela comunidade para coletar histórias e avaliaram que “permanecer fechadas na redação era uma limitação”.

Essa situação ilustra outra constatação do estudo, que foi uma ampla combinação entre recursos digitais e analógicos, decorrente de condições estruturais, mas, também, de decisões estratégicas sobre o uso das mídias (SUZINA, 2018). No primeiro caso, dependentes de lógicas de mercado, comunidades do interior sofrem a limitação de poucos e frágeis serviços de conexão, enquanto comunidades periféricas nas grandes cidades enfrentam o alto custo dos serviços (BIANCO, 2010; BRASIL, 2014). Estrategicamente, as escolhas tendem a respeitar dinâmicas próprias de diferentes grupos sociais e valorizar o contato direto como mais uma forma de mobilização.

Participação e construção coletiva

A ruptura digital abre caminho para produções de mídia colaborativa e em rede, que podem fornecer às mídias populares um novo *status* na esfera midiática. Há, no entanto, outro elemento que deve ser considerado e que está relacionado com aspectos mencionados por Peruzzo (1998), que determinam se a voz da comunidade por trás da ação comunicativa é silenciada ou evidenciada por meio do trabalho dos comunicadores, ou, ainda, se as produções de mídia popular contribuem para constituir o coletivo em si. O grau de participação se associa, assim, com a medida da representação de uma comunidade por meio de suas mídias.

Miguel (2012) propõe um conceito tridimensional de representação. A terceira dimensão diz respeito à relação horizontal entre os indivíduos e grupos que são representados na construção de preferências. Fazendo referência ao trabalho de Clarissa Rile Hayward, o autor argumenta que uma sociedade marcada por desigualdades precisa que se produzam novos interesses, mas, se houver algum objetivo de emancipação, eles devem ser construídos com base na participação das pessoas afetadas (MIGUEL, 2012). Na comunicação popular, ao mesmo tempo em que ampliam os canais de participação, os recursos digitais evidenciam os desafios da distribuição de poder e o risco de criar ou aprofundar formas desiguais de participação dentro dos próprios grupos (CARPENTIER, 2019; ZASLAVSKY, 2019).

O reconhecimento da representatividade discursiva está, portanto, relacionado aos mecanismos criados pelos comunicadores populares para incluir mais cidadãos na definição dos temas. Ele determina em que medida uma mídia popular é capaz de produzir novos interesses públicos baseados em processos coletivos. Dois dos estudos de caso da amostra ilustram, respectivamente, dois aspectos que devem ser observados neste debate. O primeiro caso é um acampamento do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) na região de Catuquiriguaçu (PR), e o segundo é a rede de jornais comunitários da Rede Mocoronga, na região amazônica. O primeiro aspecto é a importância de recuperar e/ou fortalecer a participação como princípio normativo da comunicação popular, ampliando a perspectiva sobre como a participação se desenvolve em um contexto amplamente midiaticizado. O segundo aspecto, que se relaciona e desafia o primeiro, é o risco de cair no que Dean (2005) chama de “fantasia da participação”, que deriva do que ela chama de “capitalismo comunicativo”.

Novos recursos, velhas apropriações

O acampamento do MST observado faz parte de uma das maiores ocupações da América do Sul, que envolve quatro assentamentos e dois acampamentos com mais de 7 mil famílias. A presença histórica e consolidada do movimento nessa região do Paraná proporciona uma melhoria contínua dos serviços gerais prestados aos moradores, embora o

próprio acampamento fosse precário, por causa do processo ainda aberto em torno do *status* legal da terra disputada.

O acampamento contava com uma conexão de *Internet* instável e restrita. Mesmo assim, o uso de plataformas digitais em estratégias de comunicação local era ativo. Uma página do Facebook era uma ferramenta de primeira ordem no combate à estratégia agressiva de comunicação da empresa que reivindicava a propriedade das terras ocupadas. A página era alimentada por um grupo de comunicadores, em consulta permanente com os líderes locais do movimento e intercâmbio com os acampados em suas reuniões regulares.

