

DOS “NOVOS
NOVOS”
CIDADÃOS AOS
“NOVOS NOVOS”
MOVIMENTOS
SOCIAIS

[ARTIGO]

Denis Porto Renó
Julia Dantas de Oliveira Penteado

[RESUMO ABSTRACT RESUMEN]

Este artigo busca entender o impacto das mídias digitais interativas em movimentos sociais de moradores do complexo do Alemão, no Rio de Janeiro. Para isso, foram estudados dois casos de midiativismo: o jornal Voz das Comunidades e o coletivo Papo Reto.

Palavras-chaves: Movimentos sociais. Folkcomunicação. Meios sociais. Web 2.0. Midiativismo

The present paper aims to understand the impact of interactive digital media in social movements from Alemão complex, in Rio de Janeiro. To that end, two media-activist cases from the complex were studied: the Voz das Comunidades newspaper and the Papo Reto media collective.

Keywords: Social movements. Folkcommunication. Social media. Web 2.0. Media-activism.

Este artículo busca entender el impacto de los medios digitales interactivos en movimientos sociales de moradores del complejo del Alemão, en Rio de Janeiro. Para eso, fueron estudiados dos casos de mediactivismo: el periódico Voz das Comunidades y el colectivo Papo Reto.

Palabras clave: Movimientos sociales. Folkcomunicación. Medios sociales. Web 2.0. Mediactivismo.

INTRODUÇÃO

A web 2.0 transformou a sociedade em inúmeros aspectos. Ela exerceu impacto irreversível em diversas indústrias antes consolidadas, deixou o trabalho mais eficiente e mudou a forma como encaramos os relacionamentos interpessoais. Todas essas transformações ocorreram em decorrência de uma nova forma de se comunicar: agora vivemos na sociedade em rede.

Porém, apesar de a maioria dos recursos interativos serem os mesmos para a todos os usuários da *world wide web*, sua utilização varia entre diferentes grupos sociais. Uma mídia social digital como o Facebook pode não exercer tanta influência na integração de moradores de um condomínio de luxo, mas ser crucial para o compartilhamento de informações entre refugiados sírios, por exemplo.

Tendo isto em vista, o foco deste artigo é entender o impacto das mídias digitais interativas entre grupos marginalizados – mais especificamente, entre moradores do complexo do Alemão, conjunto de comunidades do Rio de Janeiro.

Para isso, será realizado um estudo de caso de duas mídias independentes do complexo, que têm o seu trabalho intimamente ligado às novas tecnologias da informação e comunicação: o jornal Voz das Comunidades e o coletivo Papo Reto. Uma apresentação de cada grupo é feita na primeira parte do artigo.

Para entender como se dão os processos comunicacionais de tais grupos com suas comunidades, será feita uma análise teórica com base na

“...o foco deste artigo é entender o impacto das mídias digitais interativas entre grupos marginalizados – mais especificamente, entre moradores do complexo do Alemão...”

folkcomunicação de Luiz Beltrão (1980). O aporte teórico das novas formas de se comunicar com a web 2.0 será oferecido pelos escritos de Paul Levinson (2012), Dan Gillmor (2005) e Denis Renó (2015).

Já para localizar tais grupos dentro dos movimentos sociais, buscou-se o suporte teórico de Maria da Glória Marcondes Gohn (2011) e Jorge Alberto Machado (2007). Manuel Castells (2013) oferece perspectivas mais recentes para as atuações dos movimentos sociais e abre o caminho para as discussões finais deste artigo. ■

2. DESENVOLVIMENTO

CONTEXTO: SOBRE OS OBJETOS ESTUDADOS

Para facilitar a relação conceitual entre as teorias que serão apresentadas e os dois grupos de mídia independente analisados, faz-se necessária uma apresentação prévia de cada um deles.

Apesar das semelhanças que serão elencadas ao longo deste artigo, o jornal Voz das Comunidades e o coletivo Papo Reto ganharam visibilidade em momentos muito diferentes do Complexo do Alemão, comunidade onde estão baseadas as suas atividades. O primeiro cresceu durante a pacificação do morro do Alemão, no final de 2010, e o segundo em 2014, em meio a um dos momentos de maior tensão entre policiais e moradores do complexo.

Voz da Comunidade. Apesar de ter-se tornado conhecido nacionalmente em dezembro de 2010, o jornal Voz da Comunidade¹ surgiu 5 anos antes, fruto da vocação para o jornalismo de seu idealizador, Rene Silva Santos. Aos 11 anos, Rene recebeu a permissão da diretora para participar do jornal da escola municipal onde estudava, em

Higienópolis. Poucos meses depois, já sabendo como se produz um jornal sozinho usando apenas um computador, Rene propôs à mesma diretora a criação de um jornal próprio, que circularia apenas em sua comunidade do Complexo do Alemão. A educadora aceitou a proposta e ofereceu apoio material para Rene, xerocando, com os recursos da escola, toda a tiragem do jornal.

