



Novas narrativas sociais: As práticas de mídia livre através do audiovisual

CAMILA FERREIRA RIBEIRO WALTER

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENÇÃO
DO GRAU DE MESTRE EM AUDIOVISUAL E MULTIMÉDIA

Orientador:

Prof. Doutor. Filipe Montargil, Professor Adjunto.

Escola Superior de Comunicação Social

Outubro, 2017

DECLARAÇÃO

Declaro ser o autor desta dissertação, requisito indispensável para a obtenção do grau de Mestre em Audiovisual e Multimédia, sendo o mesmo original e nunca ter sido submetido, no seu todo ou em parte, a outra investigação ou instituição do ensino superior para a obtenção de um grau académico. Todas as citações e fontes consultadas estão identificadas e devidamente assinaladas no texto, nas notas e na bibliografia.

Camila Ferreira Ribeiro Walter

PALAVRAS-CHAVE

Mídia livre, Mídia NINJA, narrativas sociais, comunicação social, mídias digitais

RESUMO

Com a proliferação e popularização dos aparatos móveis de comunicação digital e o avanço dos dispositivos conectados à Internet, a mídia ganhou novos contornos, tanto quantitativos quanto qualitativos. O intenso fluxo de mudanças, em constante curso e evolução, trouxe para as mãos do grande público o material e espaço necessários para ser ativo na transmissão de mensagens na sociedade; em contrapartida, gerou uma perda do controle do conteúdo, excesso de informação disponível e inúmeros novos formatos de transmissão.

Este trabalho pretende revisitar a bibliografia da área ao longo das últimas décadas, ressaltando os debates e teorias levantadas de acordo com as principais mudanças na Comunicação Social. As principais características da cada época trarão um contexto macro de manifestações sociais que hoje também apresentam-se no contexto micro. O uso social dos meios de comunicação é o foco e ponto chave para discutir o papel social, efetivo ou potencial, da mídia. Para que o benefício de controlar os meios de produção da informação, bem como aproveitar a liberdade presente no ciberespaço, seja utilizado em prol da sociedade e em favor da democracia.

A importância histórica e social do discurso e da narrativa será explicado para comprovar a importância do debate sobre a mídia livre, assim como as suas principais características e práticas, ilustradas através do objeto de estudo, o coletivo Mídia NINJA.

KEYWORDS

Free media, Mídia NINJA, social narratives, social media, digital media

ABSTRACT

With the proliferation and popularization of mobile digital communication devices and the advancement of devices connected to the Internet, the media has gained new contours, both quantitative and qualitative. The intense flow of change, in constant progress and evolution, has brought into the hands of the general public the material and space necessary to be active in the transmission of messages in society; on the other hand, generated a loss of control of the content, excessive information available and numerous new transmission formats.

This work intends to revisit the bibliography of the area over the last decades, highlighting the debates and theories raised according to the main changes in social communication. The main characteristics of each period will bring a macro context of social manifestations that today also present themselves in the micro context. The social use of the media is the focus and key point to discuss the social role, effective or potential, of the media. So that the benefit of controlling the means of information production, as well as taking advantage of the freedom present in cyberspace, be used for the benefit of society and for democracy.

The historical and social importance of discourse and narrative will be explained to prove the importance of the debate about free media, as well as its main characteristics and practices, illustrated through the object of study, the collective Mídia NINJA.

Índice

DECLARAÇÃO.....	3
PALAVRAS-CHAVE	4
RESUMO	4
KEYWORDS.....	5
ABSTRACT.....	5
Índice.....	6
INTRODUÇÃO.....	7
1. A importância social do discurso.....	14
1.1. Bourdieu e a violência simbólica.....	14
1.2. Foucault e o poder do discurso.....	18
1.3. A história social da mídia de Briggs e Burke.....	27
1.4. Televisão, imprensa e o interesse do discurso.....	36
2. As novas tecnologias e a sociedade da informação, mas agora em rede.....	45
2.1. Os novos apocalípticos e integrados de Eco.....	45
2.2. Da comunicação de massa para a comunicação em rede.....	49
2.3. A consolidação do dispositivo midiático.....	59
3. A ciberdemocracia e a mídia livre.....	75
3.1. A cibercultura interconectada, coletiva e participativa.....	75
3.2. A arena pública do Facebook.....	79
3.3. Aparelhos digitais, móveis e audiovisuais.....	90
3.4. Mídia livre: mais prática que conceito.....	94
3.5. Mídia NINJA: novas narrativas, nova parcialidade.....	98
CONCLUSÃO.....	116
BIBLIOGRAFIA.....	123

INTRODUÇÃO

Já no início do século XX o advento de novos meios de comunicação chamava a atenção dos estudiosos para as transformações geradas pelas novidades. Cientistas sociais debruçaram-se sobre as novas formas de comunicação para tentarem perceber de que modo estas interferiam na organização e interação social.

Considerando aspectos como a linguagem e a cultura, os estudos voltaram-se tanto para características técnicas da interação do homem com os meios, um dos focos da Escola de Chicago, quanto para o aparecimento de uma chamada “Indústria Cultural” e o conteúdo de suas mensagens, no caso da Escola de Frankfurt. Fato é que a propagação e massificação dos meios de comunicação e informação causaram profundos impactos na sociedade ocidental, que continuam a ter efeito mais de um século depois, mas que também sofreram transformações com o passar do tempo.

Se o desenvolvimento das tecnologias da informação e do transporte acelerou o ritmo do mundo e diminuiu suas distâncias e barreiras, conseqüentemente interferiu na organização social e no modelo de produção e trabalho. Também foram conseqüências o aumento da concentração de renda e da segregação social, fatores agravados pelo modelo de produção e distribuição da informação.

A evolução dos meios de informação e comunicação foi revelando a força do discurso e o poder gerado pelo conhecimento e saber. Daí, historicamente passou a ser utilizado pelas forças dominantes como ferramenta de controle e manutenção do *status quo*. Grandes conglomerados midiáticos se formaram agregando diferentes tipos de meios, garantindo visibilidade e alcance para mensagens envoltas por interesses financeiros e políticos.

Cumprindo, majoritariamente, os interesses do capitalismo, este setor, ao menos no Ocidente democrático, passou a ser dominado e financiado pela publicidade, propagando as bases para uma sociedade do consumo. A seleção do conteúdo, quanto à sua apresentação e distribuição, reforçou os fundamentos de uma sociedade injusta e classista, que se baseia na alienação popular para evitar resistência e conflito.

Mas o início do século XXI transformou a forma de se consumir e produzir conteúdo. Além da popularização de meios já consolidados, como a televisão e o barateamento do aparelho televisor, a Internet trouxe um elemento de novidade e passou a ditar novos parâmetros de organização social. As estruturas que se estendem por toda a sociedade passaram a se disponibilizar em formato de rede, dando início a uma nova era. Também

chamada de era da informação, esta época presenciou o crescimento da Internet como elemento fundamental para as mudanças que aconteceriam, afetando todas as camadas sociais, desde o nível mais macro até chegar ao cidadão comum em sua individualidade.

Os nascidos a partir da década de 90 do século XX já não conhecem um mundo sem as suas características digitais e computadorizadas, fazendo com que a atual juventude transponha as barreiras entre o real e o virtual e nos coloque em uma situação híbrida nunca antes vista. As redes sociais digitais confundem-se com as interações físicas e passam a fazer parte do dia a dia dos indivíduos, com todos os prós e contras disto. Não tardou para que os espaços virtuais, voltados para a clara intenção de criar uma rede digital que conecta as pessoas e diminui barreiras, virassem também alvo de interesse das classes dominantes e da Publicidade. Com a migração dos mais jovens para meios de comunicação digitais, enfraquecendo meios mais antigos, como a televisão ou o jornal impresso, as mídias digitais também acabaram por criar um novo canal para a propagação das mensagens de alienação e controle. “Ora, as realidades virtuais servem cada vez mais como mídias de comunicação”, corrobora Lévy. (1999, p.105)

Porém, diferentemente dos exemplos dos primeiros canais de comunicação, as mídias digitais contam com uma liberdade de expressão ímpar na história, permitindo o que se conceituou chamar de ciberdemocracia, com uma organização mais horizontal e menos hierárquica, típica de uma sociedade em rede, e com um alcance ilimitado e global. Além das características da Internet que são a base para seu fator transformador, também se deve considerar o desenvolvimento dos aparelhos tecnológicos pessoais, que hoje são vendidos a baixo custo e agregam cada vez mais funções interativas e audiovisuais.

Dados lançados no início de 2017¹ revelam que o número de utilizadores online já gira em torno dos 3,7 bilhões. Também se percebe a tendência do crescimento do uso de aparelhos móveis, como tablets e smartphones, que, cada vez mais baratos, passaram a reunir uma série de outros dispositivos e funcionalidades. A popularização e o também barateamento dos planos telefônicos e de conexão à Internet contribuíram para que, no intervalo de um ano, entre 2015 e 2016, o número de pessoas que usam os dispositivos móveis para se conectar às redes sociais crescesse 17%, o que representa mais 283 milhões de usuários únicos².

Os inúmeros recursos e aplicativos disponíveis continuam a ser disponibilizados aos usuários, muitas vezes gratuitamente, estendendo cada vez mais as suas possibilidades e

1 Dados disponíveis em: <http://anewdomain.net/2017-Internet-statistics-the-state-of-the-Internet-web-growth/>
Acessado em: 02/03/2017

2 Dados disponíveis em: <http://anewdomain.net/2017-Internet-statistics-the-state-of-the-Internet-web-growth/>
Acessado em: 02/03/2017

alcance. A informação ganhou velocidade e dinamismo, permitindo trocas e interações cada vez mais intensas, seja entre grupos, empresas, governos ou indivíduos. O cidadão comum fez do espaço virtual um ambiente para a livre expressão de suas opiniões e para a manifestação de seus desejos e necessidades, mas também para distribuir na rede informações pontuais - locais, na maioria das vezes - que normalmente não receberiam a atenção da grande mídia, seja por desinteresse, seja por interesses opostos. Uma nova narrativa dos acontecimentos é colocada à disposição da sociedade, e esta narrativa é caracterizada pela sua multiplicidade.

Com a facilidade de publicar fatos rapidamente a partir de seus aparatos móveis conectados à web, as pessoas passaram a poder cumprir o papel de “cidadãos-jornalistas”, atingindo, pelo menos, a audiência daqueles que fazem parte da sua rede pessoal. Como no mundo digital não há muitos constrangimentos para o usuário, no sentido de que a identidade ou veracidade das informações ali publicadas não sofrem fiscalização ou grandes obstáculos, os recursos audiovisuais aparecem como pilares para a credibilidade destas notícias.

Telefones com câmeras fotográficas evoluíram para *smartphones* com câmera de foto e vídeo, desvinculando a produção de imagens dos equipamentos profissionais, de custo mais elevado. O mercado, atento a esta tendência, produz inúmeros *gadgets* para aprimorar a experiência do utilizador e aumentar a qualidade das imagens produzidas pelos telemóveis³. Paralelamente, as plataformas digitais desenvolveram recursos de transmissão ao vivo via streaming⁴, caso do Facebook, que liberou esta ferramenta aos usuários no início de 2016⁵, e do Periscope, plataforma dedicada a esta funcionalidade lançada em 2015 e que nas primeiras semanas de lançamento atingiu mais de um milhão de downloads⁶. Atando estas características, as tecnologias de acesso aceleram a velocidade da conexão à Internet. Os planos telefônicos passaram a fazer pacotes que englobam a Internet móvel, *wifi*, telefonia e outras facilidades para baratear e atrair clientes.

Com todos estes elementos neste cenário, atividades antes praticadas apenas pelas mídias tradicionais comerciais passam a ser exercidas pelos cidadãos comuns. Não há mais a necessidade de esperar que os grandes veículos de comunicação transmitam determinada notícia, pois ela pode ser transmitida diretamente por quem está no local. Cria-se, assim, o

3 Disponível em:

<http://www.techtudo.com.br/kits/aplicativos-que-transformam-seu-android-em-uma-camera-profissional.html>
Acessado em: 03/03/2017

4 Vale lembrar que anteriormente ao lançamento dos exemplos citados, já existiam modelos similares desta função, como no Twitter.

5 Disponível em:

<http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2016/01/como-fazer-transmissoes-ao-vivo-no-facebook-usando-o-celular.html> Acessado em: 03/03/2017

6 Disponível em: <http://meiobit.com/315915/periscope-ganha-um-milhao-de-usuarios-em-dez-dias/> Acessado em: 03/03/2017

espaço propício para o desenvolvimento e prática de uma mídia livre, em oposição à dominada pelos interesses capitalistas, comerciais e políticos. Está lançada a semente para o exercício de uma nova prática democrática.

A realização destas ações costuma estar associada a motivações sociais e políticas, principalmente por pressupor uma conscientização da dominação exercida sobre as camadas populares e da importância do fluxo livre e desvinculado da informação. A partir desta tomada de consciência e da capacidade de manipulação das ferramentas digitais citadas acima, estão criadas as bases para a produção e distribuição de uma mídia livre e esta se torna uma realidade.

Na tentativa de ilustrar o tema, esta investigação utilizará como exemplo as atividades do coletivo brasileiro Mídia NINJA.

O movimento, que se autoproclama uma mídia livre, se compromete em criar uma rede de comunicadores para movimentar narrativas independentes, jornalismo e ação. Iniciou suas atividades em março de 2013, ganhando visibilidade em junho do mesmo ano, quando o Brasil vivenciou a experiência nacional de manifestações populares nas ruas das principais cidades contra medidas do Governo consideradas abusivas por grande parte da população. Durante os protestos, os colaboradores da Mídia NINJA, espalhados em suas próprias cidades, utilizaram os recursos audiovisuais e dispositivos móveis disponíveis na época para registrar acontecimentos e detalhes omitidos ou pouco explorados pelas mídias tradicionais.

Em pleno crescimento e reconhecimento desde então, o coletivo ganhou colaboradores por todo o país e também internacionalmente, espalhando seu nome e conceito entre os populares e passando a ser temido e considerado pelos veículos tradicionais. Hoje, utiliza-se principalmente do Facebook como plataforma e das transmissões em direto, sem cortes ou edições, para divulgar assuntos de interesse popular, quase exclusivamente voltados para causas políticas e sociais.

Com o objetivo declarado de atingir o bem comum e o desenvolvimento dos direitos do cidadão e da qualidade de vida dos menos favorecidos, a rede funciona sem vínculos financeiros ou partidários com empresas ou instituições políticas. Por isso, há um esforço coletivo para a produção de um conteúdo de qualidade, que cumpra a função de esclarecer abusos exercidos contra o povo e escancarar as desigualdades e injustiças sociais, tendo no seio de sua organização a participação coletiva e igualitária.

Por isso, como questão de partida buscar-se-á enumerar as práticas que permitem a execução de uma mídia livre, ilustrando-as através da atuação do Mídia NINJA. Para respondê-la, será utilizada a técnica de investigação dedutiva, partindo de uma teoria que permite utilizar conhecimentos gerais no enquadramento do objeto de estudo.

Tendo em conta o contexto descrito anteriormente, o presente trabalho irá investigar as seguintes problemáticas: O que é mídia livre? Qual o trajeto histórico-social que propiciou o seu surgimento? Quais os impactos desta prática já observados? O Mídia NINJA é uma mídia livre?

Ao falar sobre o desenvolvimento estratégico das tecnologias da informática e da comunicação e suas conseqüentes reverberações “por toda a estrutura social das sociedades capitalistas avançadas”, Santaella (2003, p.23) afirma que “tendo em vista a relevância das reverberações que já se fazem presentes e daquelas que estão por vir, tenho defendido a idéia de que nós, intelectuais, pesquisadores e mestres, devemos nos dedicar à tarefa de gerar conceitos que sejam capazes de nos levar a compreender de modo mais efetivo as complexidades com que a realidade em mutação nos desafia.”

O argumento da autora leva em conta que a velocidade com que as tecnologias têm se desenvolvido acelera também as transformações sociais influenciadas pelos recursos técnicos. Por serem estas mudanças constantes e concomitantes, assim devem ser as investigações científicas acerca do tema, revisitando frequentemente o assunto para atualizar a produção acadêmica, refletir sobre as implicações na sociedade e produzir guíões para que a sociedade possa utilizar as novas ferramentas de comunicação de forma assertiva e buscando como objetivo o bem social da maioria, neste caso, através da atuação democrática,

Citando Rorty, Dupas (2001, p.122) apresenta os filósofos como “intelectuais típicos da mudança”, cujo papel “seria principalmente mediar e propiciar processos de transição”. Para os pragmáticos, como Rorty, para se atingir uma democracia de massas, o caminho é “a progressiva tarefa de persuadir homens e mulheres a serem livres”. (Dupas, 2001, p.122) Assim como Rorty reflete sobre seu papel como filósofo, também os comunicólogos e pesquisadores da área podem perceber a sua importância social para atingir os cidadãos.

Este trabalho estudará uma prática que tem por objetivo a promoção da democracia, que, no espaço virtual, é chamada, dentre outros termos, de ciberdemocracia. Como novo conceito gerado pelo novo espaço virtual, “a ciberdemocracia merece destaque e deve ser compreendida em todas as suas dimensões, tanto tecnológicas como sociológicas e políticas”, conforme afirmam Lopes e Freire (2009) e é nesta direção que esta tese caminha.

“Precisamos reavaliar os objetivos da educação midiática para que os jovens possam se ver como produtores culturais e participantes, e não simplesmente como consumidores críticos ou não” (Jenkins, 2006, p.259 *apud* Kellner e Share, 2008, p.695) Apesar de não se aprofundar no tema da educação midiática, assunto debatido ferozmente entre os pedagogos que acreditam na necessidade de preparar os futuros cidadãos para a enxurrada midiática que já recebem e seguirão recebendo, e também amparado por esta tese, a afirmação de Henry Jenkins revela a tendência democrática a uma cultura participativa e produção colaborativa.

As críticas que aqui serão feitas à atual mídia não têm por objetivo demonizá-la, mas sim apresentar todo seu potencial para ser utilizada de modo útil e saudável à sociedade.

“Se, por um lado, reconhecemos que a mídia contribui para a existência de muitos problemas sociais e às vezes até os causam, por outro lado, questionamos uma abordagem protecionista, pela sua tendência antimídia, que é demasiadamente simplista em relação à complexidade de nossas relações com a mídia e não leva em consideração o potencial que a pedagogia crítica e a produção de mídia alternativa oferecem para se dar poder às pessoas. Quando a compreensão dos efeitos da mídia é contextualizada em sua dinâmica sócio-histórica, as questões de poder e ideologia são extremamente úteis à educação midiática, para se explorar as inter-relações entre informação e poder.” (Ferguson, 2004 *apud* Kellner e Share, 2008, p.699)

A produção alternativa de mídia, de forma livre e popular, é o produto último desta análise, servindo como uma espécie de guia para a criação de uma mídia livre; assim, cumprindo o papel de informar aos internautas, em especial os mais jovens, o poder que as ferramentas digitais e audiovisuais lhes proporcionam e alertá-los sobre a necessidade de assumirem o papel de atores sociais.

Para cumprir tais objetivos supracitados e discorrer sobre o tema proposto, este trabalho organizar-se-á em três capítulos principais. No primeiro, a fim de embasar as questões sobre dominação social, o foco estará na retrospectiva histórica que culmina no atual estágio de dominação social, com influência de Bourdieu para entender este conceito. A evolução dos media também será revista sob a óptica sociopolítica, utilizando as premissas da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt para explicar o uso dos meios de comunicação como ferramenta para o sistema de controle e dominação que gera relações assimétricas de comando entre os indivíduos. Complementando a lógica desta análise, o poder gerado pelo saber e pelo

conhecimento será abordado visando perceber a importância do discurso na sociedade, apoiado pelos estudos de Foucault.

Explicadas as características desta ordem social dominante, o segundo capítulo abordará a atualidade pelo conceito de sociedade da informação, descrevendo-a a partir dos novos modelos de troca de informação e conhecimento. Para isto, a evolução técnica dos media servirá como base para discorrer sobre a popularização dos dispositivos audiovisuais e a mudança promovida por eles no modelo de comunicação social. Dentro deste registro, também ressaltar as características e possibilidades das redes sociais digitais. A partir daí, explicar-se-á como estas mudanças fomentaram o desejo por uma maior participação cívica e lançaram sementes para a ciberdemocracia.

Por fim, o terceiro capítulo abordará mais profundamente as concepções e características da mídia livre, utilizando também conceitos importantes sobre a transmissão de informações, como definição e função da notícia e da opinião pública. Articulando o que será dito sobre poder do discurso e dominação social no capítulo um com as características atuais da movimentação da informação, abordadas no segundo capítulo, culminam neste último capítulo os esclarecimentos de que há ferramentas únicas na história para a produção e promoção de conhecimento e informação, e a atual utilização desses instrumentos para manifestações de mídia livre,

O Mídia NINJA será apresentado, revelando sua história, trajetória e forma de organização e atuação. Como objeto de estudo, serão analisados seus dados em comparação com elementos da mídia tradicional, de acordo com métodos descritos mais adiante. Este último capítulo contará com orientações-guias para a criação, promoção e produção de uma mídia livre, de modo que esta mantenha seus objetivos e funções.

1. A importância social do discurso

1.1. Bourdieu e a violência simbólica

Para abordar o tema da importância do discurso e expor suas consequências nesta análise sobre mídia, este trabalho recorre à Sociologia Contemporânea, vertente acadêmica que busca situar os conflitos sociais tanto a nível macro, como também micro. Representante desta corrente, o filósofo francês Bourdieu abordou em seus estudos diversos temas sobre o mundo social e seus agentes, dialogando com outros estudiosos, como Weber e Marx.

Com uma rica abordagem sociológica, ao privilegiar as relações sociais em detrimento das estruturas sociais, Bourdieu utiliza os conceitos de *habitus* e *campo*. Já utilizado por muitos outros intelectuais, como Aristóteles ou Durkheim, o conceito de *habitus* de Bourdieu pode ganhar a seguinte interpretação:

“*Habitus* é concebido como um sistema de esquemas individuais, socialmente constituído de disposições estruturadas (no social) e estruturantes (nas mentes), adquirido nas e pelas experiências práticas (em condições sociais específicas de existência), constantemente orientado para funções e ações do agir cotidiano.” (Setton, 2002, p.63)

Produto das relações sociais, o *habitus* acaba por conformar e direcionar as ações, apresentando-se seja de forma individual, seja coletivo, como nos grupos e classes sociais. Se o *habitus* representa as formações que proporcionam as reproduções sociais, o *campo* configura o espaço onde estas relações acontecem, sendo que há vários *campos* na sociedade, cada qual com suas normas. Segundo Ortiz (1983, p.21), as relações de poder acontecem no *campo*, onde os agentes ganham posições sociais, que são descritos na concepção de Bourdieu como “capital social”. Considerando-se a divisão do *campo* em dois pólos opostos, é a presença de mais ou menos capital social que posicionará os agentes no lado dos dominantes ou dos dominados.

Ou seja, é no *campo* que se travam as lutas e embates sociais, nascidas da má distribuição dos recursos da sociedade. Composto pela estrutura do espaço objetivo somada às divisões, às forças e aos agentes, vale ressaltar que cada campo possui um tipo de capital social. O Estado representa, assim, um campo de poder que soma estruturas físicas e estruturas mentais; estas, asseguradas pela força simbólica. Bourdieu revisita, então, os

estudos de Weber para constatar a concentração progressiva dos instrumentos de violência nas mãos do Estado e seus aliados, constituindo o monopólio legítimo da violência física e do imposto. Um dos maiores poderes do Estado está, portanto, em impor um ponto de vista legítimo, em “fazer aceitar universalmente”. (Bourdieu, 2014)

O campo simbólico é de especial interesse para este trabalho, pois é aquele constituído pela maneira de ver e pensar, e é nele que se produz socialmente a violência simbólica, conceito cunhado por Bourdieu para designar uma prática persistente de imprimir caráter de superioridade de uma cultura (a da elite dominante) sobre a outra (a cultura popular). Também chamado de “dominação simbólica”, o conceito do sociólogo francês é incluído num processo “arbitrário cultural” pelo qual a sociedade hegemônica dominante se mantém no poder. A cultura é usada como elemento de distinção social, marginalizando as outras culturas, quanto mais afastadas estas estão da cultura dominante. “A cultura dominante contribui para a integração real da classe dominante (assegurando uma comunicação imediata entre todos os seus membros e distinguindo-os das outras classes); para a integração fictícia da sociedade no seu conjunto, portanto, à desmobilização (falsa consciência) das classes dominadas; para a legitimação da ordem estabelecida por meio do estabelecimento das distinções (hierarquias) e para a legitimação dessas distinções.” (Bourdieu, 1989, pp.10-11)

Uma característica da violência simbólica, segundo Bourdieu, é a discrição com a qual todo este processo ocorre. “A violência simbólica é uma violência que se exerce com a cumplicidade tácita dos que a sofrem e também, com frequência, dos que a exercem, na medida em que uns e outros são inconscientes de exercê-la ou de sofrê-la.” (Bourdieu, 1997, p.22) Ou seja, tanto os dominantes impõem a coerção de forma incôscia, como também os dominados não se apercebem da força que os oprime e subjuga.

Dessa forma, a naturalidade e espontaneidade é a melhor forma de transmissão das mensagens por onde a violência simbólica se propaga. Presente nas principais instituições sociais, como a escola, a dominação simbólica possui um caráter de difusão particularmente interessante a este trabalho: a utilização dos meios de comunicação. Com a crescente influência e popularização dos meios de comunicação, em especial os de massa, estes se tornaram importantes vias da violência simbólica, servindo para naturalizar e legitimar ainda mais tal dominação. E, como este processo se dá de forma silenciosa, amparado pela aceitação do senso comum, Bourdieu (1997, p.22) dirá que “a sociologia, como todas as ciências, tem por função desvelar coisas ocultas. Ao fazê-lo, ela pode contribuir para minimizar a violência simbólica que se exerce nas relações sociais e, em particular, nas relações de comunicação pela mídia.”

Neste ponto, faz-se necessário para esta tese um ponto de situação sobre o uso do termo “mídia”, cuja definição será melhor destrinchada num próximo capítulo. Assim, em concordância com a pesquisa de Santos (2013, p.61), considerar-se-á que “as mudanças históricas, tecnológicas e comunicacionais impulsionaram ainda mais o uso do termo “mídia” como um conceito-ônibus, tendo assim uma amplitude para sua utilização nos meios que envolvem entretenimento, jornalismo, publicidade e política”. Sendo assim, considerando esta amplitude de uso do conceito ‘mídia’, pode-se afirmar que a mídia ocupa atualmente um papel central na construção da memória social e por isso é utilizada maciçamente como instrumento e/ou via da violência simbólica.

A partir do final da década de 70, os cientistas sociais começaram a se interessar pelo tema da memória coletiva e social, fomentando estudos sobre a “instrumentalização da memória por parte de diferentes regimes políticos através dos meios de comunicação social, do sistema de ensino, dos monumentos e dos museus e de celebrações e rituais públicos.” (Peralta, 2007, p.8). Dentre as teorias estudadas, esta dissertação trabalhará com a abordagem de Ranger e Hobsbawn, descrita no livro *The Invention of Tradition*, e que considera que “as imagens do passado são estrategicamente inventadas e manipuladas por sectores dominantes da sociedade para servir as suas próprias necessidades no presente.” Peralta (2007, p.8)

A coletânea de textos organizados por Hobsbawn e Ranger foi publicada pela primeira vez em 1983 e reúne artigos que analisam a gênese de algumas tradições em diversos períodos e partes do mundo, como a África colonial e a Índia vitoriana. Já na introdução, Hobsbawn (2004, p.1) conceitua a expressão: “*‘Invented tradition’ is taken to mean a set of practices, normally governed by overtly or tacitly accepted rules and of a ritual or symbolic nature, which seek to incalculable certain values and norms of behaviour by repetition, which automatically implies continuity with the past. In fact, where possible, they normally attempt to establish continuity with a suitable historic past.*”

A versão dos vencedores, ou seja, dos grupos dominantes, acaba manipulando as pessoas, já que “a memória, enquanto lembrança, mantém uma ordem que tem a pretensão de ser natural, objetiva em relação à história oficial.” (Santos, 2013, p.59)

Já ciente da importância de uma identidade e memória coletiva para a construção das estruturas sociais e manutenção das instituições, os meios para sua produção e difusão ganham também a atenção dos cientistas acadêmicos. Ora, se atualmente as tradições vêm perdendo força com as gerações mais jovens e se o próprio modelo de ensino tem sido amplamente revisto e questionado, as mídias de comunicação passam a encabeçar a execução

deste processo. “Os meios de comunicação desempenham, nas sociedades contemporâneas, um papel crucial na produção de uma ideia de história e de memória.” (Ferreira e Ribeiro, 2007, 7) Portanto, se os meios de comunicação produzirem e direcionarem seus conteúdos de acordo com interesses afastados do objetivo final de gerar bem estar social, assim também serão as memórias que guiarão esta sociedade.

Cabe neste momento abordar Park para um adendo sobre a semelhança entre a notícia e a história, pelo seu enfoque nos acontecimentos. O autor também ressalta que “à diferença do historiador, o repórter procura tão somente registrar cada acontecimento isolado e só se interessa pelo passado e pelo futuro na medida que estes projetam luz sobre o real e o presente.” (Park, 1976, p.174 *apud* Melo, 2007, p.6) Entretanto, é importante perceber que, assim como o passado fornece informações para o presente, é no presente que se produzem os conteúdos que no futuro serão considerados o passado, e assim entrarão no hall das memórias sociais. E para ressaltar o cuidado que se deve ter na produção de notícias sobre os acontecimentos no presente, Barbosa (Ferreira e Ribeiro, 2007, 7) afirma que “enquanto a comunicação vê prioritariamente a história como possibilidade de adentrar o passado e recuperar, neste mesmo passado, fontes inteligíveis que podem trazer o passado para o presente, a história considera emblematicamente os meios de comunicação como ferramentas disponíveis para a compreensão de um contexto mais amplo invariavelmente localizado no passado.”

Assim, constatada a importância da mídia contemporânea para a construção da memória coletiva e manutenção da ordem social, inicia-se aqui uma análise sobre a relevância do conteúdo difundido pelos meios de comunicação para a população. Afinal, conforme afirma Bourdieu, através de Rosa (2007, p.40), “a violência simbólica representa uma forma de violência invisível que se impõe numa relação do tipo subjugação-submissão, cujo reconhecimento e a cumplicidade fazem dela uma violência silenciosa que se manifesta sutilmente nas relações sociais e resulta de uma dominação cuja inscrição é produzida num estado dóxico das coisas, em que a realidade e algumas de suas nuances são vividas como naturais e evidentes.” Em outras palavras, a violência simbólica acontece de forma sorrateira e depende desta camuflagem da naturalidade para difundir-se despercebidamente, característica primordial para este conceito, fazendo com que seu conteúdo também seja passado suavemente.

Por isso, Bourdieu chama a atenção para a divulgação pela imprensa de “fatos ônibus”, com sentido derivado do latim *ombinus*, ‘para todos’, conforme já dito anteriormente. Estes conteúdos, apesar de serem de interesse de ‘todos’, situam-se no lugar-

comum de conforto, não gerando conflitos nem acendendo reflexões a seu respeito. Trata-se de conteúdo acomodado no seio do senso comum e cuja veiculação tende a não provocar repercussões na audiência, o que traz uma sensação de segurança aos meios de comunicação. Este conceito será novamente tratado afrente.