O processo que se destaca, na discussão sobre a participação, é, no entanto, o esforço feito pela equipe de comunicação local para obter visibilidade para a produção agrícola gerada no acampamento. Um dos comunicadores do movimento explicou que a apropriação dos recursos tecnológicos pelos membros pode acontecer de diversas maneiras. “Os camponeses devem ter acesso a computadores e *Internet*, mas vão usá-lo se quiserem”, destacou. Para ele, a participação em produções digitais pode passar por outras formas de engajamento que incluem, principalmente, a reflexão sobre como eles querem ser representados nas produções midiáticas do movimento e na mídia em geral. Ele ilustrou sua reflexão com uma história que tinha acontecido recentemente no acampamento.

Tem essa história do Sr. Dimas. Um jornalista veio ao acampamento, fez um artigo e uma foto sobre ele e publicou na *Internet*. O Sr. Dimas vinha todos os dias na minha casa, pedindo para ver o artigo dele. Ele veio três vezes na minha casa. Finalmente, eu imprimi o artigo e ele chorou. “Nunca pensei que ia aparecer em um jornal”, disse. E neste artigo, ele estava discutindo por que devemos comer comida com veneno se isso nos deixa doentes; dizendo que deveríamos comer coisas saudáveis e saborosas, falando com sua simplicidade (Comunicador, MST, 2015).

Esse comunicador explicou que existem duas chaves de apropriação no campo digital, que seguem a concepção geral de comunicação do movimento: uma é a estratégica e a outra é a cultural. Esta última compreende a escuta permanente das histórias, reclamações e percepções dos camponeses, por um lado, e o *feedback* sobre o que foi feito, por outro lado. A história do Sr. Dimas é um exemplo disso, porque o próprio agricultor participa da constituição do sentido sobre sua produção agrícola e seu ativismo social. A apropriação estratégica é a transformação dessas histórias em instrumentos de luta.

O agricultor pode sugerir que a gente produza e divulgue uma imagem de sua produção de vegetais, que é ‘tão bonita’. Eu faço isso e mostro, fora do movimento, que aqueles vegetais são lindos porque são orgânicos. Assim, eu transformo a história em um argumento dentro da nossa luta (Comunicador popular, MST, 2015).

Este estudo de caso sugere dois níveis interligados de participação. O primeiro acontece entre os camponeses e os militantes encarregados das tarefas de comunicação. O segundo se refere à relação entre os comunicadores e as audiências na sociedade. O processo coletivo, no primeiro nível, é um elemento-chave do sucesso do segundo nível, porque o comunicador se refere a ele como algo que não fornece apenas conteúdo, mas que intervém na definição de toda a estratégia.

Nesse sentido, como afirma esse comunicador, “a participação não é necessariamente digital”, significando que não importa se cada camponês usa recursos digitais para participar de qualquer debate ou decisão. Tanto ele quanto seus camaradas comunicadores defenderam o direito dos camponeses de acessar a *Internet*. O que eles disseram, no entanto, é que esse acesso – ou a falta dele – não pode e não deve limitar ou reduzir as formas de participação.

Em geral, o uso de tecnologias digitais dentro das estratégias de comunicação do MST é simultaneamente progressivo e criticamente refletido. A *Internet* pode substituir outras plataformas tecnológicas, mas o processo orgânico de participação mantém suas raízes, por meio de comitês locais, regionais e nacionais que se articulam entre si.

Sartoretto (2015) realizou uma pesquisa sobre as práticas de comunicação do MST. Esse estudo revela as limitações estruturais dos acampamentos e assentamentos e, também, a importância do processo de reflexão sobre a apropriação de tecnologias que ocorrem local e nacionalmente.

A apropriação é um processo que, atualmente, está muito presente na prática e nas discussões, porque o advento da mídia digital requer discussão e análise coletiva para que práticas aceitas, orientadas a novas mídias, sejam negociadas (a *Internet* em geral e as mídias sociais digitais em particular e, em menor escala, os dispositivos que viabilizam a mídia) (SARTORETTO, 2015, p. 192-193).