O trabalho consistente de Rene com A Voz da Comunidade proporcionou uma grande articulação do garoto com o ambiente em que morava: quando não estava na escola, passava o tempo livre correndo atrás de pautas e buscando – muitas vezes na internet – novidades que fossem de interesse da comunidade onde morava. Em 2009, Rene deu o primeiro passo nas redes sociais e criou uma conta para o jornal no Twitter, com o objetivo de facilitar o diálogo com os moradores. Porém, como esta rede social ainda não era tão popular e o perfil não tinha muitos seguidores, ela era atualizada apenas ocasionalmente e quando era necessária uma articulação entre as pessoas, como em arrecadações, por exemplo.

Apesar de já ter iniciado uma articulação em sua própria comunidade, foi só em novembro de 2010 que o jornal Voz da Comunidade ganhou o Brasil - do dia para a noite. No fim de semana do dia 27 de novembro de 2010, o Brasil assistia a uma das maiores operações de pacificação de favelas no Rio de Janeiro, com transmissão ao vivo pela Globo News. A grande mídia cobria um dos eventos mais marcantes da segurança pública no Rio de Janeiro de helicóptero, já que o acesso da imprensa à comunidade era restrito durante a invasão da polícia. Enquanto isso, Rene postava atualizações dos tiroteios nas diversas regiões da favela em sua conta no Twitter, em tempo real, servindo como fonte de informação primária dos eventos ocorridos nas vielas do Complexo do Alemão. Tais postagens logo chegaram aos jornais, que

[1] O histórico do jornal Voz da Comunidade aqui apresentado tem como base a história contada pelo próprio Rene Silva em seu blog pessoal, em um post intitulado "LINHA DO TEMPO: O crescimento do Voz da Comunidade na Internet", postado em 9 de novembro de 2011, acessível por meio do link <<http://rensilvasantos.blogspot.com.br/2011/11/linha-do-tempo-o-crescimento-do-voz-da.html>>. Uma entrevista de Rene para o site Envolverde, de 28 de abril de 2011, também foi usada como fonte: <<http://www.envolverde.com.br/educacao/entrevista-educacao/rene-silva-dos-santos-blogueiro-e-editor-de-jornal-da-voz-da-comunidade>>.

se apropriaram dos tweets postados pela conta da Voz da Comunidade como fonte de informação. Com isso, o número de seguidores do jornalzinho do morro deu um salto e, em dois dias, ele passou de 180 para 22 mil seguidores². Todos os olhos se voltaram para o adolescente prodígio de 17 anos por trás dos furos que veículo nenhum conseguiu dar.

Em pouco tempo, Rene virou uma espécie de celebridade: deu palestras, recebeu prêmios, bolsa de estudos, ganhou uma sede para o jornal no programa *Caldeirão do Huck* e até inspirou personagem da novela teen *Malhação*, da Rede Globo. Era o início da onda de midiaticização das favelas pós-pacificação na maior emissora do país, que, seja no telejornal ou na dramaturgia, enaltecia as benesses trazidas pelas UPPs dentro das comunidades do Rio de Janeiro.

De 2010 para cá, muita coisa mudou, e em vários âmbitos. A comunicação cidadã ganhou novos recursos, principalmente com a popularização dos smartphones. Nas comunidades, o resultado das pacificações está longe do esperado: até agosto de 2015, a polícia militar matou mais moradores de comunidades do que durante todo o ano de 2014, gerando uma onda de insatisfação com as UPPs (em 2014, os patamares de violência no Rio já haviam retornado aos da época pré-pacificação³). As mortes

supostamente acidentais de moradores, muitos deles crianças, ocorrem quase que semanalmente nas favelas. Ao acessar o portal Voz das Comunidades (com a expansão, o jornal ganhou outro nome), é possível ver na home page do portal um contador: não de audiência ao site, mas do número de mortos e feridos na comunidade no ano de 2015.

Papo Reto. Foi em meio a esse clima de insatisfação com as UPPs que surgiu nosso segundo objeto de estudo, o coletivo Papo Reto. O coletivo é uma organização de comunicação independente, composta por jovens moradores do Complexo do Alemão, que se autointitula “mídia de guerrilha”⁴ e que tem como missão a “provocação reflexiva” do que diz a grande mídia. Com grande foco na repercussão das ações policiais dentro da comunidade, os integrantes do grupo circulam pela favela usando um tipo de arma diferente, porém tão ou mais poderosa, em punho: uma câmera filmadora. Com cinegrafistas em sua equipe, o coletivo publica em seu canal do YouTube reportagens sobre os acontecimentos da comunidade, cobertura de protestos, entrevistas com moradores e vídeos que repercutem ações policiais de maior truculência no complexo.