1.2. Foucault e o poder do discurso

A este conceito de violência simbólica se somarão, na base deste trabalho, alguns preceitos-chave de outro pensador francês. Não apenas contemporâneo de Bourdieu, Foucault foi também seu amigo íntimo (Callewaert, 2003) e colega no *Collège de France*. Apesar de possuírem pontos de divergência nas abordagens de seus estudos e terem *backgrounds* acadêmicos diferentes _ culminando, inclusive, em ensaios de Bourdieu tecendo críticas a trabalhos de Foucault _ estes desencontros epistemológicos dos autores não serão aqui trazidos ao foco. Antes, pretende-se construir a linha lógica desta tese apoiada tanto na concordância com a violência simbólica de Bourdieu, quanto nas teorias de Foucault sobre a relação entre discurso e poder. Para tanto, é necessário fazer uma síntese sobre a trajetória acadêmica de Foucault, onde se pode acompanhar a importância que este confere à palavra e à linguagem.

Ao longo de suas obras, Foucault formulou conceitos que funcionam como ferramentas que possibilitam a compreensão de eventos históricos, mas também que visava derrubar muros entre as áreas científicas e transitar pelos diferentes campos do saber. Para isso, procedeu com o que se convencionou chamar de ‘história crítica da subjetividade’, com foco antes no sujeito que nas relações. Em outras palavras, Foucault trouxe para os estudos sociofilosóficos a preocupação em compreender o presente, estudando no passado os elementos que construíram o sujeito como ele é hoje. Estes elementos construtores da subjetividade são as práticas discursivas.

Dividindo suas principais obras em três grandes blocos, percebe-se a estrutura do trabalho de Foucault através de três momentos: Arqueologia do Saber, Genealogia do Poder, Genealogia da Ética.

No primeiro momento, Foucault faz um alerta aos cientistas e acadêmicos sobre a necessidade de escavar as profundezas de um assunto ou tema para não abordá-lo de forma rasa e superficial. A associação com a estrutura arqueológica deriva do propósito de realizar um procedimento vertical de investigação, onde o objeto de estudo são os discursos descontínuos e o objetivo é responder às questões de Como? E Por quê?. Foi nesta fase metodológica que o filósofo francês se dedicou ao estudo do discurso e do poder.

Foucault estudou os campos do saber que produziram ao longo da história a objetificação do sujeito e as suas representações e classificações. Percebeu que os discursos de verdade, imperantes em todas as sociedades e particulares a cada uma delas, são relações constituídas de poder e que se manifestam através da linguagem, do comportamento e de valores. Assim, Foucault atribuiu a todas as formas de saber a ligação com o exercício de algum poder, e, conseqüentemente, esta relação com o poder é transmitida ao discurso produzido por este saber. Por isso, “em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade.” (Foucault, 1999, p.9)

Constata que o século XVIII foi o período crucial de surgimento das instituições que agem como classificatórias e, conseqüentemente, separatórias e excludentes. Estas instituições são derivadas do desenvolvimento das ciências e dos mecanismos de saber, que passam a objetificar o sujeito e marcam também a produção da subjetividade, do discurso. Exemplos destas constatações estão presentes no decorrer da obra do filósofo francês: buscou compreender, em “História da Loucura”, o surgimento da instituição do manicômio, que separava os loucos da sociedade e que possibilitou posteriores estudos sobre esta condição humana; em O “Nascimento da Clínica”, recorreu ao início do século XIX para compreender a origem dos hospitais e do crescimento da medicina e seus métodos. Estes conhecimentos produziram classificações e posteriores discursos que embasassem suas constatações, conseqüentemente criando procedimentos de exclusão social.

Os saberes produzem os discursos de verdade para a sociedade, que são determinantes para o exercício do poder. Tal qual afirmou Bourdieu (1989, p.13), “as ideologias devem a sua estrutura e as funções mais específicas às condições sociais da sua produção e da sua circulação”; pensando em saber, ao invés de ideologia, Foucault também perceberá que os acontecimentos devem ser considerados em seu contexto, através de análise de seu tempo, espaço e história. Sabedor desta necessidade de contextualização e convencido da atuação do discurso em prol do poder, Foucault inicia nos anos 70 a segunda fase acadêmica das suas obras, a genealogia do poder.

“O poder não é nem fonte e nem origem do discurso. O poder é alguma coisa que opera através do discurso, já que o próprio discurso é um elemento em um dispositivo estratégico de relações de poder.” (Foucault, 2006, p.253 *apud* Pisa, 2013, p.5)

Os discursos são, então, produções que funcionam com táticas – os meios, e estratégias – as finalidades. Após alguns anos estudando o saber, Foucault passa a tematizar o poder e sua entrada no *Collège de France*, em 1970, é considerada o marco inicial desta nova fase do filósofo. Sua fala na aula inaugural, chamada “A Ordem do Discurso” (1970), trouxe para uma plateia repleta de nata intelectual francesa alguns questionamentos: Por que é tão perigoso falar? Por que o poder sempre controla os discursos? Para muitos estudiosos, Foucault adiantou, assim, questões que viriam a ser muito pertinentes no século XXI.

Se na fase da Arqueologia do Saber Foucault analisou as gêneses e as modificações dos saberes no campo das ciências humanas, trabalhando na relação entre ser x saber, na fase da Genealogia do Poder, trabalhou no estudo do surgimento dos saberes, sob a ótica da relação poder x saber, mostrando que não há sociedade livre de relações de poder e que o sujeito deriva destas relações. Segundo Foucault (1979),

“não se trata de analisar as formas regulamentares e legítimas do poder em seu centro, no que possam ser seus mecanismos gerais e seus efeitos constantes. Trata-se, ao contrário, de captar o poder em suas extremidades, em suas últimas ramificações, lá onde ele se torna capilar; captar o poder nas suas formas e instituições mais regionais e locais, principalmente no ponto em que, ultrapassando as regras de direito que o organizam e delimitam, ele se prolonga, penetra em instituições, corporifica-se em técnicas e se mune de instrumentos de intervenção material, eventualmente violento.”

Este prolongamento do poder, citado por Foucault, revela que ele está entranhado nas diversas camadas da sociedade, e, em cada uma destas instâncias é desenvolvido um discurso que atue em causa própria. Reforça-se aqui a ideia supracitada de que o contexto deve ser analisado para a percepção legítima da construção de um discurso, levando em consideração os outros acontecimentos discursivos que lhe são contemporâneos. Pode-se afirmar, então, que os discursos acontecem em rede, já que o poder é heterogêneo e várias forças atuam dentro do mesmo domínio. Esta ideia de que o poder está em toda parte é a base do conceito foucaultiano de Microfísica do Poder.

Para explicar este conceito, em 1979 é lançado o livro *Microfísica do Poder*, que reúne artigos, ensaios e entrevistas do autor sobre diversos temas, mas que acabam por confirmar este poder entremeadado nos estratos sociais. É nesta obra que se encontra a sua noção de ‘dispositivos do poder’, conceito inicialmente desenvolvido na sua fase de Genealogia do Poder e que permeará seus estudos seguintes até a sua morte, em 1984.

Em entrevista a Grosrichard, presente na compilação *Microfísica do Poder*, Foucault (1979) diz que tenta demarcar com este termo “um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos.” Ou seja, os dispositivos de poder são discursivos e não discursivos, englobando o dizer e o fazer.

Curioso em descobrir quais eram as raízes inconscientes e as formas implícitas dos dispositivos de poder, Foucault percebeu que a principal função do dispositivo é responder a uma urgência histórica, correspondendo a uma tática pensada em determinado momento para suprir necessidades específicas daquela época. Compostos por um agrupamento de elementos – princípios, comportamentos, instituições – heterogêneos, os dispositivos de poder cumprem uma função estratégica de controle, separação, classificação e repressão, culminando na produção de discursos de verdade para a sociedade.

Deleuze, filósofo francês contemporâneo a Foucault e Bourdieu, compartilhava com Foucault a atração por Nietzsche e também uma amizade iniciada em 1962. O interesse pelo amigo fez com que Deleuze publicasse, em 1986, o livro “Foucault”, no qual reuniu seis ensaios sobre os estudos de Foucault. Em um deles, discute particularmente o conceito foucaultiano de ‘dispositivo’, onde discorre sobre este pensamento de Foucault em busca de elucidá-lo, já que o próprio autor não cimentou sua concepção; o que pode ser percebido no seguinte trecho do artigo: “as três grandes instâncias que Foucault vai sucessivamente distinguir, Saber, Poder e Subjectividade, não possuem contornos definidos de uma vez por todas; são antes cadeias de variáveis que se destacam uma das outras.” (Deleuze, 1990, p.1)

Deleuze, no mesmo artigo, passa a destacar as dimensões do dispositivo consideradas por Foucault. A primeira delas são as curvas de visibilidade, o fator que permite “ver” o sujeito. Ou seja, uma luz que ilumina e torna visíveis as características, formas e cores do sujeito. Aqui, Deleuze chama a atenção para uma característica importante das curvas de visibilidade de Foucault: elas não apenas iluminam, como escurecem.

“A visibilidade é feita de linhas de luz que formam figuras variáveis. Inseparáveis de um dispositivo ou de outro – não remete para uma luz em geral que viria iluminar os objetos pré-existentes. Cada dispositivo tem seu regime de luz, uma maneira como cai a luz, se esbate e se propaga, distribuindo o visível e o invisível, fazendo com que nasça ou desapareça o objecto que sem ela não existe.” (Deleuze, 1996, p.1)

O que Foucault quer dizer é que na produção do discurso, opta-se por revelar ou não certos detalhes da verdade, para construir deliberadamente uma verdade que seja compatível com os valores e interesses de seu produtor. Este preceito é particularmente interessante a este trabalho, já que o tema central gira em torno da mídia e seu modelo de construção de conteúdo, sendo esta a plataforma de divulgação com maior visibilidade da história. Teorias da Comunicação Social recentes já buscaram compreender os critérios de escolha e seleção dos assuntos e conteúdos emitidos e aqueles cuja veiculação não é interessante para o grupo no poder midiático. É o caso da Teoria do Agenda Setting, por exemplo, que percebeu que os assuntos pautados nos meios de comunicação determinam a agenda do público, tornando-se tema de suas conversas cotidianas. Esta teoria, desenvolvida por McCombs e Shaw, no final da década de sessenta, será posteriormente trabalhada nesta tese; porém, cabe citá-la aqui por focar atenção para o mesmo princípio destacado por Foucault, a visibilidade. O que a mídia torna visível, dá visibilidade, e o que prefere omitir e manter no escuro, longe dos olhos e do conhecimento do público.

A segunda dimensão de um dispositivo de poder são as curvas de enunciação, que representam aquilo que se pode falar sobre o sujeito, o que é justificável e possivelmente aceitável na sociedade. Nas palavras de Foucault (2008, p.31):

“um enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua nem o sentido podem esgotar inteiramente. Trata-se de um acontecimento estranho, por certo: inicialmente porque está ligado, de um lado, a um gesto de escrita ou à articulação de uma palavra, mas por outro, abre para si mesmo uma existência remanescente no campo da memória, ou na materialidade dos manuscritos, dos livros e de qualquer forma de registro; em seguida, porque é único como todo acontecimento, mas está aberto à repetição, à transformação, à reativação; finalmente, porque está ligado não apenas a situações que o provocam, e a consequências por ele ocasionadas, mas, ao mesmo tempo, e segundo uma modalidade inteiramente diferente, a enunciados que o precedem e o seguem.”

Todo dispositivo tem aquilo que quer dizer, e o faz de forma clara e explícita; mas nas curvas de enunciabilidade, como também são chamadas as linhas de enunciação, também habita aquilo que o dispositivo não tem interesse em revelar e que mantém omitido.

Através destas duas primeiras dimensões, o dispositivo articula seu poder de dar sentido e significado, posicionando e revelando a verdade, por meio do poder de nomear, mostrar e fazer ver.

Delimitando como as linhas de visibilidade e enunciação irão se manifestar e o caminho que irão percorrer, está a terceira dimensão do dispositivo, as linhas de força. São fios que percorrem todos os campos do dispositivo, sempre atuando, e estão intimamente ligadas ao poder. Segundo Deleuze (1996, p.2), “elas «rectificam» as curvas dessas linhas [de visibilidade e de enunciação], tiram tangentes, cobrem os trajectos de uma linha a outra linha, estabelecem o vaivém entre o ver e o dizer, agem como flechas que não cessam de entrecruzar as coisas e as palavras, sem que por isso deixem de conduzir a batalha. A linha de forças produz-se «em toda a relação de um ponto a outro» e passa por todos os lugares de um dispositivo.”

Com características semelhantes ao conceito de violência simbólica de Bourdieu, a linha de força, por natureza “invisível” e “indizível”, “está estreitamente enredada nas outras e é totalmente desenredável.” (Deleuze, 1996, p.3) Mesmo que imperceptível à primeira análise, a atuação das linhas de força exercem o papel de controle e manutenção do poder. Quando, por exemplo, acredita-se que as mídias sociais digitais atualmente gozam de liberdade total e irrestrita, confiando que tudo pode ser dito e mostrado, ignora-se os mecanismos de vigilância e controle que atuam sobre tais plataformas de modo a evitar determinados assuntos, manifestações e comportamentos de usuários que não seja de seu interesse trazer à luz. Aqui, mesmo que disfarçadamente misturado na subjetividade, pode-se perceber a multiplicidade de tipos de interesses envolvidos nas decisões dos grandes conglomerados de mídia, de natureza econômica, política, de marketing, dentre outras.

Por fim, todas estas dimensões produzem no dispositivo as linhas de subjetividade. O conceito de subjetividade para Foucault envolve não apenas a esfera teórica, mas também contém características pragmáticas. Ou seja, abrange os conceitos, características e classificações que serão instituídos nos discursos de verdade, mas também atua no modo de vida dos sujeitos, na forma como afetará suas atitudes na prática. É na subjetividade que ocorre a produção do si por si mesmo. Sem modos de subjetivação não há constituição moral do sujeito. (Foucault, 1984, p.28)

Deleuze (1996: p.2) afirma que esta dimensão do dispositivo descoberta por Foucault trouxe muitos mal entendidos entre seus estudiosos e ainda é confusa de ser definida. Conta que a ideia adveio de um momento de crise do filósofo ao questionar, no mapa dos dispositivos, a posição delimitadora e intransponível das linhas de força. “Foucault presente que os dispositivos que analisa não podem ser circunscritos por uma linha que os envolvessem que outros vectores não deixem de passar por baixo e por cima: «transportar a linha», como ele diz; será isso «passar para outro lado»? Este superar da linha de força, em

vez de entrar em relação linear com uma outra força, se volta para a mesma, actua sobre si mesma e afecta-se a si mesma.” (Deleuze, 1996, p.3)

As linhas de subjetividade, vale ressaltar, estão constantemente em curso, modificando-se e construindo-se. Deleuze (1996, p.3) vai dizer que os dispositivos têm uma parte estratificada e sedimentada, e outra da atualização e criatividade. Ou seja, apesar de haver mentalidades rigidamente enraizadas na sociedade, o dispositivo possui um caráter flexível e moldável, que está em contínuo movimento acompanhando as mudanças e evoluções do mundo. Trata-se daquilo que ainda estamos nos tornando.

Assim, as linhas de subjetividade funcionam também como linhas de fissura, oportunidades de transformação promovidas por este caráter atual e criativo que mantém o dispositivo sempre em curso. “É uma linha de fuga. Escapa às outras linhas, escapa-se-lhes. [...] É um processo de individuação que diz respeito a grupos ou pessoas, que escapa tanto às forças estabelecidas como aos saberes constituídos: uma espécie de mais-valia.” (Deleuze, 1996, p.3) É onde as mudanças de mentalidade ocorrem e, progressivamente, o sujeito vai ganhando novos contornos aceitáveis à sociedade. Trata-se do espaço social para promover transformações e rupturas em determinados padrões.

Os dispositivos acabam, portanto, por produzir os sujeitos. Foucault atinge, ainda que com lacunas em suas proposições, uma possível resposta para seu questionamento: como o sujeito se tornou como é hoje? Se não completa, ao menos deixa para o século XXI o caminho para uma ontologia crítica do presente, o estudo do ser atual, buscando nas descontinuidades da história o resultado produzido pelos discursos.

Já ciente do papel dos dispositivos de poder na construção da subjetividade do sujeito, e posterior objetificação, no final dos anos 70 e início dos 80, Foucault ingressa na terceira fase de seus estudos, conhecida por Genealogia da Ética. Inspirado em Nietzsche, procura traçar a história da moral e recorre ao método genealógico por ele aplicado, através da análise dos dispositivos imperantes em cada época. Um dos temas que mais recebeu sua atenção nesta última fase de seus estudos foi a sexualidade, que lhe rendeu três publicações nomeadas “A história da Sexualidade”. A construção moral, de valores e princípios de decência também é uma edificação estrategicamente montada por algum grupo de poder que construiu um discurso mantenedor desta ordem em algum momento histórico.

Ou seja, apesar das inúmeras dúvidas e das crises surgidas durante seus escritos, Foucault consegue chegar a um modelo conceitual de dispositivo de poder que elucida para o

investigador do século XXI os pontos que devem ser considerados e pesquisados para a compreensão da atuação dos dispositivos que hoje atuam na sociedade.

“A respeito do dispositivo, encontro-me diante de um problema que ainda não resolvi. Disse que o dispositivo era de natureza essencialmente estratégica, o que supõe que trata-se no caso de uma certa manipulação das relações de força, de uma intervenção racional e organizada nestas relações de força, seja para desenvolvê-las em determinada direção, seja para bloqueá-las, para estabilizá-las, utilizá-las, etc... O dispositivo, portanto, está sempre inscrito em um jogo de poder, estando sempre, no entanto, ligado a uma ou a configurações de saber que dele nascem mas que igualmente o condicionam. É isto, o dispositivo: estratégias de relações de força sustentando tipos de saber e sendo sustentadas por eles.” (Foucault, 1979, p.139)

Importante notar que, em cada época, há uma hierarquia entre os diferentes e múltiplos dispositivos. De acordo com o contexto social e os atores participantes, algumas estratégias de força se destacam e ganham prioridade nas relações entre os sujeitos, e algumas subjetividades gozam de primazia na realidade dos sujeitos. Esta disposição e organização hierárquica dos dispositivos de poder também interfere nas características e posicionamentos mais aparentes e relevantes da sociedade, em seu determinado momento.

Novos dispositivos de poder foram surgindo ao longo das décadas, alternando-se na escala hierárquica de influência sobre a sociedade, mas sempre mantendo a direção estratégica de instaurar seu discurso e transformá-lo em comportamentos e mentalidades nos sujeitos. Agamben (2005) dirá que *“no sería probablemente errado definir la fase extrema del desarrollo capitalista que estamos viviendo como una gigantesca acumulación y proliferación de dispositivos. Ciertamente, desde que apareció el homo sapiens hubo dispositivos, pero se diría que hoy no hay un solo instante en la vida de los individuos que no esté modelado, contaminado o controlado por algún dispositivo.”*

Esta exposição a tantos dispositivos de controle poderia colocar em causa a produção de subjetividade nos dias atuais. Mas o próprio Agamben (2005) completa dizendo que *“a la inmensa proliferación de dispositivos que define la fase presente del capitalismo, hace frente una igualmente inmensa proliferación de procesos de subjetivación. Ello puede dar la impresión de que la categoría de subjetividad, en nuestro tiempo, vacila y pierde consistencia, pero se trata, para ser precisos, no de una cancelación o de una superación, sino de una diseminación que acrecienta el aspecto de mascarada que siempre acompañó a*

toda identidad personal.” Ou seja, apesar de estar sob o jugo de novos dispositivos, a sociedade ocidental capitalista da atualidade continua atuando sob as mesmas condições descobertas por Foucault no século XX.

Neste momento, volta-se à conceituação do termo ‘mídia’, pois aqui também considerar-se-á a mídia como um dispositivo de poder, de acordo com as premissas de Foucault acima esclarecidas. No dispositivo midiático, as curvas de visibilidade e enunciação criam contornos de exposição e silenciamento, definindo o que deve ser visto e o que não deve ser visto pelo grande público, em “estratégias que controlam os sentidos e as verdades.” (Gregolin, 2007, p.15) Ou seja, também no dispositivo midiático vê-se a atuação “mascarada”, como supracitado, da violência simbólica. Já as linhas de força atuantes neste dispositivo podem ser representadas pelos interesses políticos e de mercado que envolvem as decisões dos grandes conglomerados midiáticos.

Mas, como em todos os dispositivos, também atuam as linhas de subjetivação, que permitem transformações e rompimentos, “na medida em que articuladas com/como pontos de resistência imanentes a todo e qualquer dispositivo – uma vez que configurado (também) a partir de relações de poder-saber.” (Marcello, 2009) Assim, tal qual uma linha de fuga e escape, no dispositivo midiático também se pode encontrar elementos que permitem a visualização de uma resistência, que acaba por trazer o caráter de novidade e atualidade ressaltado por Deleuze. “São linhas que produzem novas configurações de saber-poder-subjetividade, e por isso podem suscitar e antecipar um dispositivo futuro.” (*idem*)

A mídia livre será considerada uma linha de fuga do dispositivo midiático, atuando dentro do mesmo, mas buscando produzir outras opções de subjetividade e de discursos de verdade. Assim, levando em consideração que a investigação de um dispositivo deve buscar as “noções históricas, densas em sua materialidade, carregadas de tempo, definidoras de espaços, que nascem em algum momento e que têm efeitos práticos” (Rago, 2002, p.265 *apud* Gregolin, 2007, p.15), esta dissertação buscará reunir as condições que permitem hoje a produção de uma mídia livre, contextualizando sua aplicação nos dias atuais e percebendo quais os ‘efeitos práticos’ por ela produzidos na sociedade. O foco estará nos aparatos tecnológicos de comunicação com que permitem o trânsito de informações e como o posicionamento da mídia livre, ao lado da mídia tradicional, pode permitir alterações na produção e propagação do discurso. “O discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar”. (Foucault, 1999, p.10)

Por isso, a partir de agora retroceder-se-á no tempo para buscar compreender a história dos meios de comunicação e como chegaram até o ponto em que estão. Para isso, a base será o livro de Burke e Briggs chamado “Uma história Social da Mídia: de Gutemberg à Internet” que busca, como já deixa claro no prefácio, “mostrar a importância do passado em relação ao presente, trazendo a história para o interior dos estudos de mídia, e a mídia para dentro da história.” (Briggs e Burke, 2006)

1.3. A história social da mídia de Briggs e Burke

A escolha desta obra para proceder com o necessário retrocesso analítico ao início da história da mídia se deu por sua inegável relevância na historiografia e pela completude de seu enquadramento. Para esta tese, é de especial interesse utilizar o conhecimento de cientistas preocupados com a ótica social, caso dos historiadores ingleses Burke e Briggs. Em seu recorte, já descrito no subtítulo do livro, os autores tentam percorrer o caminho que os meios de comunicação traçaram, desde a invenção da prensa no século XV até a chegada da Internet. Apesar da publicação datar de 2002 e muitas mudanças poderem ser vistas nas mídias desde então, até onde alcança, esta obra resume de forma esclarecedora este trajeto.

Com foco nas alterações geradas e sofridas pela sociedade, o livro analisa os meios de comunicação destacando os contextos sociais e culturais dos quais resultam e nos quais se desenvolvem. Vale a ressalva para o fato de tanto a obra quanto esta própria pesquisa, por motivos de recorte e possibilidades, trabalhar os efeitos da mídia na civilização ocidental, sem de nenhum modo subestimar os acontecimentos na parte oriental do mundo. Mas, pela enorme diferença histórica e cultural existente nestes dois polos - que em si mesmos já são heterogêneos - a história das diferentes mídias, bem como as linguagens e comportamentos criados por elas, terá como pano de fundo a sociedade ocidental.

Antes de iniciar propriamente a obra, Burke e Briggs (2006) elucidam ao leitor a fragilidade das teorias criadas sobre os meios de comunicação, devido à constante mobilidade e transição pelos quais este campo está sempre passando. Também desestimulam a demonização de certos meios e/ou de suas consequências, com pensamentos como “antes era melhor” ou “as coisas pioraram por causa disso”. A tentativa dos autores é revelar os contextos de surgimento, desenvolvimento e declínio dos meios de comunicação sob o ponto de vista sociocultural e acabam por constatar que estes meios, ao mesmo tempo que contribuem e interferem nas mudanças sociais, também são por elas influenciados, cabendo uma profunda análise do contexto temporal dos acontecimentos - tal qual defendia Foucault. “A mídia precisa ser vista como um sistema, um sistema em contínua mudança, no qual

elementos diversos desempenham papéis de maior ou menor destaque.” (Briggs e Burke, 2006, p.15)

Outro ponto muito marcado nesta obra é a afirmação de que os meios de comunicação não surgem e desaparecem subitamente; antes, coexistem nas sociedades imitando-se ou complementando-se, perdendo ou ganhando espaço, mas ainda assim relevantes nos contextos das mudanças. “O velho e o novo [...] coexistem e competem entre si até que finalmente se estabeleça alguma divisão de trabalho ou função.” (Briggs e Burke, 2006, p.51)

Iniciando a análise a partir do século XV, já que se estima o surgimento da prensa gráfica de Johann Gutenberg no ano de 1450, os dois primeiros capítulos do livro têm como cenário a Europa. Afastando-se de um determinismo tecnológico, conta que a “revolução da prensa gráfica” não originou as mudanças que a sociedade europeia passaria a partir da sua invenção, mas garante a sua influência neste processo, não apenas no campo tecnológico, mas também cultural e social. (Briggs e Burke, 2006) A invenção de Gutenberg possibilitou a reprodução de impressos e revolucionou o ato da comunicação, que antes basicamente acontecia por via oral ou por manuscritos.

A produção de impressos, a partir daí, aumentou e se desenvolveu consideravelmente. Os impressos passaram a ser mais baratos de se produzir e transportar, crescendo exponencialmente seu alcance ao público. Entretanto, os produtores tinham conhecimento do vasto número de analfabetos na sociedade e, sabendo da eficácia no “emprego das imagens para despertar emoções” (Briggs e Burke, 2006, p.44), apostaram no mercado de imagens impressas, associado à imagem reproduzida mecanicamente. Este é um exemplo de como as inovações técnicas avançam mais rápido que as práticas sociais. (Briggs e Burke, 2006, p.42) Sobre a importância da gravura no século XVI, Briggs e Burke citam William Ivins, curador do Metropolitan Museum of Art de Nova York, que afirmou que as gravuras estão “entre as ferramentas mais importantes e poderosas da vida e do pensamento modernos”. (Briggs e Burke, 2006, p.47) A imagem estava, então, incorporada aos impressos, tornando-os mais inteligíveis aos menos letrados.

“A consciência política popular [...] foi estimulada pela difusão de impressos satíricos, especialmente nos séculos XVII e XVIII, na Inglaterra e na França revolucionária. Sabe-se que algumas dessas imagens vendiam bastante bem.” (Briggs e Burke, 2006, p.45)

A produção gráfica facilitou a acumulação de conhecimento, difundindo-o de forma mais ampla e beneficiando o seu armazenamento, já que a informação não era mais perdida

tão facilmente. Em contrapartida, trouxe mais informação e, conseqüentemente, consciência ao leitor. A propagação do novo meio alertou as autoridades – nomeadamente o Estado e a Igreja – que, preocupados com heresias, imoralidades, sedições e motins instauraram sistemas de coibição e censura. Conforme os estudos de Foucault sobre o poder do discurso, os detentores do poder tiveram grande preocupação com o que podia ou não ser dito. Como o exemplo do *Index Librorum Prohibitorum*, lista de livros proibidos pela Igreja Católica.

Mas “a eficácia do sistema de censura não deve ser superestimada”. (Briggs e Burke, 2006, p.58) Os autores afirmam, inclusive, que o sistema acabava por provocar um efeito reverso, despertando o interesse do público pelas obras e itens proibidos. Porém, é importante reparar que neste período passou a atuar, em paralelo, uma comunicação clandestina: “Outra reação à censura formal foi organizar e reorganizar a comunicação clandestina. Uma considerável variedade de mensagens era difundida às ocultas — de segredos dos governos a segredos comerciais ou técnicos, de idéias religiosas não-ortodoxas a pornografia”. (Briggs e Burke, 2006, p.58)

A comunicação clandestina, em reação à censura, antes da era moderna deixa clara a possibilidade de um sistema paralelo de comunicação e troca de informações. Atuava apelando a contrabandos, disfarces, como o método alegórico, ou mesmo publicações fora de seus países de origem; seus produtores e distribuidores tratavam de mudar randomicamente de endereço, para evitar apreensão pelas autoridades, sempre em seu encaço.

“A impressão gráfica pode ser perigosa, mas também lucrativa.” (Briggs e Burke, 2006, p.61) A facilitação dos meios de produção, o barateamento do papel e o constante crescimento de público interessado encheram os olhos de homens interessados em ganhar dinheiro, e os negociantes passaram a se envolver no processo de difusão do conhecimento. Este momento, narrado por Briggs e Burke (2006, p.62), soma ao presente trabalho, já ciente do poder do discurso, a noção de notícia e informação como mercadorias. O novo meio passava a ganhar valor de mercado e a atrair novos investidores, cujo objetivo estava mais no acúmulo de capital que no bem-estar da população.

A publicidade impressa se desenvolveu no século XVII e a noção de ‘propriedade intelectual’, mais visível na Inglaterra do século XVIII, surgia a partir da emergência e estímulo do consumo na sociedade e da difusão das tecnologias de impressão. Ou seja, elementos alheios à difusão da informação passavam a se envolver no processo, controlando não apenas o conteúdo e discurso, mas também os meios de produção, a distribuição e os lucros do novo negócio.

O século XVIII trouxe para a Europa um novo produto: o jornal diário. Já hábeis e confiantes no processo de produção e distribuição dos impressos, a nova aposta estava em trazer um produto mais barato, mas que passasse a fazer parte do cotidiano dos cidadãos. Pelo aumento da periodicidade, passavam a incluir não apenas notícias, mas também conteúdo de entretenimento e propaganda. Presentes no dia a dia das pessoas, os jornais “abriam os horizontes de seus leitores” (Briggs e Burke, 2006, p.77) e geravam mais consciência, apesar da discrepância entre os relatos publicados em diferentes jornais, o que gerava uma certa incredibilidade.

“A História Social da Mídia” disserta sobre dois acontecimentos históricos, dentre muitos outros, que revelam a rede contextual que influencia e é influenciada pelos meios. A Reforma Cristã, também chamada de Reforma Protestante, foi um momento na história onde algumas práticas e pensamentos católicos, religião dominante na Europa na época, passaram a ser questionados e atualizados por grupos e líderes. Dentre os de maior destaque estão os calvinistas, liderados pelo teólogo francês João Calvino, e os luteranos, guiados pelo professor germânico de teologia Martinho Lutero. Os reformistas, contemporâneos no século XVI, viram na revolução da prensa gráfica a oportunidade de eliminar a mediação entre as escrituras sagradas e o cristão popular. A tradução da Bíblia para o alemão, trabalho realizado por Lutero, é citado na historiografia como um dos principais exemplos do desenvolvimento das línguas vernáculas na Europa a partir da prensa gráfica, já que antes a maioria dos escritos eram impressos em latim e apenas na tradição oral é que se mantinham os dialetos locais. (Briggs e Burke, 2006, p.42)

Lutero intencionava popularizar as escrituras, incentivando a leitura aos cristãos e abrindo espaço para a multiplicação das interpretações, antes controlada pela Igreja Católica. Para propagar suas ideias, utilizava linguagem popular em seus ensinamentos e os distribuía através de panfletos, aproveitando a abrangência que os meios impressos haviam adquirido. Por isso, Briggs e Burke (2006, p.83) afirmam que “a impressão gráfica converteu a Reforma em uma revolução permanente”.