Os fluxos de participação muito desenvolvidos, observados no caso do MST, revelam que a apropriação coletiva tem mais a ver com uma cultura do que com a tecnologia disponível e escolhida. O desafio do digital é manter essa cultura dentro de um contexto em que a participação está tão relacionada à capacidade individual de emitir mensagens. O risco identificado nesta pesquisa surge quando o acesso às tecnologias digitais substitui o espaço comum de discussão por esta individualidade. O caso do jornal comunitário da Rede Mocaronga, na região amazônica, ilustra essa situação.

As vozes de muitos

A Rede Mocaronga está associada ao trabalho em saúde e educação feito pelo Projeto Saúde e Alegria, em comunidades situadas às margens dos rios Tapajós e Arapiuns, no território da cidade de Santarém (PA). Duas dessas comunidades foram visitadas: São

Pedro, no rio Arapiuns, e Maripá, no rio Tapajós. Ambas as comunidades não têm acesso à eletricidade e a energia é fornecida por geradores de combustível ligados duas horas por dia. Ambas também estão situadas na Reserva Extrativista Tapajós-Arapiuns, que determina as condições de habitação e para as atividades coletivas, inclusive as econômicas.

São Pedro e Maripá estavam entre as comunidades que participavam do jornal comunitário regional O Mocorongo. O barco do Projeto Saúde e Alegria visitava as comunidades para suas atividades regulares e coletava cada edição local do jornal, que consistia basicamente em um relato de uma ou duas páginas das atividades recentes, feito com os recursos disponíveis: às vezes à mão, com desenhos e outras ilustrações, às vezes digitado e mimeografado. Um dos comunicadores lembrou como a edição local era produzida em Maripá.

Cerca de dois anos após o início do projeto [Rede Mocoronga], nós começamos com o jornal da comunidade. E nós fazíamos aqui neste lugar, escrevendo com caneta. Enviávamos pro Saúde e Alegria, eles faziam cópias e as traziam de volta para nós. Então nós distribuíamos na comunidade. Eles guardavam algumas cópias para enviar a outras comunidades, assim como nós recebíamos exemplares das outras comunidades. A gente falava sobre cultura, esporte, religião, coisas que aconteciam na comunidade. (...) Funcionou muito bem. Pedíamos às pessoas que contribuíssem com notícias, os coordenadores das associações locais. Costumávamos passar um dia da semana, com uma equipe de três a quatro pessoas, principalmente jovens, e passávamos pela comunidade em busca de informações. Eles escreviam e, chegando aqui, nós montávamos e mandávamos pro Saúde e Alegria (Comunicador, Rede Mocoronga, 2015).

Essa dinâmica intra e inter-comunitária começou em 1995, mas a disponibilidade dos membros da comunidade para continuar produzindo as edições locais diminuiu progressivamente até desaparecer por completo. Apesar de haver opiniões divididas sobre a extinção dos jornais, os comunicadores da coordenação do projeto reconheciam que a chegada da conexão à *Internet* e, ultimamente, das redes sociais, tinham provocado transformações importantes.

O Facebook tomou tudo, foi um deslumbramento. (...) Há também o aspecto da organização local. Os meninos dizem que os outros não querem fazer e, então, não querem fazer sozinhos. Eles não se sentem motivados para mantê-lo. (...) Mas não tem substituto. As comunidades que tinham um jornal comunitário não têm uma página no Facebook da comunidade e nem sequer tem um *blog*. (...) O Facebook é mais fácil, o texto é mais curto, não requer muita elaboração. Eles escrevem coisas lá e compartilham conosco. Eles também usam um grupo que criamos no WhatsApp. Eles escrevem esses pequenos textos para dizer

que ‘tem uma atividade acontecendo aqui, na comunidade’, ‘tem esse cara que está aqui, visitando’. Mas o entusiasmo de fazer o jornal não existe mais (Comunicadora, Rede Mocaronga, 2015).

Para uma comunicadora, a prova foi o efeito complementar sobre o *blog* da rede e o programa de rádio que a ONG tem na Rádio Rural de Santarém, cujo sinal atinge todas as comunidades da rede. Ao final de 2015, as informações divulgadas nessas mídias eram produzidas principalmente pela própria equipe de coordenação, dependendo das visitas de campo e de suas próprias pesquisas.