Com história ainda recente, a estrutura do coletivo ainda é pequena se comparada à da Voz das Comunidades: em outubro de 2015, data em que o blog oficial foi consultado, eram apresentados sete colaboradores, vinte a menos do que apresentado no site oficial do Voz das Comunidades. O coletivo também possui um menor número de canais de

[2] Fonte: G1. “Pelo Twitter, jovem passa a ser correspondente da guerra no Alemão”. Matéria publicada em 29 de novembro de 2010 e acessível pelo link <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rio-contra-o-crime/noticia/2010/11/pelo-twitter-jovem-passa-ser-correspondente-da-guerra-no-alemao.html>>.

[3] Fonte: Estadão. “Violência no Rio de Janeiro retoma níveis pré-UPPs”. Matéria publicada em 3 de maio de 2014 e acessível pelo link: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,violencia-no-rio-de-janeiro-retoma-niveis-pre-upps,1161837>>.

[4] Fonte: página oficial do grupo no Facebook: <https://www.facebook.com/ColetivoPapoReto/info/?tab=page_info>.

comunicação: enquanto o Voz possui versão impressa, portal on-line, Twitter, Facebook e canal no YouTube, o Coletivo possui um blog simples, uma página no Facebook e um canal no YouTube, onde são postados a maioria dos conteúdos produzidos pelo coletivo.

Além de diferirem na história e na estrutura de produção, o Voz das Comunidades e o Papo Reto também se diferem em relação ao foco de suas coberturas. Enquanto que o jornal já assume um papel de portal de notícias e novidades da comunidade, incluindo a divulgação de oficiais, eventos culturais e colunas sobre empreendedorismo, por exemplo, o Papo Reto tem um foco maior em fazer vídeos de denúncia ou mostrar a “cara da comunidade” com colunas como a Retrato Falado.

Em sua descrição institucional, o Papo Reto também revela que mantém uma rede de moradores que trocam informações 24 horas por dia, descrevendo um sistema chamado “nós por nós”: “é um simples e forte esquema de segurança de ativistas e moradores em dias de guerra a partir do diálogo e troca de informações”. Assim, esta rede também auxilia o grupo por meio do compartilhamento de informações e vídeos que sirvam como registro de eventos ocorridos no complexo. Desta forma, o coletivo também exerce um novo papel dentro da comunidade: o de documentar, em vídeo, as ações policiais dentro da favela, justamente em um dos momentos de maior tensão entre policiais e moradores do complexo do Alemão.

A prática de se usar vídeos como evidência se popularizou no Brasil com a documentação da repressão policial durante os protestos de junho de 2013 -

que, no início, foi registrada e divulgada em vídeo apenas pelos veículos independentes. Porém, uma iniciativa nesta área já existia em outro lugar do mundo: a organização internacional Witness⁵, fundada em 1992 nos Estados Unidos. A organização foi criada pelo músico e ativista Peter Gabriel pouco depois da primeira prisão de policiais tendo o vídeo como evidência no processo - dois policiais haviam sido filmados, da sacada de um prédio, espancando um homem desarmado.

No início, quando a tecnologia de gravação digital ainda não era acessível, o trabalho do Witness era concentrado na distribuição de equipamentos de filmagem em zonas de violência e em treinamentos, tanto para ensinar os videoativistas a usar tais ferramentas como para instruí-los em relação ao tipo de informação que deveria ser filmada para que os vídeos fossem, de fato, registros documentais. Em 2010, a Witness viu seu trabalho ser potencializado com a popularização dos smartphones com câmera de qualidade - essa mudança no mercado de dispositivos móveis fez com que qualquer cidadão com um smartphone se tornasse um potencial videoativista.

Os caminhos da Witness e do coletivo Papo Reto se cruzaram alguns meses após a criação do coletivo, no fim de 2014⁶. A organização estava em busca de parceiros para expandir seu trabalho de treinamentos de vídeo como evidência no Brasil e encontrou nas favelas do Rio de Janeiro a situação perfeita para instalar seu trabalho. A aproximação entre Witness e Papo Reto foi feita aos poucos,

[5] Fonte: site oficial da Witness. Acessível em: < <https://pt.witness.org/quem-somos/nuestra-historia/>>.

[6] Fonte: Times Magazine. “The media doesn’t care what happens here”. Matéria publicada em 22 de fevereiro de 2015 e acessível pelo link <<http://www.nytimes.com/2015/02/22/magazine/the-media-doesnt-care-what-happens-here.html>>.

mas foi bem recebida pelos integrantes do movimento, que viram na Witness a oportunidade de aprender a melhorar seu trabalho, principalmente quanto à segurança e armazenamento dos vídeos gravados por membros do coletivo ou por qualquer integrante da comunidade – o recebimento de materiais também está entre os trabalhos do coletivo. Além dos treinamentos, a organização também oferece auxílio para articular o coletivo a outras organizações, como a de Advogados Ativistas.