O livro também aborda no mesmo capítulo o movimento revolucionário do século XVIII, acontecido na França, que promoveu mudanças sociais e políticas no país. Na Revolução Francesa, a mídia desempenhou “papel crucial” (Briggs e Burke, 2006, p.103) no trabalho de inventar e construir uma nova cultura política e na uma nova comunidade de cidadãos. Como a população foi envolvida nas intenções e práticas revolucionárias, “o envolvimento do “povo” na Revolução Francesa de 1789 foi tanto causa quanto consequência da participação da mídia.” (Briggs e Burke, 2006, p.103) Ou seja, a decisão do governo

francês, no fim do século XVIII, de que a ‘opinião pública’ deveria ser informada, não apenas ajudou a oposição a derrubar o Antigo Regime (Briggs e Burke, 2006, p.103) como também envolveu a participação do povo e da mídia no movimento, numa troca recíproca de envolvimento e relevância.

Os autores afirmam que nenhuma história da mídia pode deixar de citar o Iluminismo francês, que trouxe profundas mudanças à sociedade e suas estruturas no século XVIII, iniciado na Europa e expandido posteriormente para a América. Anterior à Revolução Francesa, o Iluminismo foi o movimento que abriu precedentes para a crítica, a reforma e a educação. Opondo-se ao passado, marcado pela escuridão das trevas, da tradição e da fé, reinantes e dominantes na sociedade, os iluministas acreditavam estar trazendo a ‘luz’ à tona, contando com a Razão como instrumento de crítica ao Antigo Regime, até então uma ação coibida pelas ferramentas do governo e da Igreja. Acreditavam no papel educador do movimento e, aí, “a mídia foi o instrumento usado.” (Briggs e Burke, 2006, p.101) A mídia francesa ajudou a dissolver as antigas tradições, que centralizavam seus valores e objetivos no Rei e na Igreja, e também a construir novos ideais, na tentativa de estabelecer uma nova cultura política.

Referida como um complemento ao Iluminismo, a Revolução Francesa utilizou a mídia como instrumento de sua batalha, mas também lhe trouxe benefícios. A quantidade de acontecimentos e informações a serem noticiados aumentou consideravelmente, e, como já não era viável o tempo de produção de livros, ou mesmo panfletos, para contar estes fatos, “houve uma explosão de novas publicações” (Briggs e Burke, 2006, p.104), incluindo periódicos voltados para diferentes públicos, como o caso dos camponeses e da Folha da Aldeia, tradução livre para o nome da publicação *La Feuille Villageoise*. Para Tarde (2005, p.11), “da Revolução data o verdadeiro advento do jornalismo e, por conseguinte, do público, de que ela foi febre de crescimento”.

“A mobilização consciente da mídia com o objetivo de mudar atitudes pode ser descrita como propaganda. Originalmente um termo religioso, inventado para descrever a propagação do cristianismo, a palavra "propaganda" adquiriu sentido pejorativo no fim do século XVIII, quando os protestantes usaram-na para descrever técnicas da Igreja Católica. Durante a Revolução Francesa, o termo foi adaptado à política. [...] A nova palavra se referia a um fenômeno recente. Embora o uso de imagens e textos para moldar atitudes já fosse feito há bastante tempo na história da humanidade, a autoconsciência e a escala da campanha na mídia revolucionária constituíam algo novo.” (Briggs e Burke, 2006, p.105)

A mídia, exercendo tanto o pilar da informação quanto da persuasão, já começava a ser vista como uma nova forma de poder e, em meados do século XIX, já havia sido intitulada de 'Quarto Poder'. É também no mesmo século que ganha uma virada crucial: até então, a comunicação (nomeadamente impressa, não envolvendo aqui a tradição oral) esteve sempre atrelada ao sistema físico de transportes e, apenas em 1837, com a invenção do telégrafo elétrico, é que os dois sistemas dissociaram-se. Para Karl Marx, contemporâneo da criação, trata-se da invenção elétrica que deu início ao processo de transformação que hoje é chamado de 'mídia'. (Briggs e Burke, 2006, p.115) Alterava-se, assim, o processo de distribuição da comunicação, mantendo a amplitude alcançada com os impressos, mas agora transpondo barreiras geográficas com o auxílio da eletricidade.

Pode-se afirmar, por isso, que a Revolução da Comunicação e sua predecessora, a Revolução Industrial, fizeram parte do mesmo processo. O desenvolvimento da mídia esteve intimamente relacionado com a evolução de outras tecnologias, como o vapor e a eletricidade. A Revolução Industrial, iniciada na Inglaterra do século XIX, teve como consequência na sociedade a instauração da realidade fabril e da urbanização. O novo cenário interferiu nos processos de organização do trabalho, já que gerou um êxodo rural e trouxe os trabalhadores, novos operários, para mais próximo das fábricas. A demanda de mão de obra nas cidades atraiu os empregados para os grandes centros urbanos, mas não lhes forneceu as melhores condições de vida; passaram a morar em espécies de vilas operárias, convivendo mais e mais próximos entre si; desta forma, houve também uma intensificação na comunicação, atrelando ainda mais as revoluções Industrial e da Comunicação.

“Quando grandes números de trabalhadores passaram a ficar concentrados sob o teto de uma fábrica, desenvolveram-se novas formas de comunicação coletiva, semelhante ao que aconteceu quando muitas pessoas que não se conheciam antes foram a habitar em novos e imensos centros industriais [...]. Pela massa de gente, pode-se dizer que inteligência e energia estavam se comunicando aos socialmente carentes. [...] os trabalhadores, colocados juntos em grande número, tiveram suas habilidades refinadas e melhoradas pela comunicação constante". (Briggs and Burke, 2006, p.122)

O livro dos historiadores britânicos contextualiza o crescimento e desenvolvimento dos meios de comunicação com outros acontecimentos e descobertas: as ferrovias, os navios, os correios, o telégrafo, o telefone, a radiotelegrafia, os gramofones. Todas estas ocorrências fizeram parte da teia de evolução e criação de novas mídias, que dependeram de uma série de fatores entrelaçados. Com a chegada do telefone no século XIX, por exemplo, houve a emergência de uma cultura e linguagem telefônica (Briggs e Burke, 2006, p.152) Já a câmera,

que começou a ser desenvolvida no século XIX, foi crucial para o posterior progresso que resultou no cinema e na televisão.

“Todos os media integraram, desde o seu surgimento, processos de contínua evolução tecnológica, institucional e cultural – não estiveram estagnados em nenhum momento da sua história.” (Ferreira, 2014, p.4)

Já o século XX trouxe a tríade informação, entretenimento e educação para o centro da comunicação. O entretenimento foi reforçado pelos novos significados trazidos pela industrialização, que aumentou tanto a riqueza quanto a atenção ao lazer. Este movimento pode ser associado à ideia de Marcuse sobre o processo de unidimensionalidade da sociedade a partir da Revolução Industrial, no qual o sociólogo e filósofo alemão disserta sobre a criação e imposição de novas necessidades aos homens, homogeneizando-os. Sua análise, afirma, “é focalizada na sociedade industrial desenvolvida na qual o aparato técnico de produção e distribuição (com um crescente setor de automatização) não funciona como a soma total de meros instrumentos que possam ser isolados de seus efeitos sociais e políticos, mas, antes, como um sistema que determina, *a priori*, tanto o produto do aparato como as operações de sua manutenção e ampliação. Nessa sociedade, o aparato produtivo tende a tornar-se totalitário no quanto determina não apenas as oscilações, habilidades e atitudes socialmente necessárias, mas também as necessidades e aspirações individuais.” (Marcuse, 1973, p.18) Em suma, o estudo de Marcuse sobre o homem unidimensional, o qual este trabalho melhor abordou no Enquadramento Teórico, fala sobre a instituição na sociedade, por parte dos grupos dominantes, de necessidades materiais e morais antes inexistentes, mas agora imprescindíveis. Tarde também dirá que essas necessidades e crenças são especificadas pela invenção e imitação.

A Escola de Frankfurt, nas teorias de Adorno e Horkheimer, refletiu sobre o fenômeno social, derivado da ascensão do capitalismo, que passou a padronizar os gostos e desejos dos homens comuns de modo a favorecer o consumo e enriquecer as classes dominantes. A teoria criada pelos filósofos alemães passou a denominar o uso das mídias, da comunicação e da arte para este fim como elementos de uma Indústria Cultural e parte de um processo de criação de conteúdo para ser consumido pelas - e imposto para - massas; mas já em 1914, segundo Briggs e Burke (2006, p.122), já era comum o uso da expressão “sociedade de massa”. No século XX, o termo teria seu sentido complementado em oposição a um novo vocábulo: “elite”.

Conforme tratado no enquadramento teórico deste trabalho, a escola alemã contribuiu com reflexões críticas acerca das mudanças socioculturais pelas quais a sociedade passava com o avanço e sofisticação da industrialização. No início do século XX, o capitalismo de desenvolvia, a sociedade industrial apresentava seus desdobramentos, o período entreguerras viu avançar os governos totalitários na Europa, a cultura passou a ter valor de mercado e os meios de comunicação se multiplicavam na população. Pela diversidade de formações de seus participantes, a Escola de Frankfurt deixou estudos e pensamentos heterogêneos entre si, mas seu pioneirismo e contemporaneidade ao período de ascensão da comunicação e seus instrumentos enriqueceram os estudos sobre o tema.

“A Escola de Frankfurt procurou demonstrar que os produtos culturais contribuem para criar, reproduzir e manter não apenas a ideologia dominante numa sociedade mas também, e por consequência, a própria estrutura da sociedade. Dito por outras palavras, a sociedade recria-se e reproduz-se constantemente com base na ideologia dominante, em parte devido à força e ao carácter sedutor dos produtos culturais.” (Sousa, 2006, p.412)

Voltando à tríade do século XX, também na evolução do processo industrial encontra-se uma importante valorização e intensificação da educação e instrução, pois a industrialização “demandava circulação de informação mais substancial e confiável, tanto por motivos financeiros quanto para o controle dos processos industriais” (Briggs e Burke, 2006, p.189).

Além da educação e entretenimento, estudos da época já constatavam o conteúdo político e social contidos na imprensa, percebendo os novos fins do chamado Quarto Poder. Hobhouse afirmava, em 1909, que a imprensa estava sendo monopolizada por “alguns homens ricos”. “Longe de ser “o órgão da democracia” - o que era a esperança dos radicais -, havia se tornado “basicamente o lugar de ressonância de quaisquer idéias recomendáveis aos grandes interesses materiais””. (Briggs e Burke, 2006, p.175)

Desde os anos 1900 que a imprensa começava a se estabelecer como força social e a tecnologia teve importante papel nesta evolução. Em “A História Social da Mídia”, percebe-se algumas mudanças vividas durante este processo transitório, como a queda dos custos de impressão, o aumento do número de leitores e, conseqüentemente, das vendas, o conteúdo passa a conter mais entretenimento e menos informação e a formalidade da linguagem foi reduzida, para facilitar o entendimento dos novos leitores, muitas vezes menos letrados. As invenções elétricas apontavam para o futuro e demandavam novas infraestruturas, mas as

mudanças de escala no papel social da imprensa também exigiam outros tipos de estrutura.

Fez-se necessária uma reflexão sobre a regulamentação desta nova força social e, desde este tempo, já havia a preocupação com a liberdade de imprensa e a luta contra o monopólio que se formava entre os que comandavam o mercado.

Cada país viveu vias e momentos diferentes para atingir seus processos de regulamentação da atuação da imprensa. Independente da duração deste momento, a entrada da imprensa e de seus veículos na vida social cotidiana já estava estabelecida e o sucesso do segmento atraiu novos empresários – ricos, em grande maioria – a investirem na imprensa. O processo de distribuição da informação e da comunicação por meio da imprensa entrou na lógica capitalista empresarial, nesta área denominada por Adorno e Horkheimer como ‘Indústria Cultural’, e o lucro passava a ser concebido como um dos principais objetivos deste novo processo de comunicação. Citando o historiador socialista Sismondi, Briggs e Burke (2006, p.202) escrevem que, em 1823, este “observou com rudeza” que “a "imprensa diária é um poder", seu objetivo não é "o bem público, mas conseguir o maior número de assinantes””.

Os impressos passaram a ceder mais espaço para a publicidade, cujos anúncios já eram publicados desde o século XVII, compensando com textos mais curtos e histórias mais rápidas e aumentando cada vez mais o uso de imagens.

Não apenas o jornal diário e suas variações impressas foram envolvidos pela lógica do mercado capitalista. Os autores afirmam que desde o início, ainda no período de lançamento, a tecnologia e outros fatores determinaram o destino da televisão, já que “todas as vantagens do negócio estavam do lado das grandes organizações, e não de inventores individuais”. (Briggs e Burke, 2006, p.178) No cinema, a crise de 1929 estimulou nos Estados Unidos a produção de filmes com conteúdo expressando a consciência social de seus realizadores, mas na Inglaterra o Parlamento encarava a indústria cinematográfica com “interesses industriais, comerciais, educacionais e imperiais envolvidos”. (Briggs e Burke, 2006, p.175) E, também no rádio, desde o início das atividades, era perceptível a divisão existente nas equipes de liderança da mídia, separados entre os criativos e os negociantes, cujo foco principal era aumentar a receita financeira. (Briggs e Burke, 2006, p.225) Num jogo de troca de favores e interesses políticos e econômicos, pode-se afirmar que a chegada de todos os novos meios e sistemas de comunicação acabou por ser dirigida, orientada e controlada por grupos e/ou indivíduos com facilidades financeiras e apoio de grandes instituições, como o Estado e a Igreja. Confiantes do sucesso e exemplo de desenvolvimento da prensa gráfica e seus

impressos, os negociantes entraram definitivamente no ramo da distribuição do conhecimento e informação e os resultados desta presença são vistos e sofridos até hoje.

Se a gênese do desenvolvimento desses meios já revela uma forte tendência de negócios e voltada para a lógica comercial, Briggs e Burke (2006, p.211) alertam para o fato de que no período de 1961 a 1981 a concentração de poder na mídia do século XX já era assunto de preocupação pública e investigações acadêmicas. A chamada “era da difusão” passava a incluir elementos audiovisuais no processo da comunicação mediada e marcava a entrada de novas variáveis no debate sobre a mídia, levantando cada vez mais questionamentos. A cada novo elemento sensorial inserido no processo, recomeçava-se a reflexão sobre suas causas e consequências; a chegada da televisão trouxe muitas novas questões, dúvidas que não haviam sido levantadas sobre o rádio, por exemplo.

1.4 Televisão, imprensa e o interesse do discurso

O uso das técnicas e tecnologias de transmissão radiofônica serviu de base para a criação de um aparelho doméstico que passaria a fazer parte do dia a dia das pessoas e atingiu ‘em cheio’ as classes mais populares. O rádio, muitas vezes adjetivado como ‘amigo’ e ‘companheiro’, cumpria a função de divertir, informar e entreter desde as classes mais ricas até as mais pobres e, por isso, pode-se afirmar que “alcançou toda a população”. (Briggs e Burke, 2006, p.230)

Considerado uma “arma poderosa” (Briggs e Burke, 2006, p.216), de 1939 a 1945 foi travada uma batalha de palavras via rádio, ferramenta utilizada tanto pelos governos democráticos quanto pelos totalitários. Tão grande era a sua importância, que no período da Guerra “a imprensa era rigorosamente controlada”. (*idem*)

Em meados dos anos 30 a radiodifusão já estava estabelecida no mundo (Briggs e Burke, 2006, p.233), o rádio já era considerado um sucesso e, reflexo disso, a receita publicitária crescia exorbitantemente. Indissociável dos interesses econômicos e comerciais já instalados no mercado da comunicação, o caminho traçado pelo rádio esteve sempre entrelaçado pelos valores capitalistas de lucro e consumo. Ferreira (2014, p.2), afirmou que, “muito mais rapidamente que a imprensa”, o rádio e a televisão “atingiram um estatuto verdadeiramente institucional e se afirmaram como um poder “supra-individual” - um poder gerado no anonimato das funções comunicativas”.

“O subtítulo de um artigo de 1964 escrito por Desmond Smith sobre o "Rádio norte-americano hoje", na revista Harper, era "que se dane o ouvinte". [...] "Os objetivos do rádio",

afirmava Smith, "são idênticos aos da televisão no tipo, mas diferentes em magnitude. O rádio norte-americano, como qualquer ouvinte pode dizer, é um escravo ainda mais dócil do dólar comercial. Os padrões do rádio são piores do que os da televisão, se isso é possível, porque as emissoras só podem sobreviver em uma atmosfera de vendas estridentes, como um meio de barganha de anúncios com os comerciantes locais, as lojas de departamentos [voltando aos primórdios do rádio] ou as agências de carros usados." (Briggs e Burke, 2006, p.229)

Quando acaba a Segunda Guerra Mundial, "ainda era reduzido o entusiasmo acerca da televisão nos círculos do rádio e do cinema." (Briggs e Burke, 2006, p.233) Apesar de atrair a atenção dos cientistas mais curiosos, muitos tiveram uma primeira impressão equivocada sobre a televisão, acreditando que o novo meio atrairia apenas grupos de altos rendimentos. (Briggs e Burke, 2006, p.234) Contrariando as previsões mais pessimistas, uma audiência de massa crescia semanalmente, a tv começava a diminuir os números do cinema e, em 1952, mais de 20 milhões de aparelhos televisores estavam em uso. (Briggs e Burke, 2006, p.234) Pela amplitude de seu alcance, a televisão trazia efeitos já antes vistos, mas que seu peso tornava "inteiramente inéditos". (Bourdieu, 1997, p.62)

"[...] em 1948, a Business Week, impelida pela explosão de crescimento no pós-guerra, chamou a televisão de "o mais recente e valorizado bem de luxo do cidadão comum", e proclamou aquele como o "ano da televisão" (idem)

O século XX descreveria a televisão como "uma versão moderna de religião" (Briggs e Burke, 2006, p.118) e a mídia se consolidou na coexistência com os outros meios, assumindo papel de destaque na preferência da população. Era difícil prever, em seu início, a "extensão extraordinária da influência da televisão sobre o conjunto das atividades de produção cultural" (Bourdieu, 1997, p.51)

"Para as gerações que atingiram a maioria nos anos 80, a televisão, com sua linguagem fragmentária, com seu ritmo veloz e com suas imagens em metamorfose, era o referencial mais notório." (Machado, 1995, p.47) A televisão, seu formato, conteúdo e variações foram objeto de estudo de incontáveis acadêmicos pelo mundo, despertando o interesse de diversos campos de investigação; mas o maior interesse deste trabalho está nos estudos que focaram na análise do discurso e dos conteúdos televisivos. Pois, como afirma Santos (2013, p.60), o alcance da televisão "traz a ideologia dominante de maneira muito rápida e globalizada". "A televisão é uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população." (Bourdieu, 1997, p.23)

Voltando a Bourdieu, este publicou em 1996 um coletânea com três textos em análise ao meio televisivo. O primeiro deles, “Sobre a Televisão”, é a transcrição de um programa televisivo transmitido pela *Paris Première* no qual Bourdieu, a convite do *Collège de France*, faz uma espécie de meta-análise do meio.

O francês acredita no papel da Sociologia de “desvendar coisas ocultas”, minimizando assim, a violência simbólica sobre a sociedade. (Bourdieu, 1997, p.22) Atuando em prol da ciência, discursou na televisão, para o público comum, sobre os efeitos do meio na sociedade, afirmando, com ironia, que não se pode dizer muita coisa sobre a tv, muito menos sobre a própria tv. (Bourdieu, 1997, p.15) Para explicar o porquê desta dificuldade, Bourdieu discorre sobre três características cerceadoras: o tempo limitado, a imposição dos discursos e assuntos e a falta de domínio da produção. A aceitação geral dessas condições, fez com que ver e ser visto passasse a ser mais importante que o que está sendo dito.

Estes elementos estavam presentes desde o início da organização televisiva, ao contrário de “todas as produções culturais mais elevadas da humanidade”, que historicamente, segundo Bourdieu (1997, p.38), foram produzidas “contra a lógica do comercial”. Esta mentalidade, que tem como objetivo principal elevar os índices de audiência, “é muito preocupante”, pois coloca em questão as condições de produção e, apesar de ir de encontro às expectativas do público, pode acabar por criar o seu próprio público. Seguindo a lógica do lucro e do incentivo ao consumo, a tv, caracterizada pelo seu alcance e pelas vantagens do uso da imagem, acabou sendo organizada em detrimento das pressões do mercado, medido através dos números de audiência e levando ao limite as contradições sociais e econômicas. “A televisão regida pelo índice de audiência contribui para exercer sobre o consumidor supostamente livre e esclarecido as pressões do mercado” (Bourdieu, 1997, p.97)

Os Estados Unidos, vale ressaltar, lideravam o conhecimento e aprimoramento do novo meio, acompanhado de perto na vanguarda pela tv britânica. Seguindo os caminhos do rádio, os norte-americanos direcionaram a televisão para o entretenimento e começaram a criar um estilo de produção de tv - com diferenças marcantes do modelo britânico, que também trouxe características marcantes para o meio. O ‘intervalo comercial’, por exemplo, é uma prática que se popularizou nas transmissões britânicas.

Apesar da primazia e dos parâmetros estabelecidos pelos sistemas britânico e norte-americano, em todo mundo cada país teve seu tempo e maneira de desenvolver e estabelecer a televisão como veículo popular de difusão. Muitas críticas e dúvidas continuavam surgindo à medida que o meio ganhava popularidade. Qual era a sua função? Educar? Entreter? E dentro

destes questionamentos, as crianças eram uma preocupação com natural destaque. Muitas consequências sobre o efeito da tv na população ainda permaneciam desconhecidas, mas a necessidade de regularização começava a se fazer urgente. “Era difícil não apenas entender as implicações políticas, econômicas e sociais das “novas tecnologias”, mas também opinar sobre como, em sua presença, escapar dos “labirintos morais” associados aos antigos problemas centrados na liberdade e na responsabilidade, assim como aos novos problemas relacionados aos direitos humanos.” (Bourdieu, 1997, p.312)

Cada país teve seu momento de regularização e tem suas normas vigentes para as produções e transmissões televisivas. Mas uma espécie de censura desde o início pairou sobre o meio televisivo. Regida pela limitação de tempo e pela imposição de assuntos e discursos, já citados acima, esta censura atua retirando a autonomia da televisão. “Dessa censura que se exerce sobre os convidados, mas também sobre os jornalistas que contribuem para a sua existência, espera-se que eu diga que é política. É verdade que há intervenções políticas, um controle político (que se exerce sobretudo através das nomeações para os postos dirigentes); é verdade também que [...] a propensão ao conformismo político é maior. As pessoas se conformam por uma forma consciente ou inconsciente de autocensura, sem que haja necessidade de chamar a sua atenção.” (Bourdieu, 1997, p.19)

A censura mais visível e facilmente criticável costuma ter invólucros políticos e econômicos – neste caso, trata-se mais de uma pressão econômica que uma censura em si. Mas Bourdieu (1997, p.20) chama atenção para a necessidade do meio acadêmico se focar nos elementos invisíveis que atuam sobre o meio; pois as amarras políticas e econômicas da tv são “tão grossas e grosseiras que a crítica mais elementar as percebe, mas ocultam os mecanismos anônimos, invisíveis, através dos quais se exercem as censuras de toda ordem que fazem da televisão um formidável instrumentos de manutenção da ordem simbólica.”

O que poderia ser um “extraordinário instrumento de democracia direta”, acaba por expor “a democracia e a política a um grande perigo” e por se tornar “um instrumento de opressão simbólica”. (Bourdieu, 1997, p.13) A violência simbólica, já aqui abordada, atua com elementos subjetivos e que não se podem ver; a tv oculta mostrando, apresentando categorias que são “estruturas invisíveis que organizam o percebido, determinando o que se vê e o que não se vê” (Bourdieu, 1997, p.25), tal qual a atuação das linhas de visibilidade dos dispositivos de poder. O professor português Francisco Rui Cádima (1995) dirá que o regime de visibilidade do dispositivo televisivo, assim como o regime de credibilidade, cumpre a função de legitimação e definição da verdade, estruturando e estabilizando o dispositivo de modo sutil, utilizando o convencimento ao invés do confronto.

A sutileza da violência simbólica produzida pelo dispositivo televisivo – este parte integrante do dispositivo midiático como um todo – passa também por um fenômeno já citado neste trabalho. Trata-se do processo de seleção do conteúdo que é veiculado no meio, chamado de agendamento ou, como já aqui citado, *agenda-setting*. “O pressuposto básico desta abordagem”, afirmam Rossetto e Silva (2012, p.100), “é que os assuntos colocados em pauta pelos meios de comunicação de massa agendam o público, chegando a tornar-se tema de suas conversas cotidianas.”

As pesquisas sobre este fenômeno evoluíram com o passar do tempo. Após estar comprovado o fato do conteúdo presente nas discussões conversas cotidianas da população estar diretamente relacionado e influenciado pelo conteúdo presente na agenda midiática, começou-se a prestar mais atenção às variações no fenômeno de acordo com os diferentes meios, mensagens e públicos. Estando comprovada a hipótese de que os meios de comunicação dizem às pessoas *o que* pensar, a teoria evoluiu para uma segunda etapa, onde percebeu que os meios também vão ditar *como* se pensar sobre aquele assunto.

McCombs, considerado um investigador pioneiro sobre o *agenda-setting*, afirmou em entrevista que o resultado mais visível deste fenômeno é a repetição acrítica e sem reflexão, forma como as pessoas propagam a informação. Citando Lippmann, jornalista e criador da teoria na década de 20, McCombs lembra que este pensamento nasce a partir da concepção de Lippmann de que os novos media determinam os mapas cognitivos das pessoas. O primeiro capítulo da obra de Lippmann “A Opinião Pública”, de 1922, chama-se “*The world outside and the pictures in our heads*” e, seguindo esta ideia, McCombs vai afirmar que ‘as figuras nas nossas cabeças’ são reflexos da mídia e não necessariamente aquilo que está realmente acontecendo no mundo. Os jornais, por exemplo, podem ser considerados “pontes” entre o mundo exterior e as imagens nas cabeças das pessoas. A opinião, assim, estaria diretamente relacionada com as “imagens nas nossas cabeças” e, conseqüentemente, com o que é veiculado na mídia.

Em paralelo, outra linha de pesquisa trabalhou o mesmo tema, mas com a ótica voltada para a construção narrativa da informação e o enquadramento escolhido para a notícia. Chamada de *Framing* ou Enquadramento, esta teoria estuda o fenômeno “como uma estratégia de construção e processamento do discurso noticioso ou como uma característica do discurso em si.” (Rossetto e Silva, 2012, p.106) Enquadrar é, então, “selecionar alguns aspectos da realidade percebida e os colocar em destaque num texto comunicativo.” (*idem*)

A organização da história, de acordo com as intenções – conscientes ou não – de seus produtores e publicadores, passa por um processo de seleção, ênfase, interpretação e exclusão daquilo que não é interessante que o público saiba. Os *frames*, segundo a teoria do Enquadramento, são espécies de ‘marcos interpretativos’ que fornecem sentidos – sociais e culturais – aos acontecimentos e informações que recebem. Levando em conta a premissa básica já esclarecida no enquadramento teórico desta tese, de que hoje os meios de comunicação são controlados pelas classes dominantes e reproduzem um discurso mantenedor deste *status quo*, a teoria de Goffman acaba por ajudar a traduzir para os dias atuais o princípio de Foulcault sobre construção estratégica do discurso dominante.

A produção televisiva é, de um certo modo, coletiva. “As escolhas que se produzem na televisão são de alguma maneira escolhas sem sujeito.” (Bourdieu, 1997, p.34). Se por influência do mercado norte-americano teve em seu início o “divertimento” como função hegemônica (Cádima, 1995), quando cumprindo a tarefa de informar, a tv opta por abordar assuntos de pouca contradição e polêmica, e que possam ser entendidos pela maior parte dos espectadores, dada a amplitude de sua audiência. “Foi fora da Europa”, afirmam Briggs e Burke (2006, p.240), “que o estilo norte-americano de televisão comercial se espalhou mais facilmente, buscando oferecer o entretenimento que acreditava que os telespectadores desejavam e evitando todo tipo de ofensa política.”

Trabalhando com temas de senso-comum, a tv aborda o que Bourdieu chama de ‘fatos-ônibus’ – como o sentido, como já foi dito, de servir para todos; ou seja, notícias que interessam a todos, mas que não representam um compromisso para o emissor e cumprem o papel da distração. São variedades que ocupam um tempo no ar – tempo este que é limitado, como Bourdieu denunciou – que poderia ser utilizado para informar a população sobre assuntos de relevância social e voltados para o bem comum.

“Fruto do início da cobertura de novos tópicos por agências noticiosas, por media de elite, ou por jornalistas-chave, é em grande medida à pressão exercida pelo contexto normativo jornalístico que se deve a crescente homogeneidade nos conteúdos e enquadramentos observáveis na agenda dos media.” (Neto, 2012, p.253)

Esta “prosa precária” induzida pela televisão acaba por produzir a “grande amnésia do tempo” (Cádima, 1995), participando brevemente da vida e do pensamento do público – apesar da pouca memória ser mesmo uma característica da sociedade contemporânea, ressalta Cádima. O problema maior da comunicação, dirá Bourdieu (1997, p.40), consiste em saber se

“as condições de recepção dão preenchidas”, e, daí, o uso excessivo de lugares-comum se justifica na produção de conteúdo. Nestes casos, a comunicação é instantânea, porque, de certo modo, ela não existe de fato.

Além de preferir temas e assuntos de fácil compreensão e aceitação popular, a lógica da concorrência também impera no meio televisivo e acaba por determinar seu conteúdo; sendo, segundo Bourdieu (1997, p.31), o mais importante para os jornalistas. Da concorrência nasce outra característica da divulgação da informação na televisão, trata-se do chamado ‘furo de reportagem’ e *fast thinking*. “Sobre a televisão, o índice de audiência exerce um efeito inteiramente particular: ele se retraduz na pressão da urgência.” (Bourdieu, 1997, p.38) Na urgência, segundo os princípios platônicos, não se pode pensar.

A lógica da concorrência e da urgência na televisão tem consequências “que se retraduzem por escolhas, por ausências e presenças” (Bourdieu, 1997, p.39), ou seja, corroboram com um agendamento pouco variável entre os produtores de notícias, resultando em cobertura jornalística focada nos mesmos assuntos, ainda que se mude de canal. Assim, se a lógica da concorrência deveria diversificar o conteúdo, ela acaba por homogeneizar o meio, tal qual afirmado por Neto acima; afinal, os diferentes veículos sofrem as mesmas pressões do mercado, com restrições e anunciantes semelhantes. “Essa espécie de jogo de espelhos refletindo-se mutuamente produz um formidável efeito de barreira, de fechamento mental.” (Bourdieu, 1997, p.33)

Essa homogeneidade nas produções gera uma “circulação circular da informação” (Bourdieu, 1997), o que faz com que Cádima (1995) afirme que a tv é uma “máquina produtora de redundância”, onde recicla continuamente no seu dispositivo um novo espaço-tempo, sempre organizando seu fluxo discursivo. O modo de funcionamento da tv tem determinado “a reprodução hipertélica dos seus próprios códigos, a manutenção do seu sistema de "continuum", de "fluxo", a megamáquina produtora de redundância.” (Cádima, 1995) A tv, complementa o professor, tem “a faculdade particular de produzir e reciclar as identidades colectivas, de criar um dispositivo simbólico partilhado”, resultando em uma “vida simbólica comum”. Esta redundância pode ser considerada uma estratégia de agenciamento de saberes e conteúdos – algo que já havia sido constatado no século XIX, com os meios de comunicação da época.