Quando começamos o programa de rádio, ele era produzido principalmente com as notícias dos jornais locais. Agora eu pesquiso informações do que elas publicam em suas páginas do Facebook ou no WhatsApp. Esta informação alimenta o *blog* e o programa de rádio. (...) Eu continuo fazendo pressão sobre os meninos no Facebook para obter algumas informações. Mas tem algumas edições que não têm nada além de notas institucionais, porque não recebemos nada das comunidades (Comunicadora, Rede Mocaronga, 2015).

Um dos comunicadores concorda com a influência do Facebook e acrescenta uma perspectiva crítica sobre o efeito dessa migração na dinâmica das comunidades.

Eu acho que houve uma influência sobre o jornal [do Facebook]. Em vez de ir até lá escrever no jornal, ficar uma hora para escrever uma história, verificar as informações e, eventualmente, precisar corrigi-las, posso enviá-las diretamente. Eu recebo a notícia e envio diretamente. Há menos trabalho a fazer. O problema é que a comunidade não vê. Vai diretamente para lá, a equipe do Saúde e Alegria vê, mas a comunidade não (Comunicador, Rede Mocaronga, 2015).

À época da visita de campo, a conexão de *Internet* em Maripá tinha sido interrompida, mas a visita à comunidade de São Pedro foi planejada por meio do Facebook Messenger. Mais tarde, o acompanhamento das atividades desses comunicadores foi feito pelas notícias da comunidade publicadas em suas páginas pessoais. Durante a visita, havia evidências de que esse grupo passava boa parte do tempo livre *online*, principalmente no Facebook. Existia apenas um ponto de conexão na comunidade, instalado no prédio compartilhado com a rádio e o telecentro. Muitos jovens também se conectavam por meio de telefones celulares.

Em São Pedro, o jornal comunitário não era mais produzido. Não existia uma página da comunidade e seu *blog* estava inativo. Os canais de informação disponíveis eram a rádio e as páginas pessoais no Facebook. Deve-se dizer, no entanto, que os comunicadores descreveram uma rotina muito intensa de produção coletiva, principalmente em torno da

rádio comunitária. É por isso que esta análise indica a situação como um risco potencial para a qualidade da participação, em comparação com a dinâmica estabelecida na produção dos jornais comunitários.

Para um comunicador na coordenação da rede, existe um capital social que foi constituído e se mantém presente e ativo. De acordo com os comunicadores em São Pedro, eles se reúnem uma vez por mês para avaliar e preparar ações futuras. Em paralelo, eles compartilham muito entre eles, em posições complementares de “comunicadores e ouvintes”, para que possam melhorar a qualidade das produções de rádio.

É importante observar, também, que os casos descritos estão situados em comunidades muito pequenas. São Pedro abriga cerca de 120 famílias e Maripá, 74. O processo coletivo não é assegurado por essa realidade, mas pode ser mais acessível do que em grandes comunidades de centros urbanos, por exemplo. A dispersão pode aumentar os riscos de se tomar a expressão individual, própria do ambiente digital, como uma participação que perde o sentido da representação qualificada e confirmar as assimetrias em vez de reduzi-las.

Considerações finais

Como já indicado, o formato desta pesquisa não permitia uma análise detalhada de processos de participação em cada experiência e a reflexão se baseia, principalmente, nos relatos dos comunicadores. Neste nível, é possível fundamentar questões que emergem de novas práticas decorrentes da incorporação de recursos digitais na comunicação popular e, também, da transmutação do sentido e da forma de constituir o coletivo, que podem dar pistas sobre o tipo de representação que pode surgir desses processos.

Por um lado, há o princípio da participação, que está na matriz do conceito e das práticas de comunicação popular e que se associa com um dos pilares da representação, que diz que “o diálogo interno é um momento crucial do processo representativo” (MIGUEL, 2012, p. 11). Por outro lado, a tecnologia digital é positivamente valorizada pela maior oportunidade de expressão oferecida aos cidadãos (CARDON, 2010; CASTELLS, 2013). Esta é uma conquista importante, sobretudo para grupos frequentemente excluídos, mas trata-se de algo diferente do poder coletivo vindo de processos horizontais, como formulado no conceito de comunicação popular. A noção de *bottom-up*, própria dessa tradição, não se baseia no processo individual, mas no relacional, como defendido por Freire (2017, p. 39) em sua definição central, que diz que “ninguém educa ninguém, ninguém educa a si mesmo, os homens se educam entre si, mediatizados pelo mundo”. Isso é diferente da ideia de um cidadão, um *smartphone*, uma mídia.