Assim, antes mesmo de iniciarmos nossa reflexão teórica, já podemos identificar, com estes dois exemplos, duas grandes mudanças ocorridas nas comunidades do Rio de Janeiro em decorrência de novos processos comunicacionais: a primeira é que, agora, a voz é *da* comunidade *para* a comunidade, reverberando em toda a sociedade civil; a segunda é que as comunidades possuem milhares de olhos que podem gravar e documentar o resultado das ocupações.

E o que se escolhe ser feito desses registros pode, de fato, transformar a vida de moradores das comunidades, seja por razões ideológicas, já as gravações individuais aproximam os atores da sociedade civil do ponto de vista dos moradores, seja por razões concretas, quando tais registros são usados como evidências em processos judiciais. Nos próximos itens, serão apresentados alguns exemplos dessas mudanças, que serão relacionados com os aspectos teóricos que servem de base para este artigo. ■

COLETIVO E A VOZ: UM OLHAR DA FOLKCOMUNICAÇÃO

Para iniciarmos a conceituação dos objetos de estudo deste artigo, é inevitável observá-los à luz da folkcomunicação, teoria de comunicação criada pelo brasileiro Luiz Beltrão em 1967. Esta teoria da comunicação, embora recente, começou a se tornar amplamente divulgada a partir dos anos 80, com o início da globalização e o fim da ditadura (a teoria de Luiz Beltrão foi motivo de censura em seu início, pois o pesquisador pernambucano adotou um olhar baseado em princípios de esquerda dos folcloristas sobre a comunicação).

A folkcomunicação descreve os processos com que grupos marginalizados se comunicam. Beltrão (1980) descreve o processo de decodificação das mensagens transmitidas pelos líderes de opinião – que na mídia de massa são os políticos, cientistas e fontes oficiais –, pelos chamados *líderes folk*, que são, geralmente, membros oriundos dos próprios grupos marginalizados, mas que possuem um maior grau de influência, reconhecimento e articulação com demais grupos. De acordo com o autor, os líderes folk retransmitem tais mensagens para os seus grupos, porém atribuindo um novo sentido à mensagem.

Tanto no jornal Voz das Comunidades como no coletivo Papo Reto, reconhece-se a figura do líder folk. O Papo Reto assume o papel articulador de uma rede de colaboradores espalhada por todo o complexo, enquanto que a Voz das Comunidades possui uma figura pública mais proeminente no papel de líder folk – no caso, Rene Silva, editor do jornal. Quando os líderes folk transmitem mensagens para a sua audiência (ou usuários, nomenclatura adotada por Beltrão), eles iniciam um novo

processo comunicacional. Porém, este processo de comunicação pode ou não existir em resposta à mensagem dos meios de comunicação de massa.

“Em outras palavras, a Folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa.” (BELTRÃO, 1980, p. 27-40)

Outra característica do processo folkcomunicacional que pode ser identificada nos dois objetos é a sua contraposição essencial às mídias de massa. Embora nem todas as informações disseminadas pelas duas mídias independentes sejam necessariamente criadas em resposta à cobertura da grande mídia, a própria razão de ser dos dois grupos se dá como uma contraposição a ela, já que ambos se definem como “mídias independentes” e têm como missão mostrar o que os grandes jornais não noticiam: a visão da favela vinda de dentro da favela (“nós por nós”). ■

A FOLKCOMUNICAÇÃO NO NOVO MUNDO

Como pudemos observar, **Voz das Comunidades e Papo Reto** são exemplos da folkcomunicação de hoje, sendo os membros de cada grupo os líderes folk e o **Complexo do Alemão, o grupo marginalizado**. Mas o que mudou no cenário folkcomunicacional com a chegada da web 2.0 e de que forma essas mudanças influenciaram os nossos dois objetos de estudo?

Dan Gillmor, já em 2005, dava pistas de algumas mudanças que iriam afetar diretamente a produção de conteúdos folkcomunicacionais com a web interativa. Segundo o autor, a partir do momento em que qualquer cidadão pode se expressar na lógica de *muitos para muitos* – de forma livre, autônoma e global – qualquer cidadão passa a se tornar um potencial *meio*. Basta que ele publique sua visão de qualquer fato em um blog ou nas redes sociais. GILLMOR (2005) defende que, desde 1999, com a chegada dos blogs, qualquer cidadão é um potencial jornalista. O autor cita a repercussão dos atentados às torres gêmeas na blogosfera como um dos primeiros exemplos em que os conteúdos feitos por cidadãos comuns eram tão importantes para a opinião pública mundial como a grande mídia.