Cumprindo o papel de “dispositivo tecnodiscursivo e instrumental” (Cádima, 1995), a televisão atua de modo logotécnico, aliando discurso à tecnologia e transformando-se em instrumento mantenedor da ordem. Como já dito, o que está sendo falado perdeu a

importância para o ver e ser visto; esta lógica aparece como uma “nova ordem disciplinar do olhar moderno” e também pode ser considerado uma ferramenta de vigilância. Similar ao modelo panóptico do filósofo Jeremy Bentham – mecanismo arquitetônico circular que privilegia e objetiva a observação total dos integrantes – Cádima (*idem*) dirá que a televisão também pode ser interpretada como um mecanismo de vigilância que resulta no estabelecimento de uma ordem disciplinar. Ao invés de os indivíduos serem considerados sujeitos da comunicação, viram objetos de informação. (*idem*)

A televisão trouxe inúmeras dúvidas e preocupações sociais e, nos anos 60, muitos estudiosos refletiam e questionavam seus benefícios e prejuízos. Burke e Briggs (2006) relatam este momento de confusão e incerteza, usando como exemplo a concepção do conceito de McLuhan sobre “aldeia global”. Pensando nos efeitos da televisão e dos satélites na dinâmica mundial, McLuhan trouxe para o centro do debate o encurtamento dos espaços e a aceleração do tempo, promovidos pelas novas tecnologias. Com pouca atenção ao conteúdo, McLuhan focou-se no efeito global provocado pela mídia televisiva, em detrimento dos efeitos nacionais e regionais.

Em contrapartida à perspectiva de McLuhan, Schiller irá tratar esta questão da globalização da informação e do encurtamento de fronteiras tempo-espaço com mais pessimismo. Lançando a ideia de “imperialismo cultural”, Schiller irá criticar a influência estrangeira sobre culturas locais e as portas abertas encontradas pelo capitalismo, através de toda a Indústria Cultural, para propagar seu discurso e valores sobre povos mais afastados. Com forte crítica direcionada à influência dos Estados Unidos sobre outras culturas, Schiller irá denunciar como consequência desse imperialismo, a “dominação cultural”.

Essa dualidade maniqueísta entre os estudiosos da época, levou Eco a cunhar os termos “apocalípticos” e “integrados”. Com tom pessimista, aqueles que condenavam os meios de comunicação de massa e acreditavam que sua progressão seria proporcional à decadência da cultura tradicional foram apelidados - ironicamente - por Eco como “apocalípticos”. Uma das principais “acusações” dos apocalípticos, segundo Eco (1984, p.46) é de que *“los mass media se dirigen a un público que no tiene conciencia de sí mismo como grupo social caracterizado; el público, pues, no puede manifestar exigencias ante la cultura de masas, sino que debe sufrir sus proposiciones sin saber que las soporta.”*

Já os “integrados”, num tom mais otimista quanto às mudanças tecnológicas, acreditam que os meios de comunicação de massa contribuem levando informação para parcelas da população menos favorecidas e, independentemente da qualidade

do conteúdo, a cultura de massa estimula a criatividade e os mapas cognitivos das pessoas. *“Es cierto que los mass media proponen en medida masiva y sin discriminación varios elementos de información en los que no se distingue el dato válido del de pura curiosidad o entretenimiento. Pero negar que esta acumulación de información pueda resolverse en formación, equivale a tener un concepto marcadamente pesimista de la naturaleza humana, y a no creer que una acumulación de datos cuantitativos, bombardeando con estímulos las inteligencias de una gran cantidad de personas, pueda resolverse, en algunas, en mutación cualitativa.”* (idem, p.53-54)

Se a televisão gerou um ápice de dúvidas e questionamentos sobre o papel e atuação dos meios de comunicação, também não forneceu respostas definitivas e fechadas para estas questões. A evolução da tecnologia, passando pelo cabo, fibra ótica e antena parabólica, aumentou seu poder e estendeu seu alcance. Mas, a partir dos anos 90, a chegada de um novo aparelho – o computador pessoal – compartilharia as dúvidas, críticas e elogios recebidos pela televisão e abriria as portas para uma verdadeira revolução no processo comunicacional, a Internet.

2. As novas tecnologias e a sociedade da informação, mas agora em rede

2.1. Os novos apocalípticos e integrados de Eco

A base da chamada Sociologia da Comunicação está amparada na questão levantada em 1910 por Weber: quais os efeitos do jornal sobre o leitor? (Ferreira, 2014) O que Weber buscava comprovar era a importância do meio de comunicação na definição dos valores culturais, seu papel na determinação das crenças e, principalmente, seu papel na construção ou destruição de aspirações e desejos nas sociedades.

Aplicando o questionamento weberiano para a mídia em geral, o que se vê é uma ampliação em larga escala das dúvidas e temores iniciais sobre a imprensa. Após a massificação dos meios e do conteúdo - representados pelo sucesso e popularização do jornal, rádio e televisão - outro aparelho tecnológico chegaria causando uma revolução no campo da comunicação.

A partir dos anos 60, descrevem Briggs e Burke (2006, p.260), as mensagens passaram a ser consideradas "dados"; ou seja, informações que podem ser transferidas. A descoberta científica da existência do DNA, o ácido desoxirribonucleico que contém o código genético do ser, revelou, metaforicamente, que até a vida pode ser vista através de uma lógica organizada de informações.

A invenção do computador e de seu modelo de transmissão, armazenamento e decodificação de dados na segunda metade do século XX foi o pontapé inicial para a revolução tecno-social que aconteceria no final do século. Em 1950, o matemático britânico Alan Turing, reconhecido como o pai da Computação, chamou os computadores de "máquinas universais" (Briggs e Burke, 2006, p.273), numa acertada previsão sobre a globalização da nova tecnologia.

A primeira loja de computadores surgiu em Los Angeles, Estados Unidos, em 1975 (Briggs e Burke, 2006, p.273) e, em poucos anos, a empresa informática norte americana *International Business Machines*, desenvolveu um modelo fisicamente menor e mais compacto, visando atingir desde médias e pequenas empresas até chegar aos domicílios. Em 1981, a IBM lançou no mercado o primeiro computador pessoal esperando atingir a venda de seus 241 mil modelos produzidos no período de cinco anos, mas vendeu tudo em apenas uma semana após o lançamento do PC - *personal computer*.

Seguindo os ensinamentos da experiência com a televisão, os primeiros empreendedores dos computadores pessoais apostaram no entretenimento, como os jogos, para fazerem-se cada vez mais presentes nos lares norte-americanos. A tecnologia do campo computacional evoluiu rapidamente, permitindo o alastramento do dispositivo por casas de todo o mundo. Da transmissão via cabo à via satélite, passando pela inclusão de dados visuais (Briggs e Burke, 2006), o ponto de virada do campo da computação - como também da comunicação - foi a chegada da Internet, a partir de Setembro de 1993. Inicialmente criada para estar a serviço das pesquisas acadêmicas, a rede foi posteriormente liberada ao grande público e trouxe mudanças para todas as esferas da vida social.

Juntando um sistema de envio que pega a informação e a fragmenta em elementos codificados com um sistema de recepção que reúne esses elementos e os decodifica, a Internet viu o cientista britânico Timothy Berners-Lee transformá-la de "um sistema de comunicações poderoso" em "um meio de comunicação de massa" (Briggs e Burke, 2006, p.302), através da instauração da *World Wide Web*. A euforia com relação à novidade, prosseguem Briggs e Burke (*idem*), foi muito maior que o alarde, pois um sistema dominado pela elite passava a incluir as massas, no uso da web.

A popularização dos computadores e do uso da web possibilitou o surgimento de novas formas de relação, novos usos da ferramenta e até mesmo novos vocabulários. Os avanços das telecomunicações e da microeletrônica trouxeram mudanças suficientes para muitos estudiosos acreditarem que hoje o mundo se posiciona em uma nova era histórica. Chamada por alguns de era da informação e por outros, era do conhecimento, este novo momento reúne as características da sociedade pós-industrial e pós-moderna e tenta conceituar-se pelo papel central da informação na organização e funcionamento social.

"In this electric age we see ourselves being translated more and more into the form of information, moving toward the technological extension of consciousness." (McLuhan, 1964, p.69)

"O verbo medieval "enforme, informe", emprestado do francês, significava "dar forma a ou modelar", e a nova expressão "sociedade da informação" dava forma ou modelava um conjunto, até agora organizado de forma frouxa, de aspectos relacionados à comunicação — conhecimento, notícias, literatura, entretenimento —, todos permutados entre mídias e elementos de mídias diferentes — papel, tinta, telas, pinturas, celulóide, cinema, rádio, televisão e computadores. Da década de 1960 em diante, todas as mensagens, públicas e

privadas, verbais ou visuais, começaram a ser consideradas "dados", informação que podia ser transmitida, coletada e registrada, qualquer que fosse seu lugar de origem, de preferência por meio da tecnologia eletrônica." (Briggs e Burke, 2006, p.260)

A nova sociedade destaca-se, assim, pelo caráter global dos sistemas de comunicação eletrônicos, sistemas estes organizados de forma estrutural e sistemática e interligado aos poderes econômico, político e militar. (Schiller, 1996) A globalização é um fenômeno que passou a ser observado e muito discutido a partir do fim do século XX, percebendo-se a nova ordem em que o mundo estava inserido. Entretanto, apesar de ser um sintoma irrefutável da sociedade pós-moderna, ainda há várias abordagens e definições acadêmicas a seu respeito. Campos e Canavezes (2007, p.10) criaram um manual chamado "Introdução à Globalização" onde listam os aspectos em comum dentre as múltiplas abordagens:

"- trata-se de um processo à escala mundial; [...]

- uma dimensão essencial da globalização é a crescente interligação e interdependência entre Estados, organizações e indivíduos do mundo inteiro, não só na esfera das relações econômicas, mas também ao nível da interação social e política. [...]

- a desterritorialização, ou seja, as relações entre os homens e entre instituições, sejam elas de natureza econômica, política ou cultural, tendem a desvincular-se das contingências do espaço;

- os desenvolvimentos tecnológicos que facilitam a comunicação entre pessoas e entre instituições e que facilitam a circulação de pessoas, bens e serviços, constituem um importante centro nevrálgico da Globalização."

Em suma, trata-se de um fenômeno mundial - apesar de existirem localidades e pessoas muito pouco atingidas - que aumentou a ligação e o contato entre pessoas e governos, reduziu as barreiras criadas pelo tempo x espaço e está genuinamente vinculado aos avanços tecnológicos e eletrônicos acontecidos nos campos do transporte e da comunicação.

As novas tecnologias encurtaram as distâncias geográficas e aceleraram a velocidade da troca de dados e informações, alterando, assim, bases estruturais da sociedade. O sociólogo polonês falecido em 2017, Zygmunt Bauman, é um dos autores mais estudados da sociologia moderna e dedicou um livro ao tema da Globalização e suas consequências humanas. Sobre isto, constatou que "longe de ser um "dado" objetivo, impessoal, físico, a "distância" é um

produto social; sua extensão varia dependendo da velocidade com a qual pode ser vencida (e, numa economia monetária, do custo envolvido na produção dessa velocidade). Todos os outros fatores socialmente produzidos de constituição, separação e manutenção de identidades coletivas — como fronteiras estatais ou barreiras culturais — parecem, em retrospectiva, meros efeitos secundários dessa velocidade." (Bauman, 1999, p.15)

Por ser um processo dinâmico e constantemente em curso, vale a pena destacar, também do manual de Campos e Canavezes (2007, pp.11-12), que:

- “A Globalização tem uma história e esta insere-se na trajectória do capitalismo e da economia de mercado;
- A Globalização não é um fenómeno puramente económico e tecnológico, é um processo complexo e multidimensional (envolvendo diferentes actores e tocando diversos âmbitos da vida dos homens e mulheres contemporâneos);
- A Globalização não evolui de forma imparcial, os seus impactos podem e devem ser discutidos;
- Há um importante espaço para a actuação dos Estados-Nação, bem como para a intervenção individual e organizada das pessoas, com destaque para a actuação sindical”.

A principal característica da sociedade da informação é utilizar a informação como recurso estratégico, movimentando-a através das TIC (tecnologias da informação e do conhecimento) e atuando predominantemente no meio digital para conectar pessoas e instituições, e criar e recriar as relações sociais. Diante da dificuldade de limitar o conceito, Gouveia (2004) publicou o artigo "Sociedade da Informação: Notas de contribuição para uma definição operacional", onde afirma que o termo foi inicialmente trabalhado nos escritos de Alain Touraine e Daniel Bell. Em 1969, o sociólogo francês já se interessava em perceber as consequências dos avanços tecnológicos nas relações de poder; assim como o sociólogo norte-americano Daniel Bell também percebeu em 1973 a centralidade da informação na sociedade. Em suma:

"A sociedade da informação está baseada nas tecnologias de informação e comunicação que envolvem a aquisição, o armazenamento, o processamento e a distribuição da informação por meios electrónicos, como a rádio, a televisão, telefone e computadores, entre outros. Estas tecnologias não transformam a sociedade por si só, mas são utilizadas pelas pessoas em seus contextos sociais,

econômicos e políticos, criando uma nova comunidade local e global: a sociedade da informação." (Gouveia, 2004)

2.2. Da comunicação de massa para a comunicação em rede

Em uma corrente teórica paralela, Castells (2005), que foi orientado academicamente por Touraine, afirma que "nos primeiros anos do século XXI, a sociedade em rede não é a sociedade emergente da Era da Informação: ela já configura o núcleo das nossas sociedades." O posicionamento de Castells se distancia do conceito de sociedade da informação ao afirmar que a informação sempre fez parte das sociedades, independente do meio pela qual se propagava, e que, por isso, não podia ser considerado o elemento crucial da nova era. "A importância da informação naquilo que se tornou, no século XX, quase uma tríade sagrada — informação, educação e entretenimento — foi completamente reconhecida, muito antes da popularização dos termos "sociedade da informação" e "tecnologia da informação", durante as décadas de 1970 e 1980." (Briggs and Burke, 2006, p.189)

A diferença que mais caracteriza a sociedade contemporânea, segundo Castells, está no modo como a sociedade se organizou para receber as novas tecnologias e suas consequências: em forma de rede. "A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. A rede é a estrutura formal. É um sistema de nós interligados". (Castells in Castells and Cardoso, 2005 p.20)

"Diferentemente do espaço geográfico convencional, 'o espaço de informação global' será conectado por redes de informação", antecipou o japonês pioneiro nos estudos da computação, Yoneji Masuda (*apud* Briggs e Burke, 2006, p.262). A estrutura em rede, defendida tanto por Masuda quanto por Castells, espalhou-se por todos os campos da vida social, podendo ser reconhecida na economia, na política ou mesmo nas relações de trabalho. Mas esta mudança não aconteceu instantaneamente em todas as sociedades e, algumas delas, ainda vivem um momento de transição, afirmou Gustavo Cardoso em 2005, citando como exemplo a sociedade portuguesa. Com critérios baseados em quatro pontos chave - tecnologia, economia, bem-estar social e valores -, Cardoso (em Castells e Cardoso, 2005 p.33) constatou que não se pode ainda considerar que todas as sociedades já possuem o nível de solidez técnica dos Estados Unidos, por exemplo.

Desde o fim da Segunda Guerra Mundial que os norte-americanos viram seu poder crescer por causa de sua força econômica e pelo *know how* desenvolvido no campo das comunicações. Por estas razões, o país foi pioneiro e participativo no surgimento das grandes novidades e mudanças na área das telecomunicações, plantando a semente capitalista no interior destes processos e propagando-os através de sua influência ao longo do mundo.

Esta interferência da lógica capitalista, enraizada na gênese dos processos organizacionais dos novos veículos de comunicação, através da força econômica e do vanguardismo norte-americanos, era a principal reprovação feita por Schiller. Segundo o autor, o avanço das TIC ocorreu com o fim último de perpetuar o pensamento e modelo capitalistas, possibilitado pelos critérios de mercado, pelas desigualdades sociais e pela lógica corporativista dos Estados Unidos. (Schiller, 1996) Com fortes bases marxistas, Schiller (1996, p.72) chama de combinação mortal a aliança entre mídia, tecnologia e mercado, reforçando o papel fundamental do mercado midiático na instauração e propagação do discurso dominante, que valoriza o consumo e o lazer.

A abordagem 'pessimista' de Herbert Schiller se identifica com o pensamento da Escola de Frankfurt, já abordada neste trabalho, e que, impressionada com as dimensões da cultura de massa norte-americana, analisou e comparou o processo de produção da indústria cultural ao processo de produção de qualquer outro bem de consumo. No debate sobre a transição da modernidade para a pós-modernidade, muitos intelectuais denunciaram uma produção padronizada dos produtos da mídia, tal qual o método fordista de produção; seu resultado seria, então, um produto que, além de não estimular o público, o ilude e oculta a opressão que ele mesmo exerce.

Estas análises, na época, também detectaram um público passivo e acrítico ante às mídias. A chamada Teoria Hipodérmica chegou a considerar o público, não apenas indefeso, mas também receptor constante de "mensagens narcotizantes dos media" (Ferreira, 2014, p.6). O sentimento de desconfiança perante os meios de comunicação e a percepção de um público inerme delinearão o trajeto de correntes acadêmicas, como os modernistas e os estruturalistas.

Estes exemplos revelam o pensamento 'apocalíptico' com que alguns intelectuais encararam as manifestações sociais das novas tecnologias da comunicação, temendo principalmente,

"the debasement and displacement of an authentic organic folk culture; the erosion of high cultural traditions, those of art and literature; loss of the

ability of these cultural traditions (as the classical 'public sphere') to comment critically on society's values; the indoctrination and manipulation of the 'masses' by either totalitarian politics or market forces." (Lister et al, 2009, p.75)

Contextualizando estes temores contra a banalização, comercialização e centralização da cultura e da comunicação, vale ressaltar que estes críticos viviam em uma época marcada por regimes totalitários e onde o consumo tornava-se cada vez mais valorizado, já revelando a força e poder dos media. (Ferreira, 2014)

Mas, como já referido no final do capítulo anterior, as novidades não eram encaradas apenas com esta apreciação pessimista e negativa. Eco cunhou o termo 'apocalípticos' em oposição aos 'integrados'. Estes, observaram com maior otimismo o efeito globalizante dos novos tempos, ressaltando dentre as consequências a descentralização de algumas ordens e o enfraquecimento dos mecanismos de controle. (Ferreira, 2014) Ante a denúncia de homogeneização do público através de um conteúdo 'letárgico', argumentam que os meios de comunicação de massa e seus conteúdos permitiram o acesso da população menos letrada e mais carente às informações. "*El ascenso de las clases subalternas a la participación (formalmente) activa en la vida pública, el ensanchamiento del área de consumo de las informaciones, ha creado la nueva situación antropológica de la "civilización de masas"*" (Eco, 1984, p.34)

Benjamin, já citado neste trabalho, demonstra em seus estudos que percebia capacidades nos meios de comunicação que não era compartilhado por seus colegas da Escola de Frankfurt. "A reprodutibilidade técnica da obra de arte modifica a relação da massa com a arte. Retrógrada diante de Picasso, ela se torna progressista diante de Chaplin." (Benjamin, 1955) Neste trecho, onde comenta o consumo das artes pelas massas, demonstra uma análise muito mais relacionada à questões políticas que tecnológicas.

McLuhan também opôs-se aos apocalípticos quando valorizou o efeito globalizante das novas tecnologias e instituiu o conceito de "aldeia global". "A aceleração de hoje não é uma lenta explosão centrífuga do centro para as margens, mas uma implosão imediata e uma interfusão do espaço e das funções. Nossa civilização especializada e fragmentada, baseada na estrutura centro-margem, subitamente está experimentando uma reunificação instantânea de todas as suas partes mecanizadas num todo orgânico. Este é o mundo novo da aldeia global." (McLuhan, 1964) Antes de encarar as consequências como homogeneizantes, via-as como

unificadoras e criadoras de um ambiente cultural mais interativo, permitidos pela comunicação instantânea das mídias eletrônicas.

Quanto à crítica sobre o modo indefeso com o qual o público recebe a mensagem, os estudos mais recentes já comprovam que não se trata de uma sentença irrefutável. Se a corrente estruturalista herdou dos modernistas a indispensabilidade em identificar o significado ideológico do discurso, os pós-estruturalistas já perceberam a complexidade de se trabalhar com o campo ideológico, dado à flexibilidade interpretativa do conteúdo e também atestava que a audiência tinha capacidade de resistir aos significados recebidos, concebendo "o público como participante ativo na criação de significados" (Ferreira, 2014, p.9) A interatividade, possibilidade geralmente associada às novas tecnologias, é o fator que possibilita a participação do público e, assim, também abre possibilidades para a transformação e a alteração.

Mas Eco (1984, p.50) adverte sobre a principal falha na abordagem dos integrados: *"Hay que advertir ante todo que entre aquellos que demuestran la validez de la cultura de masas muchos emplean un medio simplista, desde el interior del sistema, sin perspectiva crítica alguna, y no raramente ligado a los intereses de los productores."* Apesar da ressalva do autor e da relevância dela para esta investigação, é a perspectiva dos integrados sobre a liberdade e abertura a mudanças que serão aqui trabalhadas.

Ou seja, ambas as abordagens, apesar de conterem pontos relevantes, já se encontram ultrapassadas. Na visão de Eco (1984) os apocalípticos, desenvolvidos dos anos 30 e 40, equivocavam-se ao considerar que a cultura de massa funcionava como uma anticultura para a população, ao se contrapor à cultura aristocrática. Desse modo, posicionavam-se acima da massa homogênea que vinha sendo moldada pelos *mass media*, sendo chamados, com ironia, de 'super-homens' por Eco. Os integrados por sua vez, tinham um pensamento mais hospedado nos anos 50 e 60, e já percebiam que o alargamento da área cultural permitiria, beneficentemente, o alcance às camadas populares. Mas Eco ressalta que essa abordagem falhava ao sugerir a passividade do público ao consumir acriticamente o conteúdo veiculado nos meios de comunicação de massa.

Apesar de muito útil para a tipificar de forma extrema o debate sobre a indústria cultural e a cultura de massas, a análise de Eco, produzida no início dos anos 70, deve ser atualizada. Um novo modelo de comunicação de massa foi surgindo a partir das mudanças trazidas pelos avanços tecnológicos e refletidas nas estruturas sociais, e, décadas depois, muitas questões já não fazem mais sentido ou já merecem novas perspectivas.

O campo investigativo da comunicação ganhou extrema relevância nas últimas décadas e vem sendo acompanhado em paralelo por outras ciências sociais, que, assumindo a centralidade da comunicação na vida cotidiana, enriquecem os debates e estudos. Ainda nesta nova fase, também se pode destacar uma tendência mais otimista sobre os meios de comunicação e outra mais pessimista, atualizando as denominações cunhadas por Eco nos anos 70.

As mudanças - tecnológicas e sociais - ainda estão em curso e em contínua renovação e atualização, o que dificulta a concretização de teorias e fomenta o impulso de alguns investigadores em tentar "prever o futuro". O novo modelo de comunicação maciça, entretanto, já está desenhado com contornos de integração, convergência, globalização e interatividade. Segundo Castells (*apud* Del Bianco, 2004), essa nova configuração trará um consumo de informação individualizado e personalizado, deixando para trás a ideia de comunicação de massa.

O fim da audiência massiva abre espaço para o início de uma era da comunicação mediada, neste caso, pelos computadores. Nesta nova perspectiva, surgem novos apocalípticos e novos integrados. Para exemplificar estes, pode-se considerar a abordagem de Lévy, especialista em ciências da informação e da comunicação quem vem há anos estudando os impactos da Internet na vida social. Refletindo sobre uma época onde a Internet e os computadores já estavam vulgarizados e a população já havia se conformado às mudanças das TIC, Lévy enxergou no progresso tecnológico a possibilidade - e efetiva eficácia - de aumentar algumas capacidades cognitivas humanas (memória, imaginação, percepção) (Lévy, 1999, p.172).

Em sua investigação sobre o cibercultura - que será novamente abordada a seguir - Lévy valoriza a possibilidade de troca que a rede de computadores proporciona para a sociedade. Em comparação com os meios de comunicação mais antigos, que exerciam uma comunicação de mão única, o ciberespaço não funciona sob o clássico modelo hierárquico, já que genuinamente seu conceito traduz uma produção colaborativa e plural. (Lévy, 1999) Assumidamente otimista, Lévy (1999, p.11) afirma que as tecnologias produzem vantagens, "se" bem utilizadas.

"Não quero de forma alguma dar a impressão de que tudo o que é feito com as redes digitais seja "bom". [...] Peço apenas que permaneçamos abertos, benevolentes, receptivos em relação à novidade. Que tentemos compreendê-la, pois a verdadeira questão não é ser contra ou a favor, mas sim reconhecer as

mudanças qualitativas na ecologia dos signos, o ambiente inédito que resulta da extensão das novas redes de comunicação para a vida social e cultural. Apenas dessa forma seremos capazes de desenvolver estas novas tecnologias dentro de uma perspectiva humanista." (Lévy, 1999, p.12)

O "se" de Lévy está exatamente hospedado na "perspectiva humanista" da citação acima. Apesar de representante da nova geração de integrados, o autor dedica o último capítulo de seu livro "Cibercultura" para responder a questionamentos sobre a natureza e atuação socialmente exclusiva do ciberespaço, reconhecendo esta lacuna em seu otimismo.

Do outro lado, claramente mais fatalistas, estão os apocalípticos. Como representante atual desta ala, Sfez (1997) considera as mudanças em curso como uma verdadeira ameaça ao mundo. Levanta, assim, a hipótese de que uma "nova razão" vem sendo introduzida na sociedade e exerce sobre ela "sábias manipulações". (Sfez, 1997, p.8) Esta "revolução das antigas técnicas do pensamento" é permeada por uma violência intelectual, um tipo de violência simbólica que segue exercendo um controle social invisível, tal qual defendido por Bourdieu. Assim como a Escola de Frankfurt, Sfez (1997) vê que o sujeito não assumiu o papel de ator e segue passivo, cego pela irresistível sedução da rede.

Para o autor, as tecnologias que funcionam como um meio de ligação que o avançado desenvolvimento tecnológico reclama são chamadas de "tecnologias do espírito". Estas são um conjunto de instrumentos conceituais coercitivos, onde a rede representa a nova forma de relação entre os indivíduos. (Sfez, 1997, p.7) Mas, se a rede é, figurativamente, um conjunto de circulações sem começo nem fim, permeada por múltiplos entroncamentos e caminhos, Sfez (1997, p.10) afirma que ela não é uma novidade: "Devemos desconfiar das apologias da modernidade e das práticas recomendadas por elas, apresentadas como novas sob o título de rede: é realmente do mesmo mundo que se trata, e a renovação diz respeito à racionalização da passagem."

Como tecnologia do espírito, a rede se impõe a todos, somada a mais três noções utilizadas pelos "profissionais do discurso" para "seduzir" as pessoas. Dentre as noções de tecnologia e técnicas de comunicação, juntam-se à rede o paradoxo e a simulação. "Sintoma de uma crise" vivida pelas sociedades que precisam decidir entre uma modernidade invasora e inevitável e a manutenção das tradições - que em si mesmas renegam a chegada da modernidade - o paradoxo representa a impotência que gera a perda da identidade do indivíduo. (Sfez, 1997, p.11) O que Sfez quer dizer é que, enquanto os meios de comunicação

tradicionais buscavam os conceitos absolutos e prezavam pelo princípio da não-contradição, atualmente tudo é relativizado. "O paradoxal é agora englobante." (Sfez, 1997, p.10)

Esta "confusão de pontos de vista" causada pela tendência atual de valorização do paradoxo, é uma herança da globalização e da confusão por ela gerada. (Sfez, 1997, p.8) É neste momento de caos que "simples técnicas" viram "tecnologias de visão totalitária". (*idem*) Também parte do jogo está a simulação, que é totalitária na medida em que tenta englobar toda a confusão de conceitos e conflitos, com o computador e suas tecnologias "simulando o real". (*idem*, p.12) Em comparação com a comunicação antiga e tradicional, a simulação contrapõe-se à ontologia, esta enquanto instrumento para teorizar metafisicamente o ser.

Por fim, o último elemento deste quadrilátero sugerido por Sfez, é a interação. Maciçamente popularizado e reproduzido nos últimos anos, o conceito é tomado por Sfez (1997, p.8) como um "excelente argumento de venda" que dissimula uma amizade entre o homem e a máquina. O autor acredita que a mecanização de alguns processos cognitivos, como a memória e a criatividade, reduziu estas mesmas capacidades no indivíduo - em total desencontro com as constatações de Lévy, que as considerava prolongadas pelos computadores. A interatividade é o "argumento de salvação" para esta questão, já que prega a expansão da criatividade do homem a partir da interação com a máquina e com outros usuários. Mas Sfez sublinha que esta interação não é neutra. (Sfez, 1997, p.14)

Concluindo a referência ao pensamento apocalíptico de Sfez sobre as novas tecnologias da informação e comunicação, vale citar o neologismo criado por ele e denominado de "Tautismo". "O tautismo é o mal absoluto, ameaçador, da sociedade da comunicação e das tecnologias da comunicação." (Sfez, 1997, p. 8) Numa contração dos vocábulos Tautologia - "repetição inútil da mesma ideia em termos diferentes, pleonasmos, redundância"⁷ - e Autismo - "estado mental caracterizado pela tendência a alhear-se do mundo exterior e ensimesmar-se"⁸ - Sfez cria uma palavra para descrever o efeito do fenômeno contemporâneo da "comunicação confusional".

Se muitos intelectuais defendem os benefícios da pluralidade e da dissipação da nova comunicação pela Internet, Sfez (1997, p.8), como já dito, dirá que esta confusão deu espaço para um processo comunicacional fechado e circular, onde os meios transmitem mensagens repetitivas, voltadas para si, produzindo um diálogo sem personagens e auto-reprodutivo. O meio, atuando através da metalinguagem, insere-se na mensagem e domina a comunicação, que já não está mais nas mãos do sujeito, mas antes privilegia a tecnologia.

7 <https://www.priberam.pt/dlpo/tautologia>

8 <https://www.priberam.pt/dlpo/autismo>

Inseparáveis e integrados entre si, o quadrilátero de Sfez (*idem*, p.15) – rede, paradoxo, simulação, interação - não dá escolha ao indivíduo. Se o autor afirma que não há hoje como saber se as transformações em curso são decisivas, para ele "a pós-modernidade trouxe o fim da comunicação" (Rocha, 2014).

A importância em analisar abordagens acadêmicas opostas entre si está em abrir o leque de questionamentos que devem ser feitos e levados em consideração atualmente, quando se pensa dentro do campo da comunicação. Tanto Lévy quanto Sfez cometem erros similares aos dos apocalípticos e integrados de Eco, que pensaram décadas atrás. A rapidez com que as mudanças vêm acontecendo após a era computacional faz com que os dois lados se completem, apesar de serem antagônicos. Em meio a esta dualidade de opiniões, quando escreveu sua obra, em 1984, Eco (1984, p.59) afirmava que não era utópico pensar em uma solução, e que esta seria uma intervenção cultural. Entretanto, ressalta que para cumprir este objetivo faz-se necessário o conhecimento do processo de produção da cultura.