O potencial de emancipação proveniente da mídia popular baseia-se em uma construção coletiva de significados em favor da própria situação e da mudança que um grupo social quer ver. A criação de páginas individuais no Facebook, como ilustrado no caso de São Pedro, não significa que o processo coletivo seja ignorado ou perdido. O capital social construído no

processo histórico da comunidade, como mencionado por um dos comunicadores, também deve ser considerado. Vários comunicadores se tornaram líderes comunitários, fazendo uso de suas habilidades de comunicação.

Um coordenador da Rede Mocaronga reconhece, no entanto, a “crise do individualismo” que vem com a onda do Facebook e o desafio de manter processos colaborativos em projetos futuros. Para ele, “a *Internet* criou uma falsa impressão de participação” com essa ideia de que todas as vozes têm expressão, enquanto “os grandes grupos continuam dominando até o espaço digital”. Seus pensamentos estão próximos das reflexões críticas de Dean (2005), para quem um modelo de capitalismo comunicativo é baseado em fantasias de abundância e participação.

Eu tenho discutido o encerramento da política no capitalismo comunicativo em termos de fantasia de abundância, que acompanha a reformatação de mensagens como contribuições, e a fantasia de participação, que acompanha o fetichismo da tecnologia. Essas fantasias dão às pessoas a sensação de que nossas ações on-line são politicamente significativas, que fazem a diferença (DEAN, 2005, p. 66).

As abordagens de Dean (2005) também podem ser associadas às reflexões de Wolton (2005) e Habermas (2006) sobre a relação entre conectividade e deliberação. Eles lembram que, mesmo que a comunicação possa ampliar a capacidade discursiva, conectar-se não significa necessariamente promover o intercâmbio (HABERMAS, 2006; WOLTON, 2005). A observação de Dean (2005) sobre a redução das mensagens a contribuições, como resultado da ruptura digital, descreve um fluxo intenso que substitui a informação pela circulação, o que significa, também, uma redução do significado e uma supressão do caráter político da comunicação. Ele rompe o sistema representacional, conforme definido por Hall (2013), em que o diálogo entre os participantes é o que lhes permite construir cultura.

No caso do MST, as entrevistas sugerem uma preocupação em avançar com as estratégias digitais sem perder o histórico processo organizacional do movimento. A rede de comunicadores conectados a espaços locais e regionais produz informações que alimentam todas as mídias do MST. Há, no entanto, um esforço deliberado para que essa informação preserve a perspectiva do conjunto do movimento por meio de processos locais, regionais e nacionais de participação. Em 2013, um dos comunicadores da equipe nacional do movimento lembrou um caminho de cerca de três anos desde as primeiras abordagens às redes sociais. Durante o período desta pesquisa, o movimento consolidou um comitê especial dedicado às questões digitais. É um processo lento e reflexivo.

Nos últimos três anos, temos explorado redes sociais como Twitter e Facebook, que são mais populares. Elas são importantes, contribuem para o nosso processo de comunicação com uma determinada parte da sociedade, com a cidade. (...)

No campo, a *Internet* ainda é uma perspectiva. Mesmo que haja conexão em uma escola, em um centro cultural, o acesso é bastante restrito (...) Tem outro aspecto; na *Internet*, não é possível dividir o que é direcionado para o público interno e externo. (...) A *Internet* é esse instrumento que proporciona interação e comunicação instantânea. Precisamos e estamos aprendendo a lidar com os usos internos e externos. (...) Temos trabalhado com os jovens do movimento para que eles possam contribuir para avançar nesse processo, confiando na organização do próprio movimento como um fator moderador (Comunicador, MST, 2013).