Se levarmos em consideração os escritos de Gillmor em um mundo onde o acesso a smartphones com boas câmeras filmadoras e acesso à internet é facilitado, então podemos deduzir que cada morador de uma comunidade é um potencial meio de comunicação. Com isso, a realidade do ponto de vista de um favelado é transmitida em escala global, e não mais fica presa aos muros de sua própria comunidade. Como explica Renó,

“Os olhos (...) dividem as tarefas das câmeras portáteis, que agora são guardadas nos bolsos. Estes dispositivos portáteis oferecem imagens de grande qualidade, aproximando-as à imagem dos olhos rapidamente e materializando o registro por meio de pixels que compõem essa representação. O telefone celular é agora o companheiro e a testemunha. Na mão ou no bolso, os telefones móveis ocupam espaços privilegiados e confirmam a existência de acontecimentos no cotidiano que no ecossistema anterior não eram considerados.” (RENÓ, 2015-b, p. 250-251)

Isso significa que a visão de um morador da comunidade está acessível para qualquer cidadão do mundo, desde que ela seja filmada e compartilhada. Um dos exemplos mais arrebatadores da perspectiva de um morador é a do caso Alan Lima, ocorrido em fevereiro de 2015 na favela da Palmeirinha. Alan foi morto por policiais, que alegaram que ele e mais três amigos estavam armados e dispararam contra a polícia. O que a polícia não esperava é que Alan havia sido morto com a câmera do celular ligada. Dias depois, o vídeo veio à tona: Alan estava filmando uma conversa descontraída entre amigos, contando piadas, claramente desarmados. Em certo momento, todos correm e ouve-se dez tiros da polícia. Alan foi inocentado depois de morto e o vídeo resultou na demissão do comandante de polícia.

Nessa realidade, o trabalho dos líderes folk reside tanto em produzir conteúdos sob a ótica interna da comunidade como em retransmiti-los para agentes externos e, assim, alimentar a grande mídia. A repercussão de vídeos como o de Alan Lima dentro dos próprios grupos marginalizados é o que vai pautá-los nas mídias de massa e ajudar a tirar estigmas das comunidades.

Todos nós, receptores, sejamos partícipes das comunidades marginalizadas ou não, agora temos a chance de testemunhar fatos do ponto de vista de um morador, algo que é potencializado pelo papel dos agentes folk comunicacionais. Dancosky e Renó (2014, p. 49) resumem: “Cada cidadão que compartilha com sua comunidade nestes espaços passa a ser um líder folk entre seus amigos”.

Estes “líderes folks independentes” são caracterizados por Levinson (2012) como *new new citizens*, termo criado para designar o novo papel do cidadão com a chegada da web 2.0. Para entender este conceito, é necessário dar um passo atrás e entender o conceito de *new new media*, do mesmo autor. Levinson observa os processos comunicativos de hoje a partir de três conceitos: *old media*, *new media* e *new new media*.

De acordo com o autor, a *old media* pode ser definida como uma mídia em que algumas pessoas no topo escolhem quais tipos de conteúdo serão passados adiante - papel do *gatekeeper*. Na *old media*, o consumo de informação é facilitado, porém, não há a possibilidade de sua audiência publicar alguma informação. Os exemplos da *old media* são o jornal, a revista, a TV e o rádio, ou seja, a mídia de broadcasting.

Já a *new media* é a mídia da internet, com veículos presentes no meio on-line, porém ainda com uma função semelhante à do *gatekeeper*. Exemplos de *new media* são o iTunes e a Amazon, que são empresas criadas para existirem num aparato tecnológico, porém cuja oferta de informações e conteúdos é baseada em negociações dessas empresas com grandes editoras e gravadoras. Essas empresas de mídia são novas (*new*), pois sua existência só foi possível após o surgimento e evolução das TICs, porém ainda operam seguindo os

princípios de curadoria editorial das *old media*.

Por fim, a *new new media* é a mídia protagonista dos tempos de hoje. Assim como a *new media*, este tipo de mídia só pôde ser possível com a evolução das TICs, porém, ela possui um grande diferencial no processo de produção de informações: agora, os usuários conseguem produzir e publicar conteúdos com a mesma facilidade com que os leem. O conceito de *new new media* de Levinson pode ser facilmente confundido com o que chamamos popularmente de “rede social” - afinal, dentre os exemplos maiores estão o Facebook, Twitter e YouTube, que podem ser definidos como redes sociais digitais. Porém, ao conceituar tais plataformas, Paul Levinson prefere destacar a possibilidade de um usuário postar o conteúdo nesses sites, sem necessariamente ter havido uma interação social prévia entre seus participantes.