"El problema de la cultura de masas es en realidad el siguiente: en la actualidad es maniobrada por "grupos económicos", que persiguen finalidades de lucro, y realizada por "ejecutores especializados" en suministrar lo que se estima de mejor salida, sin que tenga lugar una intervención masiva de los hombres de cultura en la producción." (Eco, 1984, p.59)

Também na tentativa de afastar-se das falhas teóricas de apocalípticos e integrados e abordar o tema sem cair em utopias ou apologias, Castells utiliza o método descritivo-informativo (Del Bianco, 2001) para analisar o contexto social e situar a atual revolução "em um processo histórico de desenvolvimento das forças produtivas".

"Neste início do século XXI estamos numa encruzilhada do desenvolvimento da sociedade em rede. Estamos a testemunhar uma crescente contradição entre relações sociais tradicionais de produção e a potencial expansão de forças produtivas formidáveis. [...] Contudo, sistemas sociais existentes travam a dinâmica da criatividade e, se desafiados pela competição, tendem a implodir." (Castells, 2005, p.29)

Um novo modelo de desenvolvimento, baseado nas TIC, foi moldado pelo modelo capitalista de produção, que passou por uma reestruturação no século XX, e foi denominado informacionalismo. A análise deste momento, cujas transformações ainda estão em curso, merece uma abordagem multidimensional, pois o informacionalismo conecta intimamente a cultura com as forças produtivas, tendo como base desse processo a comunicação mediada

por computadores. Na passagem da comunicação de massa à comunicação em rede, processo estudado por Cardoso (2009), a evolução tecnológica interferiu nos instrumentos de mediação lhes deram novos contornos. Entretanto, o aumento da centralidade dos media na sociedade se deu através do uso social que os utilizadores determinaram para as novas tecnologias, modificando o processo de mediação e transferindo poder para os meios e prioridade no cotidiano popular.

A inserção das TIC no dia a dia da população é a chave para entender o porquê das mudanças que determinaram a virada da era histórica. Por isso, a linha de análise desta tese, após todas as críticas e questionamentos acima levantados, irá considerar que mais importante que a tecnologia é o uso dado a elas pelos usuários. Também vale ressaltar que, independente de nomenclaturas divergentes entre sociedade da informação, do conhecimento ou em rede, considerar-se-á a importância da centralidade da informação e do modo de organização em rede em todos os campos da sociedade, que possibilitou a horizontalização do processo produtivo e permitiu o que Castells chama de "auto-comunicação de massa".

Este novo sistema de comunicação possui três grandes características:

"• a comunicação é em grande medida organizada em torno dos negócios de media aglomerados que são globais e locais simultaneamente, e que incluem a televisão, a rádio, a imprensa escrita, a produção audiovisual [...] Estes aglomerados estão ligados às empresas de media em todo o mundo, sob diferentes formas de parceria, enquanto se envolvem, a mesmo tempo, em ferozes competições. A comunicação é simultaneamente global e local, genérica e especializada, dependente de mercados e de produtos.

• O sistema de comunicação está cada vez mais digitalizado e gradualmente mais interativo. [...] Como o sistema é diversificado e flexível, é cada vez mais inclusivo de todas as mensagens enviadas na sociedade.

• Com a difusão da sociedade em rede, e com a expansão das redes de novas tecnologias de comunicação, dá-se uma explosão de redes horizontais de comunicação, bastante independentes do negócio dos media e dos governos, o que permite a emergência daquilo a que chamei comunicação de massa autocomandada. [...] A comunicação entre computadores criou um novo sistema de redes de comunicação global e horizontal que, pela primeira vez na história, permite que as pessoas comuniquem umas com as outras sem utilizar

os canais criados pelas instituições da sociedade para a comunicação socializante." (Castells, 2005, pp.23-24)

A imersão direta das tecnologias eletrônicas e digitais no campo da comunicação social cunhou uma nova realidade – ou uma nova apreciação da realidade – para a sociedade. Ou seja, a cultura supera a natureza e coloca-se para o homem como a principal representação do real. Através da simulação, fenômeno anteriormente criticado por Sfez, os produtos culturais passaram a ter a primazia no imaginário humano, ditando as representações que farão parte de seu cotidiano e que guiarão seus valores e relações. A realidade é recortada e editada de modo a contar novas histórias e narrativas, transmitidas ao público através da mídia.

"No sistema moderno de comunicação das sociedades ocidentais, seja baseado na transmissão oral ou na escrita, as informações eram simplesmente representadas, isto é, apresentadas ao receptor numa forma isenta e dinâmica ou de seu fluxo original, o que implica com principais recursos de linguagem a palavra e o conceito. Nesta esfera movem-se o livro e a imprensa clássica, caracterizada pela ideologia política das liberdades civis e do discurso crítico. Porém, com as tecnologias do som e da imagem, constituiu-se o campo do audiovisual, e o receptor passou a acolher o mundo em seu fluxo, ou seja, fatos e coisas rerepresentadas a partir da simulação de um tempo real, na verdade uma outra modalidade de representação." (Sodré, 2002, p.16)

O novo sistema que Sodré descreve tem ampla conexão e interrelação com o desenvolvimento das técnicas audiovisuais. "O audiovisual refere-se a toda a forma de comunicação sintética destinada a ser percebida ao mesmo tempo pelo olho e pelo ouvido. Esta linguagem está perfeitamente integrada no tempo e no espaço - o movimento acrescenta a dimensão temporal e casa-se com o som." (Cloutier, 1975, p.100 *apud* Alves, 2001)

A simulação da realidade pelos meios de comunicação e de cultura não é novidade, mas o alcance e abrangência que assumem na era pós-moderna trazem uma alteração qualitativa - além da óbvia mudança quantitativa – nas relações sociais. Conforme afirma Ferreira (2014, p.10), muitos críticos ainda veem "a paisagem da pós-modernidade e os novos media" transformando "os cidadãos das democracias em consumidores apolíticos, incapazes de distinguir entre as ilusões simulados pelos media e as duras realidades da sociedade capitalista que implicitamente escondem."

2.3. A consolidação do dispositivo midiático

Para entender a extensão desta perspectiva, faz-se necessário uma breve retrospectiva sobre a evolução dos meios tecnológicos que possibilitaram a centralização social da mídia. Aqui, a atenção estará focada no desenvolvimento técnico dos aparelhos de comunicação; pois os media estão em constante evolução tecnológica, mas a natureza das mudanças acaba sempre por refletir traços e características de tecnologias já existentes. Mas afinal, o que é continuidade e o que representa uma mudança radical no surgimento das tecnologias?

"[Por volta do início dos anos 80,] novas sementes começaram a brotar no campo das mídias com o surgimento de equipamentos e dispositivos que possibilitaram o aparecimento de uma cultura do disponível e do transitório: fotocopiadoras, videocassetes e aparelhos para gravação de vídeos, equipamentos do tipo walkman e walktalk, acompanhados de uma remarcável indústria de video-clips e video-games, juntamente com a expansiva indústria de filmes em vídeo para serem alugados nas videolocadoras, tudo isso culminando no surgimento da TV a cabo." (Santaella, 2003, pp.26-27)

Primeiramente, vale voltar novamente ao conceito de media, que desde a primeira metade do século XX passou a ser usado para designar uma realidade coletiva, através da figura dos meios de comunicação de massa. Na segunda metade do século, em 1953, McLuhan utilizou-se desta base para falar sobre novos media, associando o novo conceito a aspectos de natureza técnica. (Ferreira, 2014) Nas décadas seguintes, os intelectuais do campo debateram - e ainda debatem - a designação "novo" no termo, trazendo à tona a continuidade tecnológica que caracteriza a evolução dos meios de comunicação e coloca em causa o caráter de novidade de seus surgimentos. "A grande diferença em relação a outras revoluções tecnológicas do passado é que, na atual, a matéria-prima é a informação moldada pelo novo meio tecnológico que é o computador". (Del Bianco, 2004) Após o computador, o que mudou?

Deuze (2011, p.138) dirá que, de forma abstrata, a novidade percebida na condição humana contemporânea poderia ser melhor entendida como uma "experiência técnico-social da realidade". Ou seja, independente da conceituação acadêmica de "novo media", aqui o importante será perceber quais mudanças sociais foram trazidas pela chegada de novos elementos tecnodigitais para o cotidiano da sociedade. "*This argument builds on my earlier suggestion that media should not be seen as somehow located outside of lived experience, but rather should be seen as intrinsically part of it.*" (Deuze, 2011, p.138)

Isso acarreta no que Deuze (2011, p.138) irá chamar de "*media life*", uma realidade onde vive-se *nos media*, e não *com os media*. E esta será uma premissa para a análise da sociedade contemporânea ocidental e como ela se relaciona através dos meios.

A primeira mudança radical a ser considerada na sociedade contemporânea foi a chegada da Internet e suas variações. Como já dito no capítulo anterior, a sintetização do tamanho do computador, o barateamento do computador pessoal, a evolução e popularização da Internet e suas vias (cabo, fibra ótica, *wireless*) e a disponibilização da web ao grande público, através da WWW, são as origens para uma transformação social indiscutível, visto que alterou quantitativa e qualitativamente as noções de tempo e espaço, de troca de informação e descentralizou a comunicação. É a gênese da "*media life*" de Deuze e representa um momento onde a mídia está em todas as esferas da vida pessoal, profissional e pública de um indivíduo. O armazenamento, produção e gestão das informações básicas para vida social, antes preservados através da tradição oral e, posteriormente, da escrita em papel, agora dá-se de modo digital, através de aparelhos com tecnologia computacional, em grande parte conectados à rede. "A Internet é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores: é a rede que liga a maior parte das redes" (Castells *apud* Carneiro, 2012, p.3)

"A comunicação mediada por computadores tomou outra dimensão quando a Internet se tornou global e mais tarde comercial, o que levou à sua adoção massificada." (Pellanda, 2007, p.6)

Foi este o início da comunicação mediada por computador, que alguns denominam na sigla CMC. "Se anteriormente os grupos de pessoas centravam-se nos contextos de interação face a face, agora, a tecnicidade medeia a construção de novas práticas de interatividade através das diferentes linguagens dos meios." (Carneiro, 2012, p.3) Naturalizando-se entre os utilizadores individuais e entre empresas que prospectavam novas formas de se comunicar com seus públicos, a computação passou a estar presente em diversas ocupações cotidianas e a mediar estas atividades, assim como outras formas de tecnologias: "O nosso mundo é um mundo de comunicação mediada por tecnologias como o lápis e o papel, o telefone, a televisão e a Internet", apesar de não extinguir por completo o modelo tradicional de comunicação, já que "continua a ser também o mundo da comunicação face a face." (Cardoso, 2007, p.29)

"This mediation of everything is premised on the increasing invisibility of media which, in turn, makes media indivisible from (all aspects of everyday) life. The moment media become invisible, our sense of identity, and indeed our

experience of reality itself, becomes irreversibly modified, because mediated."
(Deuze, 2011, p.140)

O que Deuze quer dizer, ao falar da imperceptibilidade da mídia ao penetrar e alojar-se no dia a dia social, é que as pessoas já não reparam que estão a interagir e utilizar elementos que fazem parte do sistema midiático. Uma das razões para esta impercepção é o fato de que as mudanças ocorrem aos poucos, acumulando conhecimentos de hábitos anteriores. Como já foi dito, uma das principais apostas dos investidores quando do lançamento dos computadores pessoais era o entretenimento através dos jogos, utilizando uma experiência já socialmente bem-sucedida. Assim também aconteceu com os 'novos media', que surgiam coletando e reconectando características de meios e tecnologias já existentes. Afinal, "a idéia de sociedade em rede tem também implícita uma lógica de coexistência e de não-substituição imediata." (Cardoso, 2007, p.24) A mudança gradual é indispensável em sociedades desiguais entre si e em si, levando muito tempo para que todos sejam atingidos por igual.

Na simultaneidade dos momentos de transição, os meios acabaram por se fundir e as tecnologias foram integrando-se e complementando-se. Televisores com Internet integrada e telefones móveis com câmera de fotografar e filmar são apenas alguns exemplos dessa associação que hoje é chamada por alguns de multimídia. O termo "mídia" por si só já remete à pluralidade, à multiplicidade. (Pernisa, 2010) Multimídia seria, então, aquilo que "emprega diversos suportes ou diversos veículos de comunicação". (Lévy, 1999, p.63)

Por sugerir o uso de múltiplos suportes, Lévy (1999, p.65) propõe que o termo multimídia seja substituído por "unimídia", quando a intenção for referir-se à tendência atual de interconexão e convergência. Em um único meio já é possível encontrar reunidas múltiplas mídias, expandindo as funções do aparelho tecnológico e as possibilidades do utilizador. De qualquer forma, os termos multimídia e mídia já fazem parte do vocabulário popular, e "é possível entender que o termo mídia pode contemplar todos os meios de que trata hoje o universo da comunicação." (Pernisa, 2010)

Já Cardoso (2007:17) afirma que não há convergência, mas antes uma "articulação em rede" das mídias e de suas utilidades. E, assim, o autor defende a hipótese de que "o sistema de mídia se articula cada vez mais em torno de duas redes principais, que por sua vez comunicam-se por meio de diferentes tecnologias de comunicação e informação. Essas redes constituem-se respectivamente em torno da televisão e da Internet estabelecendo nós com diferentes tecnologias de comunicação e informação como o telefone, o rádio, a imprensa

escrita etc." As tecnologias tradicionais, como a imprensa escrita e a televisão, coexistem com a Internet na era digital, ainda com força considerável.

Apesar da tecnologia computacional ser uma "tecnologia definidora" (Oliveira, 1997, p.20) a televisão permanece sendo a principal fonte de informação da maioria da população. No Brasil, por exemplo, um levantamento buscando conhecer os hábitos de consumo de mídia da população brasileira em 2016 revelou que 90% dos brasileiros alegam se informar pela televisão, e, desses, 68% consideram seu principal meio de informação. A Internet aparece em segundo lugar neste ranking, sendo a principal fonte de informação de 26% da população. O relatório mostrou, então, que apesar da Internet receber ampla atenção do mercado, dos investidores e da própria mídia, grande parte da sociedade não se conecta para se informar.

Em seguida à Internet, jornais, revistas e o rádio foram citados como meios cotidianos de informação, prevalecendo o consumo de suas versões analógicas às digitais. Reflexo do que acontece no mundo, as dimensões brasileiras não permitiram um alastramento por igual das novas tecnologias da informação e comunicação. Desigualdades econômicas, sociais e geográficas fazem até hoje com que os meios e a informação atinjam as pessoas desproporcionalmente. Assim como a difusão radiofônica levou seu tempo para se espalhar, também a maior parte da população mundial não tem acesso à Internet, seja por falta de dinheiro para comprar um computador e pagar as tarifas de conexão, seja por ignorância e analfabetismo, ou mesmo por dificuldades de instalação da tecnologia devido a características geográficas.

Faz-se muito importante aqui uma ressalva. Este trabalho não ignora o fosso social que a globalização da informação vem agudizando. O acesso à informação, apesar de expandido democraticamente, não significa que está disponível a todos independentemente do contexto social em que está inserido; pelo contrário, não há mágica na transformação social que os media vêm construindo! (Lévy, 1999) Antes, ela termina por agravar ainda mais a desigualdade entre classes e regiões, a partir do momento que o saber e o conhecimento também ganham valor. Radical, Schiller (1996) já supracitado, revela que a *information inequality*, que gera lacunas sociais, serve também de ferramenta para o "Imperialismo Cultural" da qual os media fazem parte e que propagam os ideias capitalistas.

"Trata-se de evidências que não são escamoteáveis e para as quais os cidadãos dos países desenvolvidos não podem deixar de estar preparados, sob pena de, pura e simplesmente, serem marginalizados da sociedade por falta de meios legítimos de sobrevivência (trabalho legal)." (Oliveira, 1997, p.56)

Este é um problema de difícil solução, com muitos elementos envolvidos e, pelo impacto em curto e longo prazo na sociedade, merece toda a atenção das investigações científicas e acadêmicas. Entretanto, por razões de direcionamento, a presente investigação terá como amostra a parcela da população que utiliza computadores e a Internet diariamente, mais especificamente para consumo de informação, e são desse modo influenciadas. Trata-se, de maneira geral, de características da população letrada, ocidental, de centros urbanos, massivamente jovem e/ou intelectuais formadores de opinião. Mais especificamente, um reflexo da distribuição de consumo digital no Brasil, onde apenas 37 cidades representam quase 50% dos acessos à banda larga fixa no país - de um total de 5569 municípios brasileiros. Estes 50% são os que têm a vida mais atingida pelos novos media.

Trata-se da parcela da população que pode desenvolver o que hoje é chamado de "literacia dos media". Por literacia dos media entende-se "a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos media e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos."⁹ Ou seja, essa capacitação essencial para o indivíduo lidar de forma saudável com superexposição aos media, idealmente vinculada ao processo educativo, tem por objetivo "igualmente sensibilizar os indivíduos para o conjunto das mensagens mediáticas com as quais estes se vêem confrontados diariamente, visa ajudar a reconhecer como os media filtram as suas percepções e crenças, como influenciam as suas escolhas pessoais e, finalmente, como modelam a cultura popular." (Vieira, 2008, p.196)

A velocidade com que as características das sociedades mudaram e que a tecnologia dominou as atenções faz com que haja uma reflexão sobre o conteúdo transmitido no processo educacional tradicional e sua atualização face às novas necessidades de aprendizado. Para promover a inclusão social, a literacia dos media "reúne competências semióticas, técnico-instrumentais e, finalmente, interpretativas e culturais, que permitem o desenvolvimento do pensamento crítico e da capacidade para resolver problemas." (Vieira, 2008, p.195)

Segundo estudo da agência francesa ZenithOptimedia lançado em 2016, as pessoas passam 435 minutos por dia em atividades mediadas, seja ler jornais e revistas, ouvir rádio, assistir TV, ir ao cinema ou navegar na Internet. Em uma média de 71 países, incluindo o Brasil, descobriu-se que um indivíduo tem passado 7 horas e 15 minutos consumindo meios de comunicação. Levando em conta a atuação "invisível" da mídia levantada por Deuze, pode-se considerar este número ainda maior se considerar-se também o tempo em que as pessoas estão expostas à mídia sem perceberem ou sem mesmo desejarem.

9 <http://www.literaciamediatca.pt/pt/o-que-e-o-portal-da-literacia>

Muitos elementos foram sendo incorporados aos meios, tornando-os mais atrativos e funcionais. Os utilizadores ficam cada vez mais íntimos das interfaces, dominando suas linguagens e comandos. Esta intimidade dá-se por diversas razões ligadas à cognição e afetividade humanas, e como elas se relacionam com as realidades que lhe são apresentadas pelos meios. O principal elemento aqui considerado será a atração audiovisual das novas tecnologias.

Carlos Pernesá (2010) irá dizer que todos os meios digitais – sejam eles a própria rede (Internet), suportes óticos (CD-ROM, DVD, Blu-Ray) ou aparelhos analógicos que vêm se transformando em digitais (tv, rádio, fotografia) - utilizam-se da pluralidade como suporte, reunindo caracteres de som, imagem e texto. E, por isso, o autor diz que o termo multimídia pode perfeitamente ser substituído por "mídia digital".

A importância dos elementos audiovisuais no aparecimento de novas tecnologias e na mutação das antigas é tamanha que alguns autores chegam a chamar de "Revolução Audiovisual" (Franco, 1995; Winck, 2007), processo iniciado com o cinema. Franco (1995:50) dirá que para cumprir um papel de "equilíbrio humanizador" num contexto de revolução Industrial, onde a sociedade passava por um processo de mecanização da atividade humana, "o cinema transcende a simples exploração da nova tecnologia e cria uma linguagem, isto é, uma forma específica de comunicação. No início, até à década de 30, essa linguagem teve como suporte a articulação arbitrária de imagens, capturadas do real. A partir dos anos 30 se acrescentou o som e definiu-se o que hoje chamamos de linguagem audiovisual".

"Aceitando o princípio geral de que a comunicação humana se processa através de referências concretas, na ausência da coisa ou facto a melhor e a mais pertinente referência é uma representação visual da coisa ou facto. Como é do conhecimento geral, 80% da informação que recebemos é canalizada pela visão (Blanco, 1983). O visual é icónico e por isso se parece com aquilo que representa." (Oliveira, 1997, p.42)

Cientes do sucesso e efeitos do cinema no público, os meios posteriores a ele apropriaram-se da linguagem cinematográfica e também incorporaram o som e o vídeo em suas apresentações, desde a televisão até o momento em que os computadores deixaram de transmitir apenas textos e passaram a comportar também conteúdo de áudio e vídeo. A imagem em movimento recria a realidade ante os olhos da pessoa, enquanto o som complementa a experiência do "real", lhe conferindo credibilidade. "Quando nos sentamos

diante das telinhas ou telonas para usufruir do universo onírico de sons e imagens criados a semelhança e à revelia da realidade, abrimos todos os nossos sentidos para que nenhum detalhe nos escape." (Franco, 1995, p.51)

"A "opulência comunicacional", enunciada por Moles (1987) contribuiu para a formação de um homem "audiovisual e informático" (Oliveira, 1997:52). A comunicação audiovisual torna possível a emissão de múltiplas mensagens, exigindo do receptor o acesso a mais de um sentido. A famosa máxima de McLuhan sobre as mídias serem extensões do corpo humano desenvolve-se a partir do momento em que os meios de comunicação estimulam outros sentidos humanos, transformando-se em vias para o homem expandir suas capacidades.

"Any invention or technology is an extension or self-amputation of our physical bodies, and such extension also demands new ratios or new equilibriums among the other organs and extensions of the body. There is, for example, no way of refusing to comply with the new sense ratios or sense "closure" evoked by the TV image. But the effect of the entry of the TV image will vary from culture to culture in accordance with the existing sense ratios in each culture." (McLuhan, 1964, p.55)

A conhecida frase de que uma imagem vale mais que mil palavras é uma expressão popular daquilo que já foi comprovado cientificamente. Ao superar a limitação ao texto e introduzir a imagem na comunicação - desde a fotografia, passando pelo cinema e televisão, e chegando ao mundo digital - os meios expandiram o contato com os humanos e exigiram novas interações sensoriais. Fidalgo afirma que ao ler ou ouvir, o receptor da mensagem fica livre para imaginar já que esta é passada de forma indireta, e o emissor tenta usar argumentos para convencer o leitor/ouvinte. Já ao utilizar imagens, a mensagem apela para a percepção e, de forma direta, não precisa convencer o espectador, já que este pode ver por si próprio e concluir por si mesmo a informação que está sendo passada. "É neste ponto que a mais pobre reportagem televisiva suplanta a mais rica reportagem radiofónica. É preferível ver a imaginar." (Fidalgo)

Como já foi dito, os media tentam recriar a realidade e, assim, a visão é o sentido mais apropriado para o convencimento. "Quem vê e ouve não reflecte o que vê e ouve. Aqui a força do convencimento é a força do que entra pelos olhos dentro." (Fidalgo)

Diferentemente do cinema, a tv comporta conteúdos não-narrativos (Cádima, 1995) e isso trouxe elementos, que também seriam deixados de herança aos meios posteriores.

Umberto Eco (1984, p.336) destaca o marco do início das transmissões diretas, pois este será a característica da televisão que a distinguirá dos outros meios. Eco (1984, p.337) complementa:

"Ahora bien, con la toma directa televisiva se ha ido afirmando un modo de "narrar" los acontecimientos totalmente distinto: la toma directa manda a las ondas las imágenes de un acontecimiento en el preciso momento en que tiene lugar, y el director se halla, por un lado, obligado a organizar una "narración" capaz de ofrecer una exposición lógica y ordenada de cuanto ocurre, pero, por otro, debe también saber introducir en su "narración" todos aquellos acontecimientos imprevistos, aquellos factores imponderables y aleatorios que el desarrollo autónomo e incontrolable del hecho real propone."

Cádima (1995) dirá que "foi através do directo que surgiu um "modo de contar" os factos e de legitimar os acontecimentos totalmente diverso do que se vinha a fazer até então." E o autor complementa que "ao emitir as imagens de um acontecimento no momento da sua ocorrência [...] a televisão encontra a forma de mostrar o tempo na sua "durée", e isso era de facto novo. A simultaneidade e globalidade do directo vinha de facto organizar um novo espaço-tempo cujo registo é desde logo o da "telerealidade", registo onde velocidade e proximidade completam a ilusão do dispositivo "global" da televisão."

Escrevendo em 1984, Eco não poderia saber que a hibridação dos aparatos de telecomunicação expandiria a distinção da transmissão ao vivo para outros meios. O primeiro passo foi a miniaturização da câmara, de fotografar e, posteriormente, de filmar. "Com a facilidade de fazer imagens nos nossos dias, fotografia, vídeo, a simplificação, a miniaturização e portabilidade das respectivas câmaras, e o seu baixo custo, o uso da imagem universalizou-se e trivializou-se nos mais diferentes domínios da vida humana." (Fidalgo)

Após o exemplo da transmissão ao vivo da informação televisiva, os meios seguintes também apelavam para este recurso em busca de atingir "o princípio de realidade emergente, o regime de visibilidade e o contrato de credibilidade" que a televisão instituiu como padrões. (Cádima, 1995) A miniaturização dos circuitos elétricos transformou os aspectos tecnológicos. A câmara, a exemplo do telefone e do rádio, "foi produzida para uso doméstico e para milhões." (Briggs e Burke, 2006, p.158) Este pensamento já fazia parte do crescimento da sociedade capitalista de consumo.

O sucesso do telefone celular também assume responsabilidade na popularização do recurso de transmissão ao vivo. "O que chamamos de telefone celular é um Dispositivo (um artefato, uma tecnologia de comunicação); Híbrido, já que congrega funções de telefone, computador, máquina fotográfica, câmera de vídeo, processador de texto, GPS, entre outras; Móvel, isto é, portátil e conectado em mobilidade funcionando por redes sem fio digitais, ou seja, de Conexão; e Multirredes, já que pode empregar diversas redes, como Bluetooth [...], Internet (Wi-Fi ou Wi-Max) e redes de satélites para uso como dispositivo GPS." (Lemos, 2007, p.25 *apud* Coutinho, 2014, p.12)

A partir dos anos 2000 o termo "*smartphone*" popularizou-se, representando o aparelho telefônico que reunia capacidades e sistema operacional semelhantes ao de um computador pessoal. Este fenômeno que juntava em um mesmo aparelho diversas funções é chamado de "convergência" e Jenkins (2009, p.27) assim a definiu: "fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando."

Outros autores têm outras definições para o conceito de convergência ou o questionam, como inclusive já foi citado neste capítulo, mas o mais importante é a afirmação de Jenkins (2009, p.28) de que o fenômeno não acontece através dos aparelhos, mas sim "dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. "

Quanto mais funcionalidades os telefones celulares agregavam, mas criavam novas necessidades nos usuários e conquistavam novos adeptos do aparelho. Com modelos de variados tipos, adaptados para diversos públicos, o mercado de *smartphones* segue em contínua transformação, ditando novas tendências sociais. Segundo relatório oficial do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o IBGE, considerando cidadãos acima dos dez anos, o número de brasileiros que possuem telefone celular para uso pessoal aumentou 147,2% de 2005 para 2015, significando 78,3% da população do país nesta faixa etária.

A conexão dos *smartphones* à Internet é crucial para a utilização plena do potencial dos aparelhos e a evolução das tecnologias 3G e 4G, assim como da rede sem fio, o *wi-fi*, foi a chave para o sucesso. Segundo estudo da agência Zenith Media¹⁰ analisando o ano de 2016, o consumo de Internet via dispositivos móveis está aumentando, enquanto nos *desktops* vem

¹⁰ <https://www.zenithmedia.com/>

diminuindo, sendo já 71% do consumo de Internet via *mobile*. Segundo conclusão do responsável pela pesquisa, Jonathan Barnard, "*mobile technology is transforming the way people around the world consume media, and is expanding overall media consumption, it provides traditional media owners the opportunity to reach people and places they've never had access to previously, and gives consumers entirely new ways to find and enjoy compelling content.*"

A incorporação da câmera tanto no computador quanto nos telefones celulares, a convergência de meios e a disponibilização de modos eficazes de conexão com a Internet são os primeiros fatores a serem considerados nesta análise sobre a transformação social advinda de recursos audiovisuais. Numa segunda etapa, agora relacionada com o uso social das tecnologias, cabe referir e refletir sobre o surgimento das redes sociais e seu papel neste contexto.

"Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões." (Recuero, 2009, p.24)

Particularizando o conceito de rede de Castells para as redes sociais, pode-se determinar que os indivíduos representam os nós desta teia interconectada. Os indivíduos, envolvidos na rede, são atores sociais. Os elementos das redes sociais são os atores, que podem ser indivíduos, grupos ou instituições, e suas conexões, pensando nos modos de interação social e os laços por eles formados. (Recuero, 2009, p.24)

Dando suporte às redes estão os sites de redes sociais, "aqueles sistemas que permitem i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator" (Boyd & Ellison, 2007 *apud* Recuero, 2009, p.102) Recuero (2009, p.104), em obra dedicada ao estudo das redes sociais na Internet, distingue os sites de redes sociais em duas categorias: propriamente dito e apropriado.

O site de rede social propriamente dito é aquele cujo principal objetivo é expor seus participantes para promover o máximo de interação possível. Toda interação é, assim, pensada para a exposição no espaço público. A autora diz que é o caso do Facebook, Orkut, LinkedIn e

vários outros. Por outro lado, existem os sites de rede social apropriados, aqueles cujo objetivo principal não era ser uma rede social, mas foram assim apropriados pelos usuários. Como exemplo, Recuero cita o Fotolog, *weblogs* e o Twitter.

Com a inundação de sites e ferramentas que disponibilizavam espaço para a criação de novas redes sociais virtuais, inúmeros estudos e estatísticas sobre a área começaram a aparecer, e as redes sociais já viravam característica da nova sociedade pós-moderna e digital. Dentro da própria história da Internet, o surgimento e sucesso de algumas redes sociais representaram ponto de mudança qualitativa e quantitativa. As redes sociais foram a ferramenta que tornou os *smartphones* um ponto de contato entre o indivíduo e o social. (Coutinho, 2014, p.18)

"Podemos ver os primeiros anos da web como uma fase embrionária, evoluindo através de seus antepassados culturais: revistas, jornais, shoppings, televisões etc. Mas hoje já há algo inteiramente novo, uma espécie de segunda onda da revolução interativa que a computação desencadeou: um modelo de interatividade baseado na comunidade, na colaboração muitos-muitos." (Johnson, 2001 *apud* Costa, 2005, p.244)

O modelo de produção e distribuição da Internet reproduz-se nos produtos que são disponibilizados na web e, assim, prospera um padrão horizontal e "democrático". A liberdade de divulgação possibilitou um sem-número de conceitos, ideias e programas que se lançavam nas redes na tentativa de fazer sucesso e virar tendência. Este trabalho irá focar-se, a partir de agora no site de rede social Facebook, seu funcionamento e evolução.

Em 4 de Fevereiro de 2004 o jovem estudante Mark Zuckerberg lançava o *Thefacebook*, uma rede criada para que o novo universitário pudesse manter contato com seus amigos e colegas de escola. Tal qual a própria Internet, o Facebook nasceu de uma proposta de cunhos pessoal, para suprir necessidades de grupos pequenos e específicos.

Após algumas mudanças, o Facebook popularizou-se no grande público, já fora do círculo social de Zuckerberg e seus colegas universitários, e a partir de 2006 foi apresentado às massas e no início de 2017 já contava com um 1,94 bilhão de contas ativas¹¹, disparadamente o site de redes sociais com mais inscritos no mundo todo. No Brasil, terceiro

11 <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-chega-a-194-bilhao-de-usuarios-em-todo-o-mundo-no-1-trimestre-de-2017.ghtml>

país com mais acessos ao site - ficando atrás apenas dos Estados Unidos e a Índia - oito de cada dez brasileiros que conectam-se à Internet utilizam o Facebook.