Dean (2005) reconhece a importância da *Internet* para o ativismo social, mas chama a atenção para as ilusões de igualdade de oportunidades e de aumento da democracia prometidas pela cultura digital. Segundo ela, a alta circulação de opiniões faz com que as pessoas se sintam politicamente ativas. Nesse entendimento, os ideais democráticos de inclusão, participação e deliberação são alcançados por uma sociedade em rede em que todos, graças aos avanços tecnológicos, podem potencialmente expressar suas opiniões. O problema é que essa disponibilidade de diversidade sugere um acordo, significando que “a unidade imaginada do global (...) é aquela em que não há política” (DEAN, 2005, p. 69). O conflito natural por trás da negociação de significados é encerrado dentro de um grande processo de circulação de contribuições e somente o resgate do mundo real pode trazer esse conflito de volta.

O problema é que toda essa tolerância e sintonia com a diferença, e a ênfase na escuta à dor de outra pessoa impedem a politização. As coisas não são representadas - elas não representam algo além de si mesmas. Elas são simplesmente tratadas em toda a sua particularidade, como questões específicas a serem tratadas terapeuticamente, juridicamente, espetacularmente ou disciplinadamente, em vez de serem tratadas como elementos de cadeias significantes maiores ou formações políticas. De fato, é assim que as sociedades de terceira via apoiam o capital global: elas impedem a politização. Eles se concentram na administração, excluindo novamente a possibilidade de que as coisas possam ser diferentes (DEAN, 2005, p. 56-57).

Neste sentido, o nível de representação só pode ser alcançado por uma participação que se baseie e contribua para processos coletivos que reconhecem o conflito. A ideia de significado é muito importante nesse debate, enquanto há uma busca de reconhecimento de cada voz, como um processo de subjetivação e intervenção na ordem social.

O significado é o que nos dá sentido de nossa própria identidade, de quem somos e com quem nós ‘pertencemos’ - por isso, está ligado a questões de como

a cultura é usada para marcar e manter a identidade dentro dos grupos, assim como a diferença entre grupos (HALL, 2013, p. XIX).

Para Dean (2019), o poder destrutivo do capitalismo comunicativo é exatamente o de desconstruir processos de subjetivação, ao mesmo tempo em que transforma a comunicação em ativos econômicos. Ela estabelece uma fronteira clara entre a comunicação como um processo de construção de significado e a comunicação como circulação de contribuições individuais que não necessariamente produzem o diálogo capaz de construir e modificar estruturas de interpretação.

De acordo com a presente análise, as mídias populares observadas estão em busca de representação, no sentido de transformar o significado geralmente difundido e aceito sobre quem são suas comunidades e movimentos, em que eles acreditam e por quê lutam. Nesse contexto, o princípio da participação, tal como definido na tradição da comunicação popular, torna-se uma característica a ser fortalecida, sob o princípio da paridade de participação (FRASER, 2010).

Esses casos ilustram uma reinterpretação do sentido do coletivo, que trata de associar a articulação comunitária, nem sempre baseada em uma plataforma tecnológica, com o potencial das plataformas digitais para uma melhor participação nas lutas simbólicas da sociedade. A distribuição de poder relativa a uma mídia popular pode não estar na apropriação da tecnologia em si, mas, sobretudo, nas dinâmicas que orientam o trabalho dos comunicadores. É preciso identificar se a comunidade fala por essa mídia, ainda que exista um porta-voz que concentra a expressão pública. Uma compreensão atualizada da participação deve considerar as condições criadas para fomentar entendimentos compartilhados e criar contra-públicos capazes de desafiar situações e relacionamentos.

Referências

- BARRANQUERO, A.; SÁEZ BAEZA, C. Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación. *In: CONGRESO INTERNACIONAL AE-IC - COMUNICACIÓN Y DESARROLLO EN LA ERA DIGITAL*. Málaga, 2010. **Anais...**
- BERTI, O. Rádios comunitárias brasileiras na Internet. Faces e interfaces da democratização da comunicação comunitária em tempos de tecnologias atuais no Nordeste. **Revista Paulus**, v. 1, n. 2, p. 112-120, 2017.
- BIANCO, N. O futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital. *In: FERRARETTO, L.A.; KLÖCKNER, L., E o rádio? Novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: ediPUCRS, 2010, p. 557-576.
- BONA, N. **A comunicação e o papel do comunicador nas ONGs sociais**. 2010. 270 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Metodista de São Paulo, 2008.
- BRASIL, Presidência da República - Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014.
- CARDON, D. **La démocratie Internet: Promesses et limites**. Paris: Seuil, 2010. 110p.