A teoria da folkcomunicação surgiu no final da década de 1960, e é possível encontrar exemplos de processos folkcomunicacionais que têm como base os três tipos de mídia de Levinson: a *old media*, *new media* e *new new media*. Ao analisar os objetos de estudo sob a ótica de Levinson, podemos deduzir que o papel das *new new media* foi fundamental para o crescimento de ambos os grupos, com uma pequena diferença entre eles: o Voz da Comunidade surgiu na *old media* (impresso), porém seu crescimento se deve às possibilidades da *new new media* (Twitter). Já o Papo Reto, cuja atuação se restringe aos meios digitais, só teve sua existência possível devido aos recursos das *new new media*: YouTube, Facebook, blog e WhatsApp.

Em sua obra, Levinson destaca a introdução desta via de mão dupla de postagem de conteúdos: o consumidor de informação também a produz. De acordo com Levinson, este empoderamento do cidadão é o que provocou grandes mudanças na forma como vivemos. Se existe uma nova forma de se exercer cidadania, então a forma de se participar de movimentos sociais também mudou. Renó (2015-a) reflete sobre a folkcomunicação nesse novo cenário:

“Entender os movimentos midiáticos e sociais é algo complexo, inclusive porque não há muita lógica. Os movimentos sociais sobrevivem pela existência de uma atualização midiática – cidadã ou não – mas ao mesmo tempo os movimentos midiáticos dependem diretamente dos movimentos sociais. É uma interdependência constante, onde um existe somente com o outro. No entanto, a partir da web 2.0, nesses movimentos midiáticos, que no trabalho posicionamos como folkcomunicacionais, a relação cidadão/meio/sociedade muda e fica muito mais simples e democrática.” (RENÓ, 2015-a, p. 58)

No próximo item, serão discutidas algumas conceituações acerca do que é movimento social, a fim de entender se os objetos estudados podem se encaixar nessa nova forma de ser ativista. ■

MOVIMENTOS SOCIAIS: ALGUMAS ABORDAGENS TEÓRICAS

Antes de começar um estudo sobre as mudanças recentes dos movimentos sociais, é interessante buscar uma definição primária para o termo. GOHN (2011, p. 335) define movimentos sociais como “ações sociais coletivas de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas de a população se organizar e expressar suas demandas”. Gohn também diz que, na atualidade,

“(…) os principais movimentos sociais atuam por meio de redes sociais, locais, regionais, nacionais e internacionais ou transnacionais, e utilizam-se muito dos novos meios de comunicação e informação, como a internet. Por isso, exercitam o que Habermas denominou de o agir comunicativo. A criação e o desenvolvimento de novos saberes, na atualidade, são também produtos dessa comunicabilidade.” (GOHN, 2011, p. 335-336)

Na visão da autora, esta “criação de saberes”, ao lado da inovação, são duas premissas básicas dos movimentos sociais. Em seu texto, GOHN (2011) estabelece nos movimentos sociais uma relação muito próxima com a educação, seja em ações internas do movimento, seja em ações com instituições de ensino externas.

Em ambos os objetos, é possível observar a influência da educação em variadas formas. O jornal Voz da Comunidade, por exemplo, só foi possível devido ao treinamento oferecido para o seu criador dentro da escola onde estudava, que também forneceu recursos físicos para a realização do projeto. Atualmente, o Voz das Comunidades adquiriu o status de ONG,

que promove atividades culturais e uma integração de moradores da comunidade ao próprio jornal, tornando-se, também, uma fonte de educação para cultura e cidadania dentro do complexo.

Quanto ao Papo Reto, além dos saberes gerados a partir do “agir comunicativo” de Habermas citado por Gohn (2011), é importante ressaltar o trabalho de treinamento de vídeo como evidência fornecido pela Witness para o coletivo. Essa ação em conjunto das duas organizações ajudou a estruturar o trabalho do coletivo, e as instruções recebidas poderão ser repassadas posteriormente para os próximos integrantes do coletivo.

Porém, para caracterizar os movimentos sociais, é importante ressaltar os propósitos político-sociais, ou seja, suas motivações e forma de atuação. Conforme Gohn,

“Os movimentos realizam diagnósticos sobre a realidade social, constroem propostas. Atuando em redes, constroem ações coletivas que agem como resistência à exclusão e lutam pela inclusão social. Constituem e desenvolvem o chamado *empowerment* de atores da sociedade civil organizada à medida que criam sujeitos sociais para essa atuação em rede. Tanto os movimentos sociais dos anos 1980 como os atuais têm construído representações simbólicas afirmativas por meio de discursos e práticas. Criam identidades para grupos antes dispersos e desorganizados, como bem acentuou Melucci (1996). Ao realizar essas ações, projetam em seus participantes sentimentos de pertencimento social. Aqueles que eram excluídos passam a se sentir incluídos em algum tipo de ação de um grupo ativo.” (GOHN, 2011, p. 336)

Essas representações simbólicas e afirmativas são a base de ambos os movimentos estudados. Em sua essência, o Voz das Comunidades e o Papo Reto existem para romper com estigmas pré-concebidos sobre a comunidade e seus moradores. Ao retratá-los, entrevistá-los e dar voz a estes cidadãos, as organizações contribuem para o reforço da identidade deste grupo e auxiliam no sentimento de “pertencimento social” que a autora cita.