O acesso às plataformas online vem sendo cada vez mais facilitado. O Facebook, por exemplo, não exige mais do que um simples cadastro para liberar a inscrição e o acesso; mas a opção de exigir um nome e email válidos para a criação de um perfil foi premeditadamente definida pela empresa para manter a segurança e credibilidade da rede. Apesar de não ser infalível, a cultura do Facebook é mesmo baseada na identidade verdadeira. "Uma vez que usamos nossos nomes reais no Facebook, podemos ser responsabilizados por aquilo que dizemos. Muitas pessoas na Internet se escondem por trás de um pseudônimo quando dizem algo desagradável, rude ou abominável, mas isso é mais difícil no Facebook." (Kirkpatrick, 2011, p.211)

A expressividade do Facebook se dá não apenas através de seu número de cadastros e acessos. Sua essência está na interação entre perfis (individuais, profissionais ou de comunidades), inicialmente possibilitada através do *like*, onde o usuário pode manifestar que gosta da publicação; do comentário, onde pode deixar público e por escrito o que pensa sobre aquela publicação, sem limite de caracteres e com auxílio linguístico-visual dos emojis; e através do compartilhamento, onde o usuário poderia assumir aquela publicação e divulgá-la também para a sua rede de amigos. Cada publicação, popularmente também chamada de *post*, exibe publicamente seus números de *likes*, comentários e compartilhamentos, tornando a mensuração da audiência facilitada e disponível a todos

Mas uma das principais características das redes é que elas são dinâmicas, e isso proporciona uma constante transformação. "Uma rede social, mesmo na Internet, modifica-se em relação ao tempo." (Recuero, 2009, p.79) No início de 2009, já com uma base de usuários gigantesca e com o site monetizado no mercado, o Facebook já era um sucesso, mas era exatamente isto que preocupava seu criador. Zuckerberg sabia que o crescimento de "níveis estratosféricos" só se manteria se o Facebook continuasse se atualizando e trazendo novidades, considerando seu produto ainda em fase de criação. Nos primeiros cinco anos, o site promoveu grandes mudanças: "A inclusão de fotos, a introdução do Feed de notícias e a expansão do serviço com a plataforma de aplicativos e as ferramentas de tradução – à sua própria maneira, cada uma dessas mudanças alterou profundamente o produto e transformou a experiência do usuário." (Kirkpatrick, 2011, p.291)

O Facebook tornou-se mais visual com a inclusão de fotos e perfis não-pessoais passaram a se proliferar pela rede. Marcas, instituições e veículos de comunicação passaram a

ver a rede social como uma nova forma de comunicar e interagir com seus públicos, de modo simples, gratuito e com uma proximidade informal. As características visuais do site despertavam desejo de exposição na nova vitrine social. Pelo uso social dado pelos usuários ao site, o Facebook também se tornou um ambiente para tomar conhecimento de notícias (através de *links* que direcionavam para as páginas das agências de notícia) ou informações, divulgadas muitas vezes no próprio *post*. Uma característica da rede, acostuada em interagir entre si, é buscar nela mesma saciar as suas necessidades. "Quando surge a necessidade de informação específica, de uma opinião especializada ou da localização de um recurso, as comunidades virtuais funcionam como uma autêntica enciclopédia viva. Elas podem auxiliar os respectivos membros a lidarem com a sobrecarga de informação." (Rheingold, 1996, p.82 *apud* Costa, 2005, p.245)

Com o objetivo de "intensificar a troca de informações entre os usuários" (Kirkpatrick, 2011, p.291), o Facebook passou por diversas tentativas e modificações efetivas no layout da interface. Os usuários estavam cada vez mais empossados do produto e opinavam cada vez mais sobre as alterações propostas pela empresa. O uso do Facebook já era massificado e, por isso, as pessoas sentiam-se no direito de opinar sobre seu futuro. Outras ferramentas começavam a trazer novas tendências para o mercado, como a diminuição dos textos testada no Twitter, ferramenta fundada em 2006 e que limitava o número de caracteres por mensagem em 140. O modelo de microblog do Twitter influenciou as mudanças seguintes no *feed* do Facebook, sendo que o novo fluxo de informações "era atualizado em tempo real (como o Twitter) e não se baseava em um algoritmo (o Twitter tampouco)". (Kirkpatrick, 2011, p.291) A ferramenta seguia a tendência da era da informação e permitia a personalização do conteúdo a ser visualizado, através das configurações escolhidas pelo próprio usuário.

Assim, o Facebook permitia que uma série de interações diárias e cotidianas fossem realizadas através de suas ferramentas. Em entrevista, Mark Zuckerberg previu em 2009 que "as pessoas precisarão levar com elas, o tempo todo, um dispositivo que estará [automaticamente] compartilhando." (Kirkpatrick, 2011, p.301) Este dispositivo se traduziria no telefone móvel, que em 2016 somou 1,15 mil milhões de acessos diários ao Facebook, tornando-se uma extensão dos usuários. Desde 2008 que a rede lançou um aplicativo para *smartphones* e facilitou o acesso *mobile*. Quanto mais pessoas envolviam-se na rede, outras mais percebiam diferentes potenciais de interação e também se associavam.

Em 2017 e ainda mantendo altos números de cadastros, interações e receitas, o Facebook pode ser considerado uma das plataformas online mais completa de sempre. A afirmação é do jornalista Rui da Rocha Ferreira, que enumerou algumas das razões que

sustentam tal asserção: "junta pessoas, empresas, marcas, anunciantes, suporta fotografias, vídeos, vídeos imersivos, tem uma ferramenta de mensagens instantâneas, tem ferramentas de analítica, permite criar eventos, permite criar grupos, permite avaliar restaurantes e outros estabelecimentos, permite fazer chamadas de voz e de vídeo, permite fazer compras..."¹² A empresa Facebook representa hoje um capital milionário e está internamente subdividida em categorias de trabalho em busca de inovações, como a realidade aumentada¹³.

Após uma abordagem mais geral, este trabalho irá ressaltar agora duas características essenciais para o exercício da cidadania que será proposta no capítulo seguinte. São elas a criação e compartilhamento de eventos e a liberação das transmissões ao vivo.

O recurso "eventos" esteve disponível desde o lançamento do Facebook para o grande público. Consiste basicamente em um recurso de agendamento que hoje apresenta possibilidades de adicionar data, foto de capa, localização (integrada com um serviço de GPS e mapas), descrição do acontecimento e convidar participantes. Ao utilizar a ferramenta para divulgar um evento, a organização consegue reunir as informações necessárias em um *link* que pode ser divulgado em qualquer tipo de outra comunicação.

Além disso, dentro da própria rede Facebook é possível convidar amigos, compartilhar o evento, além de lembretes feitos automaticamente pela ferramenta, destaques também automáticos e de acordo com as preferências do usuário e, como já foi instituído, é possível comprar espaços na plataforma. Como instrumento de comunicação, a ferramenta possibilita ainda atingir um público segmentado para a mensagem que está sendo transmitida. O tradicional método de compartilhamento de informação, popularmente chamado de 'boca-a-boca' pode ser traduzido atualmente no ato de compartilhar um *post* com os amigos no Facebook.

O aplicativo de eventos, juntamente com o de fotos, foram os primeiros a funcionar com a eficácia de distribuição idealizada por Zuckerberg. "Por "distribuição" ele queria dizer que, ao se conectar a seus amigos no Facebook, você estava montando uma rede, o chamado diagrama social, que poderia ser usada para distribuir qualquer tipo de informação." (Kirkpatrick, 2011, p.215)

Bem mais recente no Facebook é a funcionalidade de transmitir imagens ao vivo. O recurso já era comum em ferramentas exclusivamente dedicadas a esta função, como o

12 <https://www.futurebehind.com/facebook-buraco-negro-concorrencia/>

13 <http://exameinformatica.sapo.pt/noticias/mercados/2017-04-19-Facebook-esta-a-apostar-forte-na-Realidade-Aumentada>

Periscope e o Meerkat, e apresentava sucesso e atenção do público. Sempre atenta às tendências do mercado, em Agosto de 2015 a empresa lançou o recurso de *mobile live-streaming*, que em fase de teste esteve liberado apenas para celebridades.

A grande diferença da nova aplicação era permitir que o produto audiovisual gerado na transmissão ao vivo ficasse disponível na cronologia do perfil emissor. "VIPs can *start a Live broadcast that's posted to the News Feed, watch comments overlaid in real-time on their stream, and then make the recording permanently available for viewing.*"¹⁴ Em entrevista quando deste lançamento, o gerente do projeto Vadim Lavrusik declarou que em média 53% das visualizações ao vídeo se dá através de compartilhamento do link, o que provavelmente acontece após o fim da transmissão.

Após uma nova fase de testes com usuários populares nos Estados Unidos, em Fevereiro de 2016 a empresa liberou a ferramenta para mais 30 países e também para o sistema operacional Android (até então estava disponível apenas para iOS). Pensando na acessibilidade das pessoas com deficiência auditiva, em Junho do mesmo ano passou a permitir a inclusão de legendas no recurso ao vivo.

Buscando incentivar ainda mais a interação, a empresa evoluiu a ferramenta liberando mais reações à tradicional manifestação de *like* (são os ícones "Amei", "Haha", "Uau", "Triste" ou "Grr"), permitindo convidar amigos para assistirem a transmissão durante a mesma, incluindo os *lives* em destaques de acordo com os interesses do usuário e criando um espaço para armazenar e categorizar os vídeos derivados de *live-streaming*. Também lançado como novidade em Abril de 2016, estava o fato da tecnologia ter incorporado no replay os comentários que foram feitos na altura da transmissão. "O falatório durante as transmissões é parte importante da experiência, já que, de acordo com o Facebook, o "Live" recebe dez vezes mais comentários do que os vídeos normais publicados na rede social."¹⁵

Em Março de 2017, o Facebook Live deixou de ser um recurso exclusivamente *mobile* e passou a estar disponível também para computadores pessoais. Conforme Will Cathcart, vice-presidente de produto do Facebook, declarou ao site de notícias G1, "você não tem de ser um cinegrafista para captar algo sensacional."¹⁶

14 <https://techcrunch.com/2015/08/05/facescope/>

15 <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/videos-ao-vivo-no-facebook-ganham-reacoes-convites-e-canais-tematicos.html>

O Facebook eleva, assim, a comunicação pessoal a outro nível, criando novos parâmetros que ainda não foram testados ou analisados o suficiente para saber seus impactos em longo prazo. Em curto prazo, já existem relatos de utilização destes recursos com consequências muito além das redes virtuais e digitais, e esta será a análise feita a partir do próximo capítulo. O ciberespaço tornou-se um novo espaço para manifestação pública e organização cívica, e a cibercultura atinge uma parcela considerável da população, o que pode representar uma porta aberta para que as novas gerações procedam com mudanças sociais qualitativa e quantitativamente consideráveis, principalmente no campo da comunicação social.

3. A ciberdemocracia e a mídia livre

3.1. A cibercultura interconectada, coletiva e participativa

No primeiro capítulo foi abordada a relação entre o discurso e o poder, e como os meios de comunicação, ainda na fase mais embrionária, já demonstravam eficácia e importância nas disputas e relações sociais, através da formação da cultura de massa. O capítulo anterior tratou das mudanças qualitativas e quantitativas pelas quais as tecnologias da informação e do conhecimento passaram – e vêm passando – e quais as consequências dessas transformações para a sociedade. Durante esse processo de mudanças, e enraizado nele, a mídia virtual desenvolveu-se, ganhou significativo espaço da vida da população e atraiu a atenção dos detentores de poder econômico e político.

Através de alterações nos meios de produção, consumo e distribuição da comunicação é que a cultura virtual foi aparecendo entre as manifestações de cultura de massa. Como em todo processo histórico, não houve um acontecimento estanque para este momento; pelo contrário, a transição foi lenta e até hoje ambas as culturas existem de modo concomitante. O período de transição, onde a lógica massiva foi sendo questionada e superada e as sementes da cultura virtual começaram a ser plantadas, foi chamado por Santaella (2003, p.24) de “cultura das mídias”.

Tendo a cultura das mídias como intermediária, a cultura virtual herdou dela diversas características e conhecimentos, num "processo cumulativo de complexificação" (Santaella, 2003, p.25), apesar de ter sofrido consideráveis mudanças, principalmente pelo desenvolvimento técnico. Sobre estas mudanças, Lévy (1999, p.25) dirá que a tecnologia condiciona a sociedade, e não a determina. "A multiplicidade dos fatores e dos agentes proíbe qualquer cálculo de efeitos deterministas." (Lévy, 1999, p26)

Também fugindo de uma abordagem determinista tecnológica, o presente trabalho tem como principal ponto de análise o uso social que as pessoas empregaram às técnicas, pois este é o principal ponto de partida para entender os rumos que a sociedade vem tomando. A análise deste último capítulo será focada exatamente na cultura virtual, já que esta representa um dos aspectos mais palpáveis da sociedade contemporânea. Aqui, cultura virtual será tratada como sinônimo de cibercultura.

Santaella (2003, p.28) acredita que esta nova manifestação cultural nos coloca tanto "no seio de uma revolução técnica", quanto em meio a "uma sublevação cultural", fomentado pela popularização e barateamento das tecnologias computacionais.

A partir dos anos 80, a multiplicação da mídia resultou, dentre outros fatores, da convergência entre meios, que se misturaram tanto a nível de equipamentos, como a nível de linguagem. Apesar da manutenção e sobrevivência da cultura de massa e da cultura de mídias, a cultura virtual assumiu um espaço de destaque na vida do cidadão comum nos últimos anos. "A virtualidade", dirá Lévy (1999, p.46), "compreendida de forma muito geral, constitui o traço distintivo da nova face da informação."

"É virtual toda entidade "desterritorializada", capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular." (Lévy, 1999, p.47)

Essa "desterritorialização" pode ser melhor entendida através do termo cunhado para designar "o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores" (Lévy, 1999, p.17), o Ciberespaço. Podendo ser popularmente chamado de rede, Lévy (1999, p.17) dirá que "o termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo".

O termo surge para ajudar na organização das novidades que vinham surgindo, pois o virtual e o digital traziam mudanças de parâmetros para a humanidade, como ao não ocupar um espaço físico. "O virtual existe sem estar presente." (Lévy, 1999, p.48) Conforme as tecnologias foram evoluindo, também foram transformando o cotidiano, as relações e a vida social. Como uma sociedade está sempre condicionada pelas técnicas produzidas na sua cultura, Lévy (1999, p.25) acredita que o desenvolvimento do ciberespaço é correlato à "evolução geral da civilização".

Com estas transformações e novas possibilidades, nota-se claramente uma série de indicativos de mudança de comportamento na sociedade. O modo de consumo da informação e do conhecimento se modificou na essência daquilo que era central quando do advento das mídias de massas: a capacidade de comunicar a mesma mensagem para milhões de pessoas ao mesmo tempo. Apesar do incrível benefício da abrangência e alcance da comunicação, ela também continha um elemento homogeneizante que mereceu duras críticas e análises, conforme já discutido no primeiro e segundo capítulos.

A chegada da era virtual e a emergência do ciberespaço trouxeram a capacidade de separação do conteúdo veiculado pela mídia em relação ao público, assim como a audiência também ganhou a possibilidade de escolher o que assiste. Nas palavras de Santaella, as "tecnologias, equipamentos e as linguagens criadas para circularem neles [os meios virtuais] têm como principal característica propiciar a escolha e consumo individualizados, em oposição ao consumo massivo", e a autora complementa: "Foram eles que nos arrancaram da inércia da recepção de mensagens impostas de fora e nos treinaram para a busca da informação e do entretenimento que desejamos encontrar." (Santaella, 2003, p.27)

O individualismo a que Santaella se refere começa com o acesso individualizado, característica possível após a popularização dos computadores pessoais, e com a propagação dos "aparatos hiper-individuais de acesso" (Pellanda, 2007, p.2), como celulares e tablets. As mídias digitais já não eram consumidas do modo tradicional que as primeiras mídias imprimiram: em coletivo, em família, já que muitas vezes só havia um aparelho na casa, de rádio ou tv, por exemplo. Com a individualização dos aparatos de comunicação e consumo de mídia, cada pessoa pode consumir sozinha o que desejar bastando um fone de ouvido para isolar quase todos os seus sentidos em um único ponto de atenção.

"A mídia personalizada era um dos ideais da revolução digital, no início dos anos 1990: a mídia digital iria nos "libertar" da "tirania" dos meios de comunicação de massa, permitindo-nos consumir apenas conteúdos que considerássemos, pessoalmente, significativos." (Jenkins, 2009, p.338)

Além de poder assistir *o que* quiser, à audiência também foi permitido consumir diversas mídias *onde* quiser. Assim como a "personalização do consumo midiático viabilizado pela digitalização da informação" (Negroponte, 1995 *apud* Pellanda, 2007, p.3) a mobilidade também foi um fator fundamental para as mudanças. "Um dos efeitos mais claros em relação à mobilidade da Internet é o incremento da quantidade de interações, comunicações e fluxo de informações que este novo tipo de conexão com o ciberespaço pode proporcionar. (Pellanda, 2007, p.3)

Estes elementos são características que anunciam uma nova cultura, a Cibercultura. O termo é um neologismo que designa "o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço." (Lévy, 1999, p.17) O desenvolvimento destas técnicas, diretamente proporcional à atenção que o ciberespaço vinha ganhando do público, culminou no sucesso da comunicação *mobile*. O aparelho telefônico móvel tornou possível a quase todo

mundo carregar no bolso inúmeros dispositivos convergidos em um único objeto. "A potencialidade de se possuir um Google portátil pode ser um agente modificador significativo da cibercultura." (Pellanda, 2007, p.9)

Sobre a cibercultura, Lévy (1999) destaca seus três principais alicerces, a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. Passa-se à análise destes elementos:

A cibercultura, com sua essência universalizante, "tende à interconexão geral das informações, da máquinas e dos homens" (Lévy, 1999, p.113) e esta interconexão entre computadores é dialógica, atuando local ou globalmente. Como um prolongamento da interconexão, dirá Lévi (1999, p.127), estão as comunidades virtuais, que se desenvolvem a partir da ligação entre computadores. "Uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais." (Lévy, 1999, p.127)

Essa associação de pessoas em diferentes partes do globo, conectadas através da Internet, constitui comunidades virtuais que podem utilizar plataformas únicas ou comuns para hospedar suas comunicações. É o caso das redes sociais e, com especial interesse, do Facebook. Lévy (1999, p.130) escreveu em 1999 que uma comunidade virtual não podia ser percebida como ilusória ou irreal, mas antes trata-se "simplesmente de um coletivo mais ou menos permanente que se organiza por meio do novo correio eletrônico mundial"; em 2017 pode-se afirmar que o Facebook ocupa, dentre as relações virtuais de maior aderência do público, um lugar de destaque nas sociedades contemporâneas.

"A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. O apetite para as comunidades virtuais encontra um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. As comunidades virtuais são os motores, os atores, a vida diversa e surpreendente do universal por contato." (Lévy, 1999, p.130)

3.2. A arena pública do Facebook

O poder dos meios de comunicação e sua função na constituição da opinião pública já estava comprovado desde as mídias de massa dos séculos XIX e XX. "No século XX", completa Lévy (1999, p.129), "o rádio (sobretudo nos anos 30 e 40) e a televisão (a partir dos anos 60) ao mesmo tempo deslocaram, amplificaram e confiscaram o exercício da opinião pública." Na concepção habersiana, foi o despontamento dos conglomerados de comunicação de massa e a crescente consistência do capitalismo, através da difusão da cultura do consumo pela mídia, que esvaziaram a esfera pública e iniciaram sua decadência. (Fernandes e Oliveira, 2011, p.119)

Num momento de transição e do surgimento de novos elementos, a cibercultura trouxe o debate público para o centro do ciberespaço. Mesmo que não consiga atingir toda a população mundial, como já foi admitido algumas vezes neste trabalho, a parcela das populações democráticas que está conectada à Internet encontrou ali um espaço para debater os assuntos públicos que considera de maior relevância para a vida pessoal e coletiva. Para Habermas, na esfera pública o fluxo da comunicação é fluido e disperso, com tendência a destacar os temas de maior debate entre a comunidade e, assim, "a esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões" (Fernandes e Oliveira, 2011, p.119)

Disposto em forma de rede, encontra-se um ambiente dialógico e espontâneo que se camufla no cotidiano popular até parecer o mais natural possível. O Facebook assume o papel que na Grécia Antiga era marcado pela ágoras, literalmente um lugar de reunião e debates públicos. Os problemas cotidianos dos cidadãos comuns ganham visibilidade e suas opiniões ganham corpo e representatividade. "É nesse espaço, possibilitado pela comunicação, que sujeitos vão colocar seus pontos de vista, suas experiências e perspectivas do que acham justo e tentar convencer os outros da validade de seus propósitos." (Fernandes e Oliveira, 2011, p.125)

Ao falar da sociedade civil, Habermas afirmou que esta é composta por "movimentos, organizações livres, não estatais e não econômicas, os quais captam os ecos dos problemas sociais que ressoam nas esferas privadas, condensam-nos e os transmitem, a seguir, para a esfera pública política" (Fernandes e Oliveira, 2011, p.126); a semelhança com a Internet, enquanto potencial instrumento de democratização da informação, faz com que hoje defenda-se que a web é um novo espaço de atuação e formação da opinião pública, e as comunidades virtuais têm importante função em associar indivíduos através de suas experiências, valores e

anseios, o que será traduzido em organizações virtuais e/ou físicas em busca de objetivos comuns. "A sociedade civil busca traduzir as experiências privadas em apelos políticos válidos e discutíveis na esfera pública mais geral, capaz de modificar as decisões tomadas nos centros do poder." (Fernandes e Oliveira, 2011, p.126)

Para Lévy (1999, p.131), as pessoas reúnem-se em comunidades virtuais com o objetivo de chegar perto de um ideal de inteligência coletiva. Aproximam-se de pessoas com interesses e visões em comum buscando uma troca de informações que os faz tanto adquirir novos conhecimentos, quanto compartilhar suas próprias experiências e pontos de vista. Trata-se da clara atuação dos novos atores sociais emergentes das mídias de massa e suas propostas de interação, mas agora com uma proposta interativa virtual que de fato promove e incentiva a participação de todos (ao contrário dos períodos históricos que limitavam às elites a participação nos debates políticos e intelectuais).

"A inteligência coletiva é uma inteligência variada, distribuída por todos os lugares, constantemente valorizada, colocada em sinergia em tempo real, que engendra uma mobilização otimizada das competências. Assim como a entendo, a finalidade da inteligência coletiva é colocar os recursos de grandes coletividades a serviço das pessoas e dos pequenos grupos - e não o contrário. É, portanto, um projeto fundamentalmente humanístico, que retoma para si, com os instrumentos atuais, os grandes ideais de emancipação da filosofia das luzes." (Lévy, 1999, p.202)

A participação coletiva é tão importante no conceito de esfera pública de Habermas por ser o que a torna num ambiente deliberativo, de questionamentos, ponderações e argumentos e, atualmente, o ciberespaço vem ganhando contornos semelhantes. A cibercultura, vale acrescentar, ainda enriquece o debate a partir do momento que fornece aos participantes "habilidades cognitivas, oportunidades de aprendizagem, escrutínio crítico e motivação para a ação." (Fernandes e Oliveira, 2011, p.13)

A noção de coletividade, embora não seja nenhuma novidade, reacende na sociedade a partir da imersão no ciberespaço. Além das atividades diárias e cotidianas que já se podem realizar via web, a Internet também despontou como uma alavanca às relações intrapessoais, desde o início de seu conceito, como já foi visto. O incentivo à troca e ao relacionamento com o outro pode ser percebido em quase todas as instâncias online; mesmo sozinho, é possível disputar *games* com outras pessoas, conversar com amigos ou desconhecidos, marcar encontros amorosos, ouvir música em conjunto, desenvolver projetos, debater assuntos, e uma

infinitude de ferramentas, sites e aplicações que em geral estimulam - e muitas vezes necessitam de - as relações sociais. Seja com o intuito de agregar ou de selecionar, a cibercultura amplificou de modo nunca antes visto na história as possibilidades de contato interpessoal que as pessoas podem ter, ainda que a introdução do consumo individual e da personalização criem um visível efeito paradoxal. As gerações de 'hiperconectados'¹⁷ estão constantemente focadas em seus ecrãs individuais durante suas atividades cotidianas, nomeadamente nos *smartphones*; mas os números de audiência das ferramentas de redes sociais mostram que a maior parte do tempo os telefones móveis conectados à Internet são usados em plataformas de relacionamento interpessoal. Apesar das pessoas terem muito mais opções para se entreterem sozinhas, o uso prático das mídias sociais digitais mostrou que na maioria das vezes as pessoas escolhem buscar conexões com pessoas, conhecidas ou desconhecidas, através do mundo virtual. "Para a cibercultura, a conexão é sempre preferível ao isolamento. A conexão é um bem em si." (Lévy, 1999, p.127)

As possibilidades de troca e construção coletivas são tão incomensuráveis, que Lévy diz no trecho supracitado que a inteligência coletiva tem caráter "fundamentalmente humanístico", comparando o fenômeno ao movimento iluminista e fundamentando o conceito no imprevisível campo das relações pessoais sociais e da participação individual. Sendo o suporte que reúne, mistura e prolifera as competências pessoais no coletivo, a inteligência coletiva acrescenta à esfera pública o desenvolvimento da percepção crítica, fácil aquisição de conhecimento e um incentivo à ação. Todos esses fatores multiplicaram a participação popular em assuntos de interesse público - bem como privado - e, hiperbolicamente, aumentam a quantidade de opiniões e assuntos no debate público.

O Facebook, da atual forma em que vem sendo utilizado, personifica a cibercultura, de acordo com os três princípios levantados por Lévy - a interconexão, as comunidades virtuais e a inteligência coletiva. Em constante ampliação e transformação, a plataforma engloba cada vez mais aplicativos - Instagram, Snapchat, Whatsapp - e disponibiliza cada vez mais ferramentas - compartilhamento de arquivos, *live streaming*, detecção de notícias falsas - de modo a ganhar centralidade no cotidiano digital dos usuários. Habermas, em seus últimos trabalhos, passou a assumir a dissolução de uma única e totalizante esfera pública, admitindo "a existência de arenas sobrepostas e conectadas, supranacionais, nacionais, regionais e

¹⁷ Para saber mais sobre o assunto, ler Taboada, Lucía. Hiperconectados. En una relacion estable con Internet. Zenith, 2015

locais." (Fernandes e Oliveira, 2011, p.125) O Facebook é atualmente uma destas arenas públicas.

Apesar dos vastos tipos de uso que hoje em dia são dados ao site (como entretenimento, fonte de conhecimento e informação, ferramenta de marketing, profissionalmente e etc.), o foco deste trabalho está na facilitação do debate e mobilização popular sobre os assuntos de interesse do povo.

"Na esfera pública, as minorias tentam defender-se da cultura majoritária, contestando a validade do auto-entendimento coletivo, e se esforçando para convencer públicos amplos da pertinência e justiça de suas reivindicações. É nesse espaço, possibilitado pela comunicação, que sujeitos vão colocar seus pontos de vista, suas experiências e perspectivas do que acha justo e tentar convencer os outros da validade de seus propósitos." (Fernandes e Oliveira, 2011, p.125)

O fato do Facebook ter ganho o status de fonte de informação, através das matérias 'oficiais' publicadas pela imprensa e linkadas nos *posts*, e incentivar a interação sobre aquele assunto e reuni-las em um mesmo sítio, faz com que várias etapas da comunicação se comprimam e aconteçam de imediato. Imediatamente ao momento em que se depara com uma notícia ou informação, o usuário pode comentar deixando a sua opinião para o emissor e tornando-a pública, ao mesmo tempo em que pode ler o comentário das outras pessoas, conhecidas ou não, buscar na Internet novos argumentos ou informações, criar um evento de manifestação pró ou contra o assunto e etc. Em poucos minutos uma informação pode atingir alcances e patamares gigantescos, sem nenhuma centralização de poder sobre a situação. Estes são os ingredientes para as últimas grandes movimentações sociais e populares desta década.

Por movimentos sociais, pressupõe-se "a existência de um processo de organização coletiva e se caracteriza pela consistência dos laços, identidades compartilhadas, certa durabilidade e clareza não só no uso de táticas (mobilizadoras, comunicativas, civiljudiciais etc.), mas também nas estratégias, como aquelas envolvendo um projeto amplo de sociedade, ou pelo menos, propostas de programas para determinados setores." (Peruzzo, 2013, p.76) Oliveira e Fernandes (2011, p.126) dirão que "os movimentos sociais são exemplos de como a sociedade civil e seus atores podem organizar-se e lutar por aquilo que consideram mais justo, apresentando novos padrões de aceitação cultural, de formação de identidade e de distribuição das riquezas."

Ao se reconhecer como portadora de direitos e, por isso, apta a reivindicá-los, a sociedade apela para a base da democracia. Com seu destino "intimamente ligado" ao da opinião pública (Lévy, 1999, p.129), a democracia atual ganha reforço de seus valores também no ciberespaço, através da ciberdemocracia. Sem censura prévia, a interconectividade, a interatividade e a comunicabilidade da Internet criaram um ambiente de livre circulação de ideias e conteúdos que, além de servir de arena de debate e troca de ideias, também possibilita a reunião, organização de eventos e a mobilização efetiva de movimentos sociais.

"If the term democracy refers to the sovereignty of embodied individuals and the system of determining office-holders by them, a new term will be required to indicate a relation of leaders and followers that is mediated by cyberspace and constituted in relation to the mobile identities found therein." (Poster, 2001, p.112)

A nova distribuição em rede e a descentralização do discurso provocaram mudanças na raiz do conceito democrático, que pressupõe a divisão do poder igualmente. Atualmente, o conceito de democracia é centrado na informação e esta está cada vez mais disseminada e disponível para todos. *"If information can be more complete, more widely disseminated, more easily tapped into by citizens at large, than democracy can flourish."* (Schudson, 2004, p.49)

No que tange à distribuição da informação, a esfera pública e o campo político vêm sendo colonizados pela mídia (Cardoso, 2007, p.319) e também a mídia faz parte do processo de mudanças na perspectiva democrática. Ao detectar os sinais de um novo regime político, fala-se de uma "democracia da mídia". Assim, o atual processo político apresenta-se de duas formas: "por um lado, a forma como a mídia representa o campo político de acordo com as suas próprias regras, e, por outro, o modo como a política é transformada como resultado da sua submissão ao poder dessas regras." (Cardoso, 2007, p.319)

Os princípios presentes no ideal democrático, de igualdade e de participação ativa, também estão presentes no conceito de Habermas sobre esfera pública. (Miswardi, 2015, p.5) Está na gênese das mídias virtuais e digitais, dirá Ferreira (2014, p.9), "um objetivo não dissimulado" de reparar os estragos causados pelos meios de comunicação de massa. Nesta mesma direção, Schudson (2004, p.49) dirá que as mídias digitais realçam a democracia. *"The opportunity for freedom of expression on the Internet also allows for greater participation in politics. Although traditional media once limited articles to those who worked in television,*

newspaper and radio, the Internet now offers the opportunity for user-created content."
(Miswardi, 2015, p.5)

Democracia não é um bem, que pode ser vendido ou comprado; *"it is more like a philosophy, a way of life, and a lens for addressing social concerns. It is less like a noun and more like a verb, an active – not passive - verb."* (Schudson, 2004, pp.70-71) A cultura participativa é um novo modelo de produção cultural que se aplica sobre a sociedade a partir do advento da web e contrasta com a passividade com que o público recebia as mensagens na era das mídias de massa. As redes sociais, dirá Recuero (2009, p.114), fornecem apenas o capital social mais básico, dependendo da participação ativa dos usuários para aprofundar laços e instituir novos valores.