- CARPENTIER, N. The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate? **Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 14, n. 2, p. 164-177, maio/ago. 2012.
- CARPENTIER, N. (Ed.). **Respublika! Experiments in the performance of participation and democracy**. Cyprus: NeMe, 2019. 364p.
- CASTELLS, M. **Communication Power**. 2. ed. Oxford: Oxford University Press, 2013. 574p.
- DEAN, J. Communicative Capitalism: Circulation and the foreclosure of politics. **Culture Politics**, v. 1, n. 1, p. 51-74, 2005.
- DEAN, J. Critique or Collectivity? Communicative Capitalism and the Subject of Politics. *In*: CHANDLER, D.; FUCHS, C. (Ed.). **Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data**. London: University of Westminster Press, 2019. p.171-182.
- FRASER, N. Reframing justice in a globalizing world. *In*: FRASER, N. **Scales of justice. Reimagining political space in a globalizing world**. New York: Columbia University Press, 2010. p. 12-29.
- FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. 63a Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017. 256p.
- GUMUCIO-DAGRÓN, A. Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. *In*: BOLAÑO, C.; DRUETTA, D. C.; CIMADEVILLA, G. **La contribución de América Latina al campo de la Comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación**. GRC - Alaic Edic, 2014. p. 578-619.
- HABERMAS, J. Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. **Communication Theory**, n. 16, p. 411-426, 2006.
- HALL, S. The work of representation. *In*: HALL, S.; EVANS, J.; NIXON, S. **Representation**. 2a Ed. London, UK: Sage, 2013. p. 1-59.
- KAUFMANN, J.C. **L'entretien compréhensif: L'Enquête et ses méthodes**. 3. ed. Paris: Nathan, 1996. 130p.
- MIGUEL, L. F. Autorização e accountability na representação democrática. *In*: II COLÓQUIO INTERNACIONAL DE TEORIA POLÍTICA. São Paulo, 6-7 dez. 2012. **Anais...**
- PERUZZO, C. M. **Comunicação nos Movimentos Populares**. Petrópolis: Vozes, 1998. 342p.
- SARTORETTO, P. **Voices from the margins - People, media, and the struggle for land in Brazil**. 2015. 288 f. Tese. Faculty of Arts and Social Sciences, Karlstad University, 2015.
- SUZINA, A. C. Digital disruption in popular media practices in Brazil. **Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital**, v. 7, n. 1, p. 172-192, 2018.
- TUFTE, T. **Communication and Social Change**. A Citizen Perspective. Cambridge: Polity, 2017. 256p.
- WOLTON, D. **Il faut sauver la communication**. Paris: Éditions Flammarion, 2005.
- ZASLAVSKY, F. **Mouvements sociaux et internet en Inde: stratégies de visibilité médiatique et d'intégration à l'espace public**. Le cas du mouvement dalit. Tese (Doutorado em Sociologia). École de Hautes Études en Sciences Sociales, Paris, 2019.

Ana Cristina Suzina

Pesquisadora de pós-doutorado no Institute for Media and Creative Industries da Loughborough University, Campus Londres. Doutora em Ciências Políticas e Sociais pela Université catholique de Louvain, Bélgica. Foi pesquisadora visitante no Centre d'Analyses et Intervention Sociologique (CADIS), na França, é autora de cinco capítulos de livro e mais

de 20 artigos científicos publicados em revistas nacionais e internacionais. Trabalhou por mais de 15 anos no campo da comunicação popular no Brasil e na América Latina, incluindo em organizações como a Pastoral da Criança e a União Cristã Brasileira de Comunicação Social. E-mail: anasuzina@hotmail.com.

Recebido em: 23.01.2019
Aprovado em: 11.09.2019

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC), que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que sem fins comerciais e que o trabalho original seja corretamente citado.