Além de conjugar das definições de Gohn (2011), Machado (2007) oferece uma perspectiva histórica dos movimentos sociais e apresenta o termo “novos movimentos sociais”, conforme ele define:

“Surgiu então o termo “novos movimentos sociais” para designar tais coletivos que não encontravam uma interpretação satisfatória na maioria das interpretações predominantes. Os “novos” movimentos sociais seriam principalmente os movimentos pacifistas, das mulheres, ambientalistas, contra a proliferação nuclear, pelos direitos civis e outros. Tais movimentos, a maioria de base urbana, estavam bastante afastados do caráter classista dos movimentos sindical e camponês, atuando, não raras vezes, em cooperação com o sistema econômico e no escopo político das instituições vigentes.” (MACHADO, 2007, p. 253)

Tanto Papo Reto como Voz das Comunidades têm a paz em suas comunidades como maior objetivo, não são vinculados a movimentos classistas e, principalmente no caso do Voz, atua em cooperação com instituições políticas e econômicas. Portanto, podemos aproximá-los da definição dos

novos movimentos sociais. Mais adiante, Machado (2007) ainda ressalta que a importância da informação para essas organizações:

“Para poder fazer frente aos interesses de grandes atores, os movimentos sociais têm como principal recurso – e, por vezes, o único – a informação. Estrategicamente difundida e aliada a formas de articulações tradicionais – como manifestações, protestos, campanhas mundiais –, a informação e o conhecimento podem eficazmente desencadear processos de mudança social. A informação é apenas uma matéria bruta que pode ser transformada em ideologia. Por isso, os movimentos sociais se orientam cada vez mais em torno dos meios de comunicação – cujo poder de persuasão pode ser, por vezes, muito mais poderoso do que, por exemplo, o uso da força – para difundir e compartilhar valores, visões de mundo e experiências.” (MACHADO, 2007, p. 278)

Ao falar de movimentos sociais, Aline Rios (2005) destaca a importância da comunicação horizontal entre esses grupos para a sensibilização de suas causas pela sociedade. Para ela, a sensibilização não ocorre apenas quando um cidadão sofre determinada injustiça, mas também quando alguém se reconhece como um ator social. Para isso, o trabalho dos movimentos sociais é fundamental, pois é ele quem conscientiza a sociedade de suas demandas. Para defender seu argumento, ela cita:

“As oportunidades oferecidas pela rede (...) devem ser vistas de modo associado às motivações dos próprios atores sociais e aos procedimentos da comunicação estabelecida entre eles. Os atores da sociedade civil podem beneficiar-se da comunicação mais horizontal e interativa proporcionada

pelas novas tecnologias da informação, a fim de estarem melhor informados e conhecerem o posicionamento dos diversos atores sociais a respeito de questões específicas. (...) Os atores da sociedade civil (...) devem ser competentes politicamente, estabelecendo pontes comunicativas entre os diversos atores sociais e ambientes de conhecimento, articulando de modo consequente demandas específicas.” (EISENBERG; CEPPIR, 2002, p. 66)

É possível notar semelhanças entre as ideias de Rios (2005) em Castells (2013). Em “Redes de Indignação e Esperança”, o autor descreve o que ele chama de *autocomunicação de massa* e explica como ela pode influenciar na sensibilização da população em geral. Segundo o autor, o termo foi criado para explicar a comunicação digital que se dá de muitos para muitos. Segundo sua própria definição,

“É autocomunicação porque a produção da mensagem é decidida de modo autônomo pelo remetente, a designação do receptor é autodirecionada e a recuperação de mensagens das redes de comunicação é autosselecionada. (...) A autocomunicação de massa fornece a plataforma tecnológica para a construção da autonomia do ator social, seja ele individual ou coletivo, em relação às instituições da sociedade.” (CASTELLS, 2013, p. 15)

Mais à frente nesta ideia, Castells (2013) explica como esse novo processo foi importante para o estopim de muitos movimentos, como os diversos Occupy e a primavera árabe. De acordo com o autor, este novo processo comunicacional de massa, por ser essencialmente cidadão,

horizontal e apresentar o ponto de vista de grupos marginalizados, fortalece o apelo emocional para suas causas, algo que o autor considera importante para a propagação dos ideais de movimentos sociais.