O Facebook modificou o modo das pessoas se comunicarem e interagirem e isto já atinge quase todas as camadas de instituições sociais, incluindo a política. Com a disseminação e a facilitação do acesso à informação, a nova geração 'hiperconectada' cresceu acostumada a acompanhar os escândalos políticos e ficou muito mais difícil para as pessoas públicas manterem seus deslizes longe da ciência da população. A partir do momento que as pessoas são confrontadas com notícias comprovando a exploração dos setores dominantes sobre os mais pobres e as minorias, há um despertar para a cidadania que resulta na busca ou exposição permanente a todas as informações de destaque na mídia.

Se todos sabem da notícia, ela vira fonte de debate e argumentações intermináveis, que variam de piadas até posicionamentos ultra-radicais. Atrás da tela de um computador, a nova geração se acostumou a se expressar publicamente, abdicando muitas vezes da própria privacidade. A necessidade de se posicionar sobre todos os assuntos polêmicos vem da necessidade do reconhecimento dos outros, sempre presente no convívio social, mas que agora se apresenta no mundo virtual. "A recompensa (simbólica) vem, então, da reputação de competência que é constituída a longo prazo na "opinião pública" da comunidade virtual." (Lévy, 1999, p.128)

Por isso, Kirkpatrick (2011, p.21) em livro dedicado à análise do Facebook afirma que a plataforma "está alterando a natureza do ativismo político e, em alguns países, está começando a afetar o processo da própria democracia. Já não é apenas um brinquedo para estudantes universitários." Na mesma obra, o autor (2011, pp.280-281) relata as palavras de Jared Cohen, integrante da equipe de planejamento estratégico de políticas do Departamento de Estado norte-americano, que afirma estarmos vivendo uma "democracia digital" e ainda

que o "Facebook é uma das ferramentas mais orgânicas para a promoção da democracia que o mundo já viu".

"Emerge do mundo concebido como transmissão generalizada de mensagem em tempo real, um ethos catártico e imaginariamente redentor da miséria e exclusão social, que tende a agravar-se com a nova economia-mundo, tendencialmente excludente e restritiva da expansão da cidadania formal. O ciberespaço, a cibercultura, a ordem comunicacional advém na forma de um mundo paralelo investido de uma moralidade utópica, que sugere formas compensatórias de solidariedade, oscilantes entre uma religiosidade indefinida e uma interatividade democratista entre indivíduos virtualmente próximos, [...]". (Sodré, 2002, p.81)

Santaella (2003, p.30) explica que, como criações humanas, as mídias e tecnologias digitais são genuinamente paradoxais. Pode-se complementar as características dos novos meios com o pensamento de Lévy (1999, p.29) que afirma que o desenvolvimento da inteligência coletiva no ciberespaço aumentou a velocidade das transformações tecnossociais e daí as pessoas sentem cada vez mais necessidade de participar ativamente na cibercultura, para não serem excluídas. Ao mesmo tempo que é descentralizadora, a ciberdemocracia é também participativa e emancipadora através da inteligência coletiva. Mas a importância de todo este processo vai além do campo virtual.

“Se bem que as articulações parecem começar nas redes sociais da Internet, se convertem em movimentos ao ocupar o espaço urbano. Seja mediante a ocupação permanente [prolongada] de praças públicas ou por manifestações continuadas” (Castells, 2012: 212). O mesmo autor ainda reforça a ideia que o movimento “se faz sempre mediante interações entre o espaço de fluxos da Internet e as redes de comunicação sem fio, os espaços dos lugares ocupados e dos edificios simbólicos, objetivo das ações de protesto” (2012: 213). O que significa que o ciberespaço mais o espaço urbano criam, para o autor, um terceiro espaço: o “espaço da autonomia, a nova forma espacial dos movimentos sociais em rede” (Ibid.). (Peruzzo, 2013, p.88)

A comunicação mediada pelo computador transformou imensamente os modos de organizar, conversar, identificar e mobilizar socialmente. (Recuero, 2009, p.14) Dentre as tantas formas de manifestação política existentes até hoje na história, é inegável a representatividade que a Internet ocupa atualmente no conceito de cidadania. Tais quais as

arenas públicas das eras passadas, o ciberespaço funciona como o ambiente perfeito para criar, compartilhar, construir em conjunto, debater, organizar e até mesmo vender ideias.

A mobilização social via mídias digitais é lembrada por Recuero (2009), que cita como exemplos a alavanca das mídias digitais à campanha eleitoral de Barack Obama nos Estados Unidos e a tragédia natural que assolou a cidade brasileira de Santa Catarina, que resultou na mobilização popular via Twitter para angariar fundos de ajuda para vítimas. Muitos são os objetivos implícitos e explícitos que reúnem pessoas através de seus perfis virtuais, em torno de um ideal, metas ou de uma discussão. Acontecimentos que impactam grande parte da sociedade (como aumento de impostos, redução de direitos trabalhistas, criminalização das drogas, etc.) ou que prejudicam grupos minoritários tendem a servir de estopim para o debate de algum assunto e centralizam a atenção das pessoas naquele tópico.

Movimentos sociais, já acima conceituados, são "parte da realidade social na qual as relações sociais ainda não estão cristalizadas em estruturas, onde a ação é portadora imediata de tessitura relacional da sociedade e do seu sentido" (Melluci, 1994, p.190 *apud* Gohn, 1997, p.12) e é isso que traz a noção de Habermas de que representam a possibilidade de mudanças. No passado, a maioria das mobilizações sociais que resultaram em manifestações com consequências reais foi organizada por grandes grupos e organizações político-sociais, como por exemplo as greves organizadas pelos sindicatos; na era virtual, sem a necessidade de imponentes e decisivas lideranças previamente estabelecidas, os movimentos sociais via ciberespaço "nascem a partir de algum acontecimento marcante que passa a ser fator de agregação nas redes virtuais". (Peruzzo, 2013, p.83)

"As mídias e redes sociais virtuais (YouTube, Flickr, Facebook, Instagram, Twitter etc.) se constituem em canais de informação, em ambientes comunicacionais, em pontos de encontro, enfim, em redes e, às vezes, até em comunidades, que facilitaram os relacionamentos (entre os que estão conectados), a articulação entre as pessoas e as ações conjugadas (acertos de dia, local e hora para encontros presenciais)." (Peruzzo, 2013, p.79) Além do poder de viralizar e multiplicar a repercussão e adesão através da cibercultura, os movimentos sociais "são exemplos de como a sociedade civil e seus atores podem organizar-se e lutar por aquilo que consideram mais justo, apresentando novos padrões de aceitação cultural, de formação de identidade e de distribuição das riquezas." (Fernandes and Oliveira, 2011, p.126) Por isso, Lévy (1999) defende que antes de comunidades virtuais, estas são as nossas "comunidades atuais".

A importância está em perceber e aceitar "a diversidade de movimentos e ações civis coletivas, suas articulações e os marcos interpretativos que tem lhes atribuído sentidos e significados novos" (Gohn, 1997, p.114), para que políticos, intelectuais, jornalistas e a comunidade acadêmica reconheçam as mídias digitais sociais como fortes instrumentos de mobilização, com consequências reais - dentro e fora do mundo virtual.

Peruzzo (2013, p.81) compara em artigo a manifestação de rua do Movimento Passe Livre em 2013, no Brasil, e manifestações semelhantes ocorridas no país em anos anteriores. A autora ressalta que antigamente a adesão era menor, tanto ao movimento quanto à manifestação, e os resultados finais não eram positivos, não atingindo, como desejado, as autoridades e os objetivos. Já em 2013, o aumento do preço da passagem de ônibus foi o estopim para uma expressiva manifestação popular em quase todas as capitais brasileiras, acontecimento de grande peso nos noticiários nacionais e internacionais. As dimensões da iniciativa popular, que teve importante suporte nas mídias digitais, em especial no Facebook, não permitiram que o chamado de tantas pessoas passasse despercebido: a então presidenta Dilma Rousseff declarou oficialmente para a imprensa, tradicional e digital, dirigindo-se ao povo, que estava atenta às reclamações que vinham acontecendo nas ruas do país e também foi evitado, ao menos naquele momento, o aumento do preço da passagem, protesto inicial dos atos.

O que aconteceu no Brasil em 2013, assim como a Primavera Árabe de 2010, representa uma visível mudança no modo de exercício da cidadania e de direcionamento dos acontecimentos; ou seja, a participação popular é a democratização da vida social (Peruzzo, 2013, p.81) e a "a sociedade civil ocupa um lugar fundamental para a expansão da democracia, mostrando o local onde há uma resistência à lógica do mercado e do Estado. A sociedade civil não quer o controle do poder, mas tentar influenciar as instâncias do poder e a esfera pública geral". (Fernandes e Oliveira, 2011, p.127)

Sem protagonismos de líderes ou partidos, as mobilizações populares em torno de um objetivo social e que utilizam as redes sociais como plataforma possuem os mesmos princípios que caracterizam a web, prezando pela "total liberdade de palavra" e "opostos a qualquer forma de censura". (Lévy, 1999, p.128) Ao encorajar a interação, a comunidade virtual também impõe seus limites, na medida em que o perfil virtual do usuário o representa na cibercultura. "No Facebook, é preciso ter a coragem de sustentar as próprias convicções." (Kirkpatrick, 2011, p.282) Apesar da existência dos inúmeros perfis falsos, Lévy (1999, p.129) diz que, "longe de encorajar a irresponsabilidade ligada ao anonimato, as comunidades virtuais exploram novas formas de opinião pública", e o autor completa afirmando, como já

citado, que "o destino da opinião pública encontra-se intimamente ligado ao da democracia moderna".

"Digital democracy will be decentralized, unevenly dispersed, even profoundly contradictory. Moreover, the effects some have ascribed to networked computing's democratic impulses are likely to appear first not in electoral politics, but in cultural forms: in a changed sense of community, for example, or in a citizenry less dependent on official voices of expertise and authority."
(Schudson, 2004 p.2)

O senso de comunidade desenvolvido nas redes sociais - e a partir daqui o Facebook será o seu representante - não é defendido apenas pelos números de interações e engajamentos mensuráveis eletronicamente pela ferramenta. Não são os *likes*, os compartilhamentos ou a quantidade de comentários que promovem a mudança; mas antes, apenas uma identidade forte e capaz de mobilizar vontades pode conferir ao movimento coesão e continuidade, para enfim conseguir promover mudanças na sociedade. (Peruzzo, 2013, p.83)

A Internet, com seu poder aglutinador, dota as manifestações sociais de representatividade e visibilidade, primeiro passo para promover transformações sociais efetivas, mostrando que aquele assunto tem relevância e interesse popular. Atualmente, a web também ampara "o compartilhamento de táticas de ações nos protestos, formas de estabelecer e divulgar as pautas, ações de mídia livre e ativismo¹⁸ durante os eventos e até mesmo maneiras de se defender do violento ataque policial" (Presta, 2014, p.6)

O que Kirkpatrick chama de "efeito Facebook" condiz com estas mesmas características da rede digital. "O Facebook está dando a indivíduos em sociedades de todo o mundo mais poder em relação às instituições sociais, e isso pode levar a mudanças muito perturbadoras. Em algumas sociedades, pode desestabilizar instituições que muitos de nós preferiríamos que continuassem como estão. Mas o Facebook também contém a promessa – como está começando a ser demonstrado no Egito, na Síria, na Indonésia e em outros lugares – de desafiar antigas instituições e práticas estatais repressivas. O Facebook torna mais fácil a organização das pessoas." (Kirkpatrick, 2011, p.14)

Quando se pensa em um país com as dimensões territoriais do Brasil, não é possível imaginar tamanha organização e alinhamento dos protestos e manifestações de rua em todos os estados sem a utilização da Internet como ferramenta básica. Em 2013, no já supracitado

¹⁸Artivismo ou arte ativismo é o termo usado para designar ações que se valem de estratégias artísticas, estéticas e simbólicas para problematizar e amplificar para a sociedade, causas e reivindicações sociais." (Presta, 2014:4)

período de aumento das tarifas de ônibus, o país viu surgir uma unificação de pessoas e ideais diversos contra um inimigo em comum: o Estado. Com a opressão vertical que assola diversas minorias da sociedade - negros, homossexuais - e a opressão capitalista que historicamente vem separando ricos de pobre, a desigualdade social e de gênero apareceu em meio às manifestações contra caminhos e decisões políticas; ou seja, a indignação ante ao aumento de tarifas sociais básicas, comum a todos os cidadãos, reuniu as pessoas em torno de um tema e abriu passagem para outras tantas reclamações a serem feitas contra o Governo.

Pode-se afirmar que um movimento de tamanho impacto em todo o país nunca antes foi visto na história do Brasil. Desde o Governo, passando pela imprensa nacional e internacional, e chegando até o povo, não havia como ignorar as manifestações ou ficar imparcial a elas. Os veículos de notícia com maior audiência nacional – seja nas rádios, canais de televisão, impressos ou plataformas digitais – relataram, com maior ou menor destaque, os acontecimentos das ruas. Houve um confronto massivo com a situação do país, agravado pelo efeito viral, repetitivo e em excesso das mídias digitais, e isto serviu de *call to action* para muitas pessoas começarem a exercer sua cidadania.

Este acontecimento marcante na história do Brasil, que representa um ponto de mudança, também pode ser considerado em diversas outras movimentações pelo mundo. Alguns estudiosos acreditam que a Primavera Árabe representa o marco inicial do século XXI (Presta, 2014), por exemplo. As notícias internacionais se espalham e plantam sementes e ideias nos cidadãos, principalmente os mais jovens, que percebem que possuem os mesmos recursos necessários para se fazerem ouvir e ganhar representatividade.

Além da mudança quantitativa, que mostra em números a diferença que a Internet e as mídias digitais trouxeram para a vida em sociedade, também deve-se considerar o caráter qualitativo da mudança.

"Num mundo globalizado, em que as informações circulam à velocidade da luz, os levantes, mobilizações e greves e um determinado País, numa conjuntura de crise mundial, funcionam pedagogicamente. Mesmo com a brutal manipulação que os meios de comunicações realizam diariamente, são incapazes de esconder as grandes manifestações que estão ocorrendo em várias partes do mundo. Para uma população que acumulou descontentamento e frustrações ao longo dos 30 anos do período neoliberal, o exemplo dos levantes em um determinado País influencia a psicologia das massas a se manifestar

também em outras regiões – as pessoas vão perdendo o medo e despertando energias para ações coletivas." (Costa: 2013)

As pessoas e as atitudes, as manifestações e suas consequências, tudo passou a estar extremamente exposto para que todos vissem, analisassem, interagissem e, neste caso, inspirarem-se. Além de servir de vitrine para os discursos e manifestações, arena de debate, base de organização e mobilização de eventos, o Facebook passou a servir também de noticiário minuto a minuto possibilitando que muitos acompanhassem na ferramenta o desdobrar dos acontecimentos. Dois foram os principais fatores que possibilitaram essa prática: a mobilidade e os elementos audiovisuais dos meios.

3.3. Aparelhos digitais, móveis e audiovisuais

A mobilidade dos aparelhos eletrônicos e dos telefones pessoais, já citada no fim do capítulo anterior, é amparada pelos lançamentos de tecnologias cada vez menores, com ecrãs mais finos, baterias portáteis e etc. A conexão constante com a Internet permite a publicação *on time* e uma interação ininterrupta com a rede, levando o paradigma da informação para outro nível. A informação, que já vinha sendo transmitida sem mediação pela Internet, entrou recentemente num outro patamar, graças às mídias sociais digitais e as tecnologias a elas atreladas. À falta de mediação, soma-se o imediatismo, já que a informação é consumida ao mesmo tempo em que está acontecendo, a imprevisibilidade, pois não se pode prever como correrá a transmissão, e um aumento da credibilidade do conteúdo, tendo em vista que a urgência na postagem impede grandes tratamentos ou manipulações do material capturado.

Santaella (2003, p.25) diz que por ser apenas um meio – canal físico ou suporte material - meio de comunicação é o "componente mais superficial" do processo comunicativos, "no sentido de ser aquele que primeiro aparece no processo comunicativo." Assim acontece com os *smartphones* que, por causa da mobilidade, estão sempre presentes nos cenários urbanos atuais. As pessoas estão sempre interagindo com o aparelho, seja em chats, na navegação, ferramentas e apps pessoais ou fotografando algo.

Além de móveis, os telefones e tablets também possuem câmera de captura de imagem, que no mínimo tira fotos e grava vídeos, podendo chegar a ter sensor de alta captação, *dual pixel*, *autofocus*, detecção facial, HDR, zoom e outras tantas formas de captura e tratamento de imagem. Ter o telefone no bolso significa também estar sempre com uma câmera à disposição. As pessoas começaram a tirar fotos de suas atividades cotidianas e postar no Facebook. "No Facebook, as fotos não eram pequenas obras de arte de diletantes, mas, em vez disso, uma forma básica de comunicação." (Kirkpatrick, 2011, p.145)

Além dos retratos do dia a dia, rapidamente a propagação das câmeras integradas aos telefones móveis somada à visibilidade permitida pelo Facebook ganharam novos usos pela sociedade. Dada à parcialidade e incredibilidade que a imprensa tradicional tem entre os cidadãos mais críticos, percebeu-se que o que acontecia durante as ações de cunho manifestativo e de protesto não era fidedignamente transmitido ao resto da população e toda a audiência. A "brutal manipulação" a que Costa se referiu, passou a ser mais percebida e escancarada a partir do momento que as pessoas não dependem mais da imprensa oficial e tradicional para obter e acompanhar alguma situação; antes, podem ver "através dos olhos" de pessoas comuns e conhecidas e consumir um outro ponto de vista da mesma notícia.

Mais confiante na sua própria comunidade (virtual, neste caso – ou atual, segundo Lévy) esse grupo de pessoas deixa de lado o consumo da informação via meios tradicionais, e passa a buscar meios alternativos de acompanhar o que acontece na sua cidade. Cientes da importância da participação de todos, pregam uma cultura colaborativa que desenvolve ainda mais seu senso de comunidade. Este, assim como os próprios movimentos sociais, sofreu alterações compatíveis ao desenvolvimento tecnológico e digital e, em suas principais vertentes, incorporou "as tecnologias de informação e comunicação do seu tempo"(Peruzzo, 2013, p.89) acompanhando e adequando-se à atualidade.

A noção de comunidade ultrapassa a barreira geográfica da proximidade local e regional e embarca nas possibilidades digitais de expansão desta distância. Por isso, o ponto de conexão entre os lados passa a ser uma causa ou um ideal em comum, e esta afinidade garante uma longevidade e durabilidade para a comunidade virtual. Peruzzo analisou em artigo escrito em 2002 que, de certa forma, os movimentos sociais passavam a trabalhar para superar o silêncio, trazendo para o centro do debate público assuntos instituídos socialmente, mas que afetavam a vida do cidadão comum.

"A participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania, uma vez que possibilita a pessoa tornar-se *sujeito* de atividades de ação comunitária e dos meios de comunicação ali forjados, o que resulta num processo educativo, sem se estar nos bancos escolares. A pessoa inserida nesse processo tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele." (Peruzzo, 2002)

Assim, dentro dos movimentos sociais desabrocham experiências comunicacionais que podem ser encaradas como comunitárias - ou mesmo populares – e que se caracterizam pelo "exercício da participação direta". (Peruzzo, 2002) Mais importante que esmiuçar aqui o

conceito do termo é compreender que a cibercultura e o desenvolvimento tecnológico alteraram a forma de execução desta prática comunicativa, além de fazê-la renascer. Citando Peruzzo, Michel e Michel dirão que muitos dos ideólogos que visavam democratizar os meios de comunicação chegaram a considerar a comunicação comunitária esvaziada de seu sentido; a autora, porém, discordará dizendo que a comunicação comunitária se "revela revigorada e em múltiplas feições". (Peruzzo,2003 *apud* Michel e Michel, 2006, p.5)

Os elementos audiovisuais encabeçam as razões pelas quais a comunidade conseguiu ter maior controle e autonomia sobre a mensagem difundida nos meios. A incorporação da câmera e da conexão à Internet no telefone móvel contribuiu para que pessoas comuns passassem a ter a oportunidade de contar sua versão dos fatos e fazer parte da construção da narrativa – agora não apenas de sua comunidade, mas do país e do mundo. "Cada pessoa com celular conectado à Internet pode gravar, interpretar e difundir, até em tempo real, o que se passa em praça pública" (Peruzzo, 2013, p.88) O Estado passa de vigia à também vigiado, já que o controle, no conceito de Foucault citado no início deste trabalho, pode ser percebido como a capacidade de constante observação sobre algo, neste caso, as instituições públicas (além das privadas). O que isso quer dizer é que o aparelho celular com câmera permite um registro crível dos acontecimentos e a disposição em rede do novo processo comunicacional através da Internet, o alargamento das distâncias e, essencialmente, o interesse social em comum, cria um grupo de pessoas espalhadas geograficamente e que estão alertas para os deslizes dos grupos considerados opressores.

É a imersão na chamada cultura cíbrida, que "é pautada pela interpenetração de redes on line e off line, que incorpore e recicle os mecanismos de leitura já instituídos, apontando para novas formas de significar, ver e memorizar demanda, portanto, uma reflexão que ponha em questão os regimes clássicos de leitura [...]" (Beiguelman, 2011, p.2)

Serve de exemplo o já citado movimento de manifestações populares no Brasil, na metade do ano de 2013, e onde houve uma "repressão policial ostensiva e violenta" contra os manifestantes (Presta, 2014). Como as mídias sociais e o descontentamento geral da população brasileira atraíram milhões de pessoas para as ruas, em marchas de protesto, em muitas cidades alguns atos não terminaram de forma pacífica, havendo confronto físico entre as autoridades e a população. Sendo tachados pela mídia tradicional como violentos e vândalos, os manifestantes populares viram nos aparelhos móveis a possibilidade de registrar uma outra verdade, muitas vezes instantaneamente e em direto. Dois grupos tidos como opressores eram desmascarados de uma só vez: a polícia e sua atitude violenta e a mídia e sua parcialidade para informar sobre as manifestações.

Em artigo centrado na mídia livre, reconhece-se que, no que tange à Comunicação Social, é necessário reconhecer que "os problemas do século passado ainda são atuais e, hoje, ainda temos uma série de novos desafios a enfrentar" (Belisário *et al.*, 2008:138). A questão sobre a parcialidade da grande imprensa e da manipulação e divulgação de conteúdos de acordo com seus interesses ou de interesses de parceiros, sempre existente e já discutida no início deste trabalho, vem à tona de modo escancarado na atualidade; sem necessidade de grandes comparações, alguns movimentos populares que atuam em vias públicas são denegridos pela grande mídia e seu discurso, de modo que a população consumidora dos veículos de massa não é atingida pela verdadeira intenção dos manifestantes e acaba por acreditar e readequar-se ao discurso dominante. Com a popularização dos *smartphones* com conexão portátil, os movimentos sociais ganharam representatividade e participação na narrativa social e histórica que vem sendo construída.

Relembrando a citação suprarreferida de Santaella, os meios de comunicação digitais nos treinaram para buscar a informação conforme nosso próprio gosto. Desse modo, a notícia passa a ser consumida de outra maneira por alguns, fugindo do formato tradicional e acompanhando ao vivo os acontecimentos e, assim, compreendendo a informação da sua própria maneira. Por notícia, entende-se algum acontecimento extraordinário que seja de interesse do público, mereça visibilidade e que por isso recebe atenção da mídia. Se antes a seleção do que é interessante era tarefa de poucos, agora muitos têm a possibilidade de destacar algum assunto e, "enquanto assistimos à tendência da passagem do modelo jornalístico de *gatekeeping* – modo de seleção e construção das notícias pelos jornalistas sem a participação direta das audiências, cujos interesses são subtendidos e presumidos pelos jornalistas – para a prática de *gatematching* na produção das notícias, dissolvendo algumas hierarquias entre jornalistas e leitores-usuários-telespectadores (Bruns, 2011), as preferências de informação da mídia e do público são cada vez mais divergentes e desafiam o Jornalismo como forma de conhecimento e prática democrática." (Becker e Machado, 2014, p.43)

Ou seja, as mudanças saltam aos olhos comparativamente a poucos anos passados. A sociedade passou a possuir os meios de produção audiovisual, o espaço para divulgar as notícias e informações e a amplitude para atingir longas distâncias. Mas o excesso de informação na rede e também o imensurável número de participantes e produtores de conteúdo, cada qual com seu ponto de vista e discurso particular, faz com que muito conteúdo de qualidade se perca nesta vastidão de opções, diluindo a força da mensagem entre tantas outras mensagens. Individualmente, esses canais de comunicação particulares ou de pequenos grupos não têm poder para confrontar o imponente discurso da grande mídia. Daí, o natural

impulso do ser humano em se juntar aos seus semelhantes se fazer essencial, ao unir pessoas com um ideal ou um objetivo comum nas comunidades virtuais.

3.4. Mídia livre: mais prática que conceito

Também natural em todas as sociedades é o levante de grupos organizados para tentar subverter a ordem de um determinado *status quo* social, e o que acontece hoje em dia é que eles têm todas as ferramentas para difundirem a sua mensagem. Sob esta ótica pode-se encarar os canais de comunicação digitais alternativos; sendo que 'alternativo' não é o meio, já que a mídia tradicional já há muito se faz presente em diversas opções do ciberespaço, mas no sentido de representarem uma alternativa ao consumo de informação através da mídia tradicional. Vale lembrar que não há aqui novidade no que se refere à existência da mídia alternativa, pois ela existiu em diversas épocas na história. Mas se antigamente tinha dificuldades em se fazer ouvir por conta de seu tamanho, ou dificuldades financeiras ou mesmo por trabalharem na clandestinidade, hoje em dia as ferramentas de produção estão ao alcance de todos. Assim, não é nem o canal e nem a forma que diferem a mídia tradicional da mídia alternativa, mas sim o conteúdo.

Mas afinal, o que é uma Mídia Livre?

Na gênese da mídia livre está, antes de tudo, a crença e defesa no direito de acesso à informação como requisito básico para a execução da democracia. Na Conferência Internacional pelo Direito de Acesso à Informação, ocorrida em Atlanta, Estados Unidos, em Fevereiro de 2008, os 125 participantes e membros da comunidade global, vindos de mais de 40 países, definiram alguns pontos básicos para que esse direito seja cumprido a todos e, concluíram assim, dentre outras coisas, que "uma mídia livre e independente é um componente fundamental para o estabelecimento e exercício pleno do direito de acesso a informação"¹⁹ e, para isso, é necessário o bom uso das tecnologias.

Em documento publicado oficialmente pela série Debates - Comunicação e Informação, da Unesco no Brasil, dedicado à liberdade de expressão, diz que para se atingir o pleno usufruto do direito de procurar, emitir e receber informações livremente, é necessária

19O documento completo está disponível em:

https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/americas/atlanta_declaration_unofficial_portuguese.pdf

Acessado em: 20/10/2017

uma mídia "livre, independente, plural e diversificada"²⁰. "A existência de uma mídia livre é fundamental para que haja um governo democrático" (Fernandes *et al.*, 2011 p.405)

"Such a substantive notion of democracy inevitably presupposes a citizenry that is informed, is able to debate ideas in public and able to communicate those ideas in ways that shape public opinion and ultimately policy." (Deane, 2007)

Quando se fala em "liberdade" e mídia, a tendência é associar a questão à liberdade de expressão, rechaçando qualquer forma de censura de palavras e ideias. Entretanto, aqui o conceito de "mídia livre" vai além, contrapondo-se às amarras políticas, financeiras, comerciais e publicitárias que caracterizam o discurso da mídia tradicional.

A Swedish International Development Cooperation Agency tem como principal missão a erradicação da pobreza no mundo. A agência governamental sueca lançou um documento em 2006 sobre cultura e mídia, no qual define que *"media means the press, radio, TV, Internet based and wireless communication. Free and independent media means media independent from government control, conveying diverse points of view in society and enabling journalists to spread knowledge and debate in society. Media is for the larger part seen as a tool for communication and for disseminating information, opinions, ideas and cultural expressions"*²¹.

Deane (2007) em artigo centrado na temática da democracia e mídia, chama a atenção para a necessidade da mídia ser livre, mas também plural, buscando atingir e beneficiar populações menos favorecidas e menos conectadas. *"Free media can, then, be a critical part of procedural democracy, and even play an important watchdog role on government, but can do so in the interest of the small urban elite. The more the focus on notions of a substantive democracy, the more the need to focus on the plurality as well as the freedom of the media."*

O jornalista e colunista Renato Rovai (2009) considera que a semente da prática midiavivista foi plantada em 1989, com criação da WWW e, paralelamente, a queda do Muro

20O documento completo pode ser lido em:

http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/Liberdade_de_Expressao_PORT.pdf Acessado em: 20/10/2017

21O documento completo pode ser lido em:

http://www.sida.se/contentassets/7c867f47051f46a4b59ed9ab61a6ffab/culture-and-media-in-development-cooperation_697.pdf
Acessado em: 20/10/2017

de Berlim e o enfraquecimento da Guerra Fria. Os contrastes da sociedade passariam, a partir daí, a dar lugar à pluralidade e multipolaridade que caracterizam a mídia livre.

O termo "mídia livre" é relativamente novo, sendo que no Brasil a expressão passou a ser popularmente empregada a partir de 2008. (Costa, 2011:1) Neste mesmo ano ocorreu o Fórum de Mídia Livre, formalizando a prática no país. A reunião de profissionais e amadores interessados no tema produz, de alguma forma fora da Academia, o conhecimento prático e a definição palpável do termo, através do compartilhamento de experiências e atividades. Assim, no 4º Fórum Mundial de Mídia Livre, realizado em Túnis, capital da Tunísia, em Março de 2015, os participantes redigiram uma "Carta Mundial da Mídia Livre"²², onde comentam a dificuldade de definição do conceito através do termo "mídia livre": *"We are aware that the term "free media" is open to different interpretations in our diverse linguistic and cultural realities. We chose it primarily as a way of uniting around common practices based on autonomy vis-à-vis commercial or state practices, the fight against all forms of domination, and the will to guarantee spaces for open expression. We wish to build economic models that are based on solidarity and sustainability"*.

A luta contra as diversas práticas de dominação, presente no seio do conceito de mídia livre, aproxima estas práticas midiáticas aos movimentos sociais. "Conforme Castells (2001, p.426), os novos movimentos sociais se caracterizam cada vez mais por "formas de organização e intervenção descentralizada e integrada em rede". (Machado, 2007, p.274)

Machado, referindo-se aos atuais movimentos sociais, fala que da sua característica de "existência dinâmica ou segundo objetivos ou fatos". O que ele quer dizer é que essas movimentações populares em torno de causas comuns funcionam com dinamismo e efemeridade: "podem formar-se, alcançar certos objetivos, causar impacto e repercussão, expandir-se por razão de um fato político e da mesma forma, podem rapidamente se desmanchar ou desaparecer, conforme a situação (passado o fato, com o objetivo alcançado ou o fracasso)" (Machado, 2007, p.274) Esta ligeireza e fluidez dos movimentos sociais de nascer, misturar-se, organizar-se, agir e morrer fomenta o aparecimento das chamadas mídias táticas.