Isto porque, para Castells (2013, p. 25), “quanto mais rápido e interativo for o processo de comunicação, maior será a probabilidade de formação de um processo de ação coletiva enraizado na indignação, propelado pelo entusiasmo e motivado pela esperança”. Este processo rápido e interativo pode ser observado na atuação de ambos os grupos estudados, já que a cobertura é feita, muitas vezes, de forma colaborativa e rápida. Um exemplo é o caso da cobertura da morte do menino Eduardo, de 10 anos, em 2 de abril de 2015. No dia seguinte ao ocorrido, uma videorreportagem feita pelo coletivo Papo Reto já circulava pelas redes sociais, com imagens que focavam na emoção e revolta dos moradores do complexo em relação ao fato, o que levou a comoção da comunidade para atores sociais de fora do complexo.

A partir deste novo fazer comunicacional cidadão, Castells (2013, p. 25) sugere que “os movimentos sociais em rede da era digital representam uma nova espécie em seu gênero”, justamente por serem menos hierárquicos e mais participativos. Assim, Castells (2013) assume que muitos movimentos recentes demonstram uma nova forma – talvez ainda pouco estudada – de ser ativista, com novas características e meios de se interagir e expressar suas demandas. ■

CONDIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos nos itens anteriores, o processo comunicacional dentro dos movimentos sociais tem ganhado cada vez mais importância.

Potencializada pelas *new new media*, o compartilhamento de informações tem um novo impacto nos dias de hoje, o que faz com que a folkcomunicação ganhe um novo status e, muitas vezes, se confunda com movimentos sociais, (e o contrário também é válido).

Porém, ainda não se sabe o real impacto dos *new new citizens* nos movimentos sociais. As formas com que os movimentos sociais se comunicam internamente e expressam suas demandas tiveram grandes melhoras, isso é inquestionável. Porém, algo novo está emergindo e ainda precisa ser fonte de mais estudo: agora, não existe apenas um líder folk, mas cada cidadão é um em potencial. Ou seja, mesmo os novos movimentos sociais, como os que estudamos aqui, também estão em processo de reconfiguração. Agora, o cidadão pode fazer parte de forma tão ou mais importante das ações de comunicação dos movimentos sociais.

É possível, talvez, fazer uma associação da teoria de Levinson das *new new media* com a “feliz” coincidência do termo apresentado por Machado (*novos movimentos sociais*): se a comunicação horizontal adquiriu um novo grau de importância nessas organizações e todo cidadão é um meio, será que estamos, então, testemunhando o nascimento de *novos novos movimentos sociais*, nos quais a produção cidadã tem um impacto tão importante quanto a dos “velhos” líderes folk? E como se dará o processo de integração da produção cidadã com

esses novos movimentos sociais?

Ambos os grupos aqui estudados estão claramente buscando respostas para essas perguntas, seja na prática ou com a ajuda de entidades como a Witness. E estas são questões que ainda podem ser aprofundadas no âmbito acadêmico. Assim como a mídia tradicional persiste, os líderes folk tradicionais sempre existirão e serão necessários para a manutenção desses movimentos. Porém, agora, todo cidadão é um meio, e cabe aos movimentos saberem como utilizá-los e aproveitá-los em prol de suas demandas. ■

[DENIS PORTO RENÓ]

Jornalista, doutor em Comunicação Social (UMESP) e professor nos programas de graduação em Jornalismo e de pós-graduação em Mídia e Tecnologia da UNESP.

[JULIA DANTAS DE OLIVEIRA PENTEADO]

Jornalista, editora-assistente para plataformas digitais na Editora Alto Astral e mestranda do programa de pós-graduação em Mídia e Tecnologia na UNESP.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

CASTELLS, Manuel. Redes de Indignação e Esperança - Movimentos Sociais na Era da Internet. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013.

DANCOSKY, Andressa Kikuti e RENÓ, Denis Porto. Mídia-tização, intervenções urbanas e cultura marginal: o ativismo terrorista poético na era da convergência. Revista Internacional de Folkcomunicação, 12. 2014.

GILLMOR, Dan. Nós, os media. Portugal: Editorial Presença, 2005.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos Sociais na Contemporaneidade. Revista Brasileira de Educação. v. 16, n. 47. p: 333-361, 2011.

LEVINSON, Paul. New new media (2nd Edition). Estados Unidos: Editora Pearson, 2012.

MACHADO, Jorge Alberto S. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. Sociologias, v. 9, n. 18, p. 248-285, 2007.

RENÓ, Denis Porto. Folkcomunicación ciudadana a partir de la web 2.0 y de la movilidad. Revista internacional de Comunicación y Desarrollo, v. 1, p. 51-59, 2015-a.

RENÓ, Denis Porto. Movilidad y producción audiovisual: cambios en la nueva ecología de los medios. In: Carlos Scolari. (Org.). Ecología de los medios. v.1, p. 247-263, Barcelona: Gedisa, 2015-b.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

RIOS, Aline de Oliveira. Movimentos Sociais na Internet: Possibilidades e Desafios. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-olieira-mov-sociais.pdf>>. 2005.