Estas características fariam das mídias táticas também mídias livres. Pregando o ideal do *do it yourself*, neste caso melhor traduzido pela máxima do cantor punk-rock Jello Biafra em 2000, *"Don't hate the media, become the media"*, a mídia tática também promove a participação popular na produção midiática. Para Clinio (2013, p.174), "a origem das mídias

²²Documento completo disponível em: <http://www.fmml.net/spip.php?article146> Acessado em: 20/10/2017

“faça você mesmo” remonta o final dos anos 1960, quando tecnologias de informação e comunicação baratas e fáceis de utilizar foram apropriadas por indivíduos que se consideravam sub-representados ou mal representados pelos veículos de comunicação de massa para criar uma expressão própria.”

É uma característica da mídia livre, assim como da mídia tática, lutar sempre contra o discurso opressor e dominantes, sendo ela participante ativa do confronto, não apenas dando a notícia. "A mídia tática não tem pretensão de noticiar eventos e de manter-se imparcial frente aos fatos da atualidade, tal qual é propalado pelo jornalismo tradicional. É uma prática que se assume, desde o princípio, como parte interessada no processo. Ela não se separa dos fatos, mas participa de sua construção. Por isso, as ações em mídias táticas tendem a se vincular a movimentos sociais." (Clinio, 2013, p.171)

Tal qual a mídia livre, a mídia tática apresenta-se muitas vezes plural e heterogênea, pois propõe um consenso pontual e uma concordância temporária entre a parcela da população que tem interesse em reivindicar uma causa específica. A mídia tática surge e desaparece conforme aquela questão seja solucionada ou totalmente falhada. Esta é uma diferença com relação à mídia livre: enquanto a mídia tática dá um uso alternativo aos materiais disponíveis de modo temporário, a mídia livre percebe a necessidade de ser uma alternativa midiática constante para a população, com objetivos também em longo prazo.

Neste sentido, o Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos (PIDCP), ratificado por mais de 166 países e válido desde 2010, esclarece em seu décimo nono artigo que a liberdade de expressão "compreende a liberdade de procurar, receber e divulgar informações e ideias de toda a índole sem consideração de fronteiras, seja oralmente, por escrito, de forma impressa ou artística, ou por qualquer outro processo que escolher²³." Se não houver opção frente à mídia tradicional, este direito não atinge sua plenitude de execução.

Assim, uma mídia livre deve:

- Ser livre de interesses econômicos ou políticos particulares;
- Ser livre de associações financeiras com investidores de instituições públicas ou privadas, ou figuras políticas;
- Ter sempre como objetivo final o crescimento de uma sociedade justa e igualitária;
- Desenvolver a noção e prática de comunidade;

23 Documento completo disponível em:

http://www.cne.pt/sites/default/files/dl/2_pacto_direitos_civis_politicos.pdf Acessado em: 22/10/2017

- Fomentar a participação coletiva e fortalecer-se através do conhecimento gerado pela inteligência coletiva;
- Apropriar-se de materiais à disposição da população para possibilitar a participação ativa de todos;
- Presar pela descentralização e por uma organização não hierarquizada;
- Confrontar a mídia tradicional e a informação por ela veiculada; ou complementar as informações com outros pontos de vista;
- Fortalecer narrativas não-oficiais e abrir espaço para a pluralidade de verdades.

3.5. Mídia NINJA: novas narrativas, nova parcialidade

Em busca de oferecer um conteúdo de relevância e com qualidade suficiente para despertar credibilidade e ganhar força entre a população, um grupo de pessoas se junta, muitas vezes apenas virtualmente, para organizar esta produção, voltado sempre para um interesse comum entre elas. Este interesse muitas vezes tem cunho político-social e visa beneficiar a sociedade de alguma forma. Esta é a essência do objeto de estudo deste trabalho, o coletivo Mídia NINJA. Para explicar o surgimento do Mídia NINJA, deve-se fazer um pequeno retrocesso até a gênese do coletivo Fora do Eixo²⁴.

Já pelo nome, o coletivo brasileiro começa a se definir: Fora do Eixo refere-se ao eixo Rio-São Paulo, principais cidades a acumularem atenção e investimentos culturais na vastidão territorial do Brasil. Há uma concentração geográfica que acaba por excluir, ou ao menos dificulta, a participação de artistas das cidades que não estão localizadas na região do sudeste brasileiro. Além de trazer inúmeros problemas sociais e econômicos de nível local e nacional, esta centralização é facilmente percebida através dos produtos culturais e de comunicação, que acabam por privilegiar o interesse de uma região em detrimento de todo o resto do país. O coletivo Fora do Eixo teve seu início centrado na música, uma vez que a indústria fonográfica brasileira não abria espaço para músicos e produtores das cidades mais afastadas do eixo Rio-São Paulo, menos ainda para quem estava em Cuiabá, capital do estado do Mato Grosso, no centro-oeste brasileiro. Foi ali que alguns jovens músicos e produtores resolveram criar uma rede alternativa de distribuição e troca de conteúdo musical, auxiliados, claro, pela Internet e o ciberespaço.

24 A partir de agora, as informações sobre a natureza e procedimentos do Coletivo Fora do Eixo e da Mídia NINJA foram recolhidas em encontros pessoais e presenciais com representantes atuantes do movimento, com destaque para a fala de Pablo Capilé no encontro ocorrido no âmbito do evento DocLisboa, no Cinema São Jorge em 24 de Outubro de 2016.

Nos anos 90, o coletivo iniciou suas atividades para que bandas pequenas e iniciantes pudessem distribuir seus trabalhos e se fazerem conhecidas. A organização em rede e a presença no ciberespaço facilitaram a propagação e o sucesso da proposta do Fora do Eixo, que logo foi se estendendo para outras cidades brasileiras e passou também a organizar festivais e encontros, a montar estúdios para ensaios e gravadoras, e a ser reconhecido no meio. Também nas cinco cidades em que o coletivo tinha sede em seu início, este havia adquirido um certo respeito da população local, visto que os cidadãos percebiam no grupo um potencial e iniciativa de melhorar e ajudar os habitantes. Aquela iniciativa passava a constar na história daquelas cidades, com registros audiovisuais que dificilmente permitirão que este elemento seja esquecido ou ignorado.

Para cuidar de toda a comunicação interna, externa e dos eventos, foi criado um setor de comunicação para o grupo, que em dada altura percebeu o potencial da rede social Orkut para expandir a ideia para as outras cidades brasileiras. De cinco cidades, o Fora do Eixo passou a estar presente em 50 e, sempre preocupados com a construção e registro da narrativa histórica daquele momento, cada nova sede do coletivo tinha por norma organizar uma web rádio e um blog. Esta preocupação e construção de uma rede de comunicação trouxe qualidade para o produto, segundo um dos fundadores do coletivo, Pablo Capilé.

Prevendo o potencial da iniciativa, em 2011 o coletivo se muda para São Paulo e instaura ali a sua sede principal. Agora que tinham corpo e representatividade, chegava a hora de enfrentar o eixo principal e fazer as narrativas do "Brasil profundo", em palavras de Capilé, "chegarem às capitais". Logo nesta chegada, o coletivo marcou presença em eventos importantes, como a Marcha da Maconha, à favor da legalização da *canabis* no Brasil, e inclusive organizou outros, como a Marcha da Liberdade. Registrando tudo o que podia através dos inúmeros "associados" da rede e seus *smartphones*, o Fora do Eixo presenciou inúmeras infrações por parte da força policial contra os manifestantes durante as manifestações populares em prol da maconha deste ano. A força das imagens gravadas *in loco* e o efeito viral das redes sociais instantaneamente criaram uma onda de reações em protesto contra os abusos de poder dos agentes de segurança. A Marcha da Liberdade foi o resultado direto e explícito desta possibilidade de propagar a todo o Brasil e ao mundo²⁵ aqueles vídeos da violência policial.

25Como exemplo, o ato foi noticiado nos canais da AlJazira.

<http://foradoeixo.org.br/2011/06/15/marchadaliberdade-marching-for-freedom-on-brazil/> Acessado em: 17/10/2017

A Marcha da Liberdade atuou no dia 18 de Junho de 2011, em 40 cidades brasileiras²⁶ sob a seguinte convocatória:

"Quando a tropa de choque bateu nos escudos e, em coro, gritou CHOQUE! a Marcha pela Liberdade de Expressão do último sábado se tornou muito maior. Não em número de pessoas, mas em importância, em significado.

Foram liminares, tiros, estilhaços, cacetadas, gases e prisões sem sentido. Um ataque direto, cru, registrado por centenas de câmeras, corpos e corações. Muita gente acha que maconheiros foram reprimidos.

Engano...

Naquele 21 de maio, houve uma única vítima: a liberdade de todos.²⁷"

O apelo feito via redes sociais, resultou em uma manifestação que as mídias tradicionais não puderam ignorar²⁸. Apesar de ter sido noticiado sem muito destaque ou detalhes nos principais jornais televisivos, impressos e online do país, quem não pode estar presente, mas queria acompanhar o ato de perto, optou pelas transmissões virtuais feitas pelos integrantes do coletivo Fora do Eixo, ao vivo e a partir de *smartphones* e conexão *mobile*. A transmissão diferenciou-se dentre as inúmeras informações sobre o protesto e ajudou a alavancar a fama do Fora do Eixo.

Esta prática e experiência fizeram com que, em Março de 2013, o coletivo criasse oficialmente o seu canal de comunicação, a Mídia NINJA. O nome, na verdade, representa a sigla 'Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação' e resume os objetivos do grupo, que assim se descreve em seu *website*: "uma rede descentralizada que produz e difunde conteúdos e pautas invisibilizadas pela Grande Mídia. A partir da lógica colaborativa de produção que emerge da sociedade em rede, conectamos jornalistas, fotógrafos, videomakers, designers, e possibilitamos a troca de conhecimento entre os envolvidos."²⁹

Foi esta rede que, em Junho de 2013, quando dos atos públicos do Movimento Passe Livre, já aqui referidos, ganhou visibilidade nacional e internacional ao acompanhar os atos *in loco* e de forma participativa, transmitindo, através do Facebook e outras redes sociais digitais, relatos audiovisuais dos diversos pontos de manifestação espalhados pelo território

26 <https://pt.globalvoices.org/2011/06/22/brasil-40-cidades-recebem-a-marcha-da-liberdade/> Acessado em: 17/10/2017

27 *idem*

28 Ver, por exemplo: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2011/06/marcha-pela-liberdade-reune-15-mil-na-orka-de-copacabana.html> Acessado em: 18/10/2017

29 <http://midianinja.org/sobre/> Acessado em: 10/10/2017

brasileiro. Isso significa que a recém-criada Mídia NINJA "penetra no espaço blindado da "mídia corporativa"", dirá Paiva (2014:12), difunde crua e explicitamente o ponto de vista dos atores do acontecimento e surpreende com a discrepância com o discurso da mídia tradicional. O autor completa descrevendo este momento como "o instante em que a mídia radical se transforma em notícia, multiplicada por todas as outras mídias, escancarando o momento histórico, quando o povo invade as ruas e o debate sobre a economia, a política e a narrativa da mídia global é colocado na ordem do dia."

Acima referida como "mídia corporativa", a mídia tradicional muitas vezes era rechaçada pela população nas ruas, que a "impedia" de estar presente entre os manifestantes, vendo-a como inimiga³⁰. "Além de observadora e participante, a imprensa foi também alvo de protestos, acusada de manipulação por muitos. Durante as manifestações, ouviam-se frequentemente gritos de "abaixo a Rede Globo", e repórteres de grandes empresas chegaram a ser hostilizados por manifestantes (Fraga, 2013). O movimento das ruas impôs uma crítica à representação da mídia brasileira identificada com o poder. As informações sobre as manifestações já não chegavam mais à população apenas pelos grandes veículos de comunicação do país e os modos como a imprensa construiu o discurso jornalístico nos primeiros atos políticos foi claramente contestado não só pelas ações das ruas, mas também pelas redes sociais e por projetos de comunicação alternativos como as imagens ao vivo do movimento NINJA distribuídas na Internet." (Becker e Machado, 2014, p.48)

Outro integrante e fundador do Mídia NINJA, Bruno Torturra, denunciou em entrevista³¹ que a narrativa que a população recebe dos produtores do discurso é "alucinatória", e que a sua intenção e a de seus companheiros é gerar uma quebra narrativa. O objetivo em longo prazo da Mídia NINJA fica por conta de registrar na história as narrativas antes excluídas da atenção nacional, dada a oportunidade dos cidadãos das pequenas comunidades também se fazerem ouvir e ganharem destaque. Para que os assuntos sejam abordados de maneira "imparcial" e de modo a ter como único sentido o bem estar da comunidade, o coletivo não pode estar vinculado a grupos de caráter além do social, como comércio, política ou economia. Qualquer outro objetivo, além das causas populares, colocaria em causa a liberdade do canal e é por isso que a Mídia NINJA se auto intitula "independente". "Em meio a uma crise do modelo comercial de comunicação, a Mídia NINJA destaca-se como uma iniciativa independente, que realiza coberturas e matérias por todo

30 O repórter da Rede Globo, por exemplo, viveu momentos de tensão entre os manifestantes, como pode ser visto no vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=G8iW6jNuk4w> Acessado em: 18/10/2017

31 Entrevista concedida ao canal PlanoB!. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=M4VmRH55JMo> Acessado em 20/10/2017

Brasil, apresentando histórias e contra-narrativas aprofundadas nas questões sociais, econômicas, políticas e ambientais.³²"

Daí o termo 'narrativas' estar claro e objetivo desde o nome do grupo. Antoun (2010) chama o fenômeno de "guerra das narrativas" e afirma que "essa atividade dos usuários, de construírem de forma singular, e nem por isso disputado, conflitivo e contraditório, um campo mais extenso dos significados dos acontecimentos sociais, em que entrelaçam narrativas que esmiúçam fatos, ideias dados, imagens, que ampliam a capacidade da rede de revelar sentidos que até então se reprimia na lógica *gatekeeper* dos mídias *online* tradicionais [...]".

A imprensa tradicional, enquanto representante da mídia de massa, pode ser pensada não mais como um poder moderno, "sob a forma de uma ação sobre a ação presente", mas antes "um poder de controle, investindo a ação sobre a ação futura" (Antoun e Malini. 2010) Ou seja, além de propagar e garantir a sua disciplina e ordem, a mídia tradicional de massa tem um papel crucial na memória coletiva, já analisada neste trabalho. "A massa só pode acessar o passado comum através das atualizações feitas pela grande mídia corporativa. Isto configura um imenso poder sobre os mecanismos de lembrança e esquecimento social das populações." (*idem*)

"Os rituais coletivos que a televisão transforma em "história instantânea" nas transmissões ao vivo têm o poder de modelar a memória coletiva, mas podem também reorganizar sociedades inteiras em torno de uma aspiração dos grupos sociais porque a representação de eventos que ainda estão em curso pode influir em seu desenvolvimento e em suas consequências (DAYAN; KATZ, 1999)" (Becker e Machado, 2014, p.42)

Mas a hegemonia narrativa exercida pelos grupos dominantes da sociedade através das mídias corporativas e tradicionais tem seu monopólio de narração quebrado a partir da chegada da Internet (Antoun e Malini, 2010). O potencial de proliferação do ciberespaço permite que a mensagem chegue a muitas pessoas e lugares; mas é a sua capacidade de armazenamento, organização e seleção de conteúdo e informação, e a instantânea acessibilidade a todos, que fazem com que a Internet vire um grande arquivo de memórias acessíveis, que conta com a produção maciça por parte dos colaboradores, a população. O fato das pessoas filmarem e postarem uma imensidão de material, sobre acontecimentos relevantes ou não, faz com que este arquivo seja extremamente extenso, mas com uma vastidão de opções de ponto de vista.

32 <http://midianinja.org/sobre/> Acessado em: 18/10/2017

Também é crucial o fato de muitos desses registros conterem elementos audiovisuais, aumentando seu impacto e credibilidade ante à audiência. A transmissão em direto via Facebook, além de contar com a força e relevância da instantaneidade espacial e temporal, também deixa registrado na página do usuário um vídeo com todo o material. Na página do coletivo Mídia NINJA o internauta encontra uma espécie de retrospectiva organizada cronologicamente e com todas as transmissões do canal, além dos posts, e pode assim contextualizar algum momento histórico de acordo com aqueles registros populares.

"A retórica passou de uma retórica do discurso para uma retórica da apresentação audiovisual" (Fidalgo). O particularismo e o concretismo que a imagem fornece mais a associação e credibilidade fornecidas pelo áudio fortalecem o discurso e a perpetuação e penetração da narrativa. A qualidade das imagens e do conteúdo da Mídia NINJA, questionada pelos próprios participantes do grupo, não condiz com o rigor dos meios audiovisuais tradicionais, que prezam pela ordem, planejamento e "limpeza" do produto audiovisual. Por trabalharem com material próprio, muitas vezes os colaboradores da Mídia NINJA não possuem um *smartphone* de alta qualidade e as câmeras e conexões podem dificultar muito uma transmissão de alta qualidade. A falta de preocupação com enquadramentos, o excesso de ruído ou a mobilidade do câmera muitas vezes produz imagens tremidas, em cenários poluídos esteticamente e com excesso de informação. Mas este ar caótico condiz e traduz a sensação de estar em atos públicos, manifestações de rua ou qualquer outro acontecimento ao vivo. A imprevisibilidade dos acontecimentos em uma transmissão ao vivo é exacerbada hoje em dia por causa da apropriação popular das mídias digitais e dos *smartphones* móveis. (Becker e Machado, 2014, p.43)

Vale ressaltar que além de perder o "monopólio da narrativa", há também "perda do monopólio da edição e reprodução das falas e imagens pelas TVs e demais mídias massivas" por parte da mídia tradicional, dirão os pesquisadores Henrique Antoun e Fábio Malini (2010). Os autores complementam que "podendo escolher o que atualizar das imagens disponíveis para narrar o acontecimento e conversar, a mídia livre pôde decidir a quem imputar a responsabilidade pelo conflito. As imagens e os discursos feitos pelas mídias de massa, uma vez reproduzidos, analisados e reutilizados, se revelavam apropriadas para sustentar narrativas diferentes da história contada pelas mídias corporativas." Ou seja, com o material audiovisual disponível digitalmente, as pessoas podem analisá-lo e transformá-lo em um novo produto, com outra intenção e sentido, representando mais um golpe para a mídia tradicional.

Para se manter no campo da cultura 'alternativa', 'livre' ou mesmo da 'contra-narrativa', a mídia livre não pode se haver dos mesmos artifícios da mídia tradicional; a Mídia NINJA não poderia entrar no mercado comercial vendendo publicidade em suas páginas ou aceitando patrocínio e investimento de entidades políticas ou corporativas. Desta forma, apelou para os editais públicos de financiamento de projetos para poder realizar algumas de suas iniciativas; também utilizou a lógica colaborativa da atualidade de possuir uma conta para donativos digitais vindos de particulares, de modo a evitar qualquer laço monetário que possa pôr em causa o objetivo do seu discurso, segundo Capilé.

"O fato é que a mídia irradiada vem sofrendo sucessivos e inesperados revezes em áreas onde, antes, o seu domínio tinha por limite o orçamento monetário de quem a contratava. Cada vez mais ela vê seu lugar de mediadora social da opinião pública ser denunciado e rejeitado por partes significativas das grandes massas, que antes se deixavam de bom grado representar" (Rushkoff, 1999 *apud* Antoun e Malini. 2010)

Como não poderia oferecer um salário ou ajuda financeira para seus colaboradores, o coletivo incorporou a prática já atestada pelo Fora do Eixo e expandiu a experiência do coletivo para além da comunicação; casas coletivas foram criadas em várias cidades para abrigar os colaboradores que se dedicam exclusivamente à causa. Os moradores dividem o espaço, sem custos de alimentação ou hospedagem, valores assumidos pelo fundo do coletivo (do dinheiro angariado por colaboração espontânea de quaisquer pessoas). O coletivo agrega assim diversas manifestações sociais da comunidade, tornando práticas as associações de pessoas em torno de uma causa comum. Pablo Capilé relatou que pelo fato de muitos participantes serem advindos do interior do Brasil, havia uma maior disponibilidade para atuar na causa, que agora se misturava com a vida pessoal e profissional. Num complexo sistema pensado a partir de princípios da economia solidária, o grupo possui uma moeda própria e contas bancárias coletivas, para afastar-se ao máximo do sistema que tanto critica³³.

A questão do financiamento do grupo é frequentemente questionada e investigada pela oposição e Capilé afirma que a decisão de não se envolverem com dinheiro advindo de interesses alheios à causa foi tomada para que o grupo não corresse o risco de ser "criminalizado".

Não tendo amarras financeiras, fonte mundial de atitudes corruptas, a Mídia NINJA consegue também manter-se afastada de acordos políticos ou com instituições públicas e

33 http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/08/130822_moeda_social_cubocard_fora_do_eixo_lgb
Acessado em: 21/10/2017

privadas. Com tantas pautas de cunho político, a luta social estaria comprometida se o coletivo tivesse que defender um outro lado. Claro que o engajamento social dos colaboradores geralmente está vinculado à atividade e doutrinas políticas; cada participante tem a sua filiação política individual.

"Não é necessário ser de esquerda para ser midialivrista, mas é impossível sê-lo sem estar associado à prática do *copy left* ou do *creative commons*. Quem pensa o mundo na lógica do *copy right* não pode se reivindicar ou se reconhecer midialivrista. E ser midialivrista também é um ato de se reivindicar e se reconhecer. É por isso que quase todos os midialivristas são de esquerda. Porque não estão associados à crença de que tudo passa pelo mercado. E de que precisa virar mercadoria". (Rovai, 2009) Por mais que exista uma tendência perceptível às ideias consideradas de esquerda, estas preferências não podem deturpar o objetivo e veracidade das mensagens. Assim, a Mídia NINJA pode continuar considerando-se independente.

"Hoje o cerne do debate sobre liberdade está no direito de produção autônoma de formas de vida, que não sejam atravessadas pela força estatal, nem pela mercantilização do capital, mas por “direitos comuns” que as protejam e as liberem ao mesmo tempo." (Antoun e Malini, 2010)

Após tornar-se conhecida do grande público, não mais restrita ao mundo das redes digitais, a Mídia NINJA foi muitas vezes abordada como notícia e conteúdo das mídias tradicionais. Na televisão, tanto tinham seu conteúdo transmitido com créditos à exclusividade e à autoria – pois os repórteres televisivos tinham mais dificuldade em infiltrarem-se nas manifestações - quanto eram temas de debates e entrevistas³⁴. Seus 'líderes', ou os 'cabeças' do projeto, foram expostos publicamente em diversas áreas des suas vidas e, ao coletivo começar a incomodar alguns grupos políticos, todo tipo de informação sobre eles, caluniosa ou não, foi divulgada. Em uma complexa tendência da geração hiperconectada de expor radicalmente sua opinião nas redes, o coletivo e seus membros sofreram todo tipo de perseguição digital na tentativa de denegrir a sua imagem. A importância de trabalhar em rede e de forma horizontal, desierarquizada a organização e fortalece o conjunto, uma vez que a Mídia NINJA apresenta-se muito além do que seus principais representantes.

"Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores.

34 Como exemplo, a entrevista de Pablo Capilé e Bruno Torturra para o conceituado programa Roda Viva. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kmvgDn-lpNQ> Acessado em: 15/06/2017

E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros". (Jenkins, 2009, p.31)

Ou seja, a associação dos indivíduos tende a fortalecer a mensagem, em comparação com manifestações particulares e isoladas. A pluralidade e heterogeneidade dos participantes e a sua disposição horizontal caracterizam a descentralização da mídia livre. Em documento publicado oficialmente pela série Debates - Comunicação e Informação, da Unesco no Brasil, dedicado à liberdade de expressão, diz que para se atingir o pleno usufruto do direito de procurar, emitir e receber informações livremente, é necessária uma mídia "livre, independente, plural e diversificada" (Mendel e Solomon, 2011, p.7)

Neste sentido, Machado (2007, p.275) destaca, dentre as características dos movimentos sociais face às novas tecnologias da informação e comunicação, a "multiplicidade de identidades", garantidas pelo fato dos participantes serem unidos por uma causa, mas distintos entre si, e a "circulação de militantes", que faz com que o mesmo ator possa participar de vários movimentos em simultâneo. Machado também destaca a "identidade difusa dos sujeitos sociais", uma vez que "o anonimato e a multiplicidade de identidades potencializam as formas de ativismo. Por esta mesma razão, é cada vez mais difícil tratar de questões identitárias dos movimentos sociais."

Além de narradores independentes, os ninjas também se consideram atuando no campo do jornalismo. Em entrevista ao programa Roda Viva³⁵, Bruno Torturra, um dos fundadores do grupo, responde à pergunta do jornalista Mario Sergio Conti, sobre se eles se consideram fazendo jornalismo, demonstrando-se surpreso com a dúvida ainda existir, já que eles são sim jornalistas. Para Torturra, é possível discutir o tipo de jornalismo que é feito pelo grupo, assim como a sua qualidade e relevância; mas o fato de se reunirem como grupo organizado, que se coloca como veículo e que tem uma dedicação diária de transmitir a informação da maneira "mais crua e honesta" possível, não deveria deixar dúvidas sobre o papel jornalístico do coletivo. Afinal, como já analisado, a função jornalismo é contextualizar e clarificar em forma de notícia um fato da maneira mais verdadeira e completa possível, de modo a dar significado a acontecimentos diários; e é exatamente isto que a Mídia NINJA se propõe a fazer.

No objetivo básico do jornalismo de informar à população sobre assuntos de interesse público, a Mídia NINJA considera-se plenamente atuante nessa função, uma vez que atua neste sentido e ainda cumpre o papel social de "desmascarar" a mídia tradicional e apresentar

35 <https://www.youtube.com/watch?v=kmgDn-lpNQ> Acessado em: 17/10/2017

opção à população. Bruno Torturra deixa claro em outra entrevista³⁶ que a "briga" do grupo não é contra o jornalismo tradicional, mas sim a favor de uma informação cada vez mais próxima da realidade e cada vez mais bem difundida. Torturra tenta, assim, uma abordagem menos maniqueísta sobre a mídia tradicional, desvinculando-a de uma atividade 'conspiratória', já que a própria dinâmica do modelo econômico da qual ela faz parte garante o mesmo resultado: "o não-questionamento de fato do *status quo*, quando ele constrange ou ele responsabilizaria alguns de seus aliados naturais; isso está ficando cada vez mais impossível de fazer."

Não é se isolar ou brigar com a mídia tradicional, mas sim associar-se a ela e com a força que ainda tem na sociedade. É ganhar a credibilidade com ela para ganhar espaço na opinião pública nacionalmente e ainda gerar conexão com veículos internacionais, para mostrar as suas verdades e propagar ainda mais a nova narrativa que está sendo construída por aquela geração de comunicadores.

A mudança de perspectiva com a qual se encara o personagem do jornalista é considerada por muitos autores como uma revolução e "esta revolução tem um impacto importante no campo do jornalismo, pois permite que o público, munido de aparelhos simples como celulares e contas no YouTube, possa fazer usos das mídias sociais em prol de ações subversivas contra o Estado e a polícia, ou mesmo contra o jornalismo corporativo, que mantém sua hegemonia consolidada por meio do controle das relações de poder." (Almeida e Paiva, 2014, p.48)

"A mediação da publicidade ou dos grandes mídia estava sendo trocada pelas interações e recomendações obtidas através das redes sociais (Levine, Locke, Searls & Weinberger, 2000). A mediação tinha fugido da mão dos grandes mediadores e agora estava embutida no código das interfaces através dos protocolos (Galloway, 2004), programas (Lessig, 1999) e agentes (Johnson, 2001), privilegiando os processos interativos de parceria informal dos sistemas peer-to-peer típicos das redes sociais (Bauwens, 2002; Minar & Hedlund, 2001)." (Antoun e Malini, 2010)

O modo de consumo da notícia e da informação mudou. Com o excesso de informação disponível, as pessoas perdem muito menos tempo em apenas um assunto e tendem a usar o Facebook como uma plataforma de *overviewing* dos acontecimentos do momento. Portanto, a

36Entrevista ao canal Página B!. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=M4VmRH55JMo>
Acessado em: 18/10/2017

renovação do campo jornalístico faz-se natural e saudável, com a quantidade de mudanças que se agregam ao cenário. Tal qual o veterano Alberto Dines afirmou em 2013, "os NINJA capazes de entender o conceito de renovação poderão dar sentido e direção a uma mídia engessada e baratinada".³⁷

Bittencourt, em referência aos estudos do sociólogo e filósofo francês Jean Baudrillard, afirmou que o autor "argumentava sobre a função social dos meios e dizia que alguns grupos de militância política insistiam em práticas comunicacionais arcaicas, como que resistindo às possibilidades dos meios eletrônicos da época". (Bittencourt, 2014, p.88)

Este novo modo de informar, produzido pelo que Almeida e Paiva (2014, p.48) chamam de "cidadão-repórter", é garantido pela independência da nova mídia, ideal defendido pelos participantes da Mídia NINJA a partir do momento que permite uma liberdade mais radical de expressão, formato e linguagem, afirma Torturra. As gravações feitas a partir de telefones móveis, geralmente em movimento, sem equipamentos de estabilidade ou voltados especialmente para a boa captura de som, além de muitas outras características, não têm antecedentes nas produções audiovisuais mais antigas. É um formato livre, típico da cibercultura, na maioria das vezes com tamanho e qualidade próprios para exibição em telemóveis. É o surgimento de um novo padrão estético que desconstrói o modelo conservador criado pela televisão.

"A atuação de coletivos midiáticos vem sendo guiada por tentativas de práticas comunicacionais diferentes das empregadas pela mídia de massa, no esforço de reconfigurar processos de produção, circulação e consumo de conteúdos a partir de práticas mais colaborativas e democráticas." (Bittencourt, 2014, p.87)

Pablo Capilé afirma que este novo paradigma de estética surge do engajamento social, que produz um movimento fluido de captação de números consideráveis de pessoas e esta nova estrutura, mistura organicamente engajamento e estética, sem que uma casta julgue e defina a qualidade estética do que está sendo produzido. Capilé defende ainda a qualidade dos participantes de coletivos midiáticos, que apesar de serem em grande maioria jovens entre os 20 e 30 anos, muitas vezes estão envolvidos profissional e academicamente com as áreas das comunicações, do audiovisual e da multimídia, ou são jovens acostumados e familiarizados com o uso das novas tecnologias. São, nas palavras de Capilé, "jovens engajados e esteticamente conectados com o contemporâneo". Num assunto que merece toda atenção da

37 Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/hipolito_da_costa_era_ninja/
Acessado em: 20/10/2017

Academia, estes jovens desenvolvem-se ao mesmo tempo pessoal e profissionalmente, abrindo caminhos para novas formas de ensino, que envolve a ação social na prática. São pioneiros de um novo modelo de transmissão de mensagens audiovisuais e enquanto abrem caminhos e fazem descobertas, ganham experiência e qualidade, além de aproveitarem a lógica da rede para trocar conhecimentos e experiências.

Em contrapartida, esta mesma juventude tende a perder-se na abundância de informações disponíveis na web. Muitos assuntos importantes são discutidos e debatidos na arena virtual do Facebook, com base em conceitos pouco refletidos e informações pouco fiáveis. A credibilidade das informações e opiniões são enfraquecidas nesta enxurrada de conteúdos. Dentre as muitas acusações sofridas pelo coletivo e seus principais representantes, como já referido, estava a mesma tentativa de manipulação popular que os movimentos sociais acusam a mídia tradicional.

"Since political imagery on the Internet has become a larger part of democracies today, issues of authenticity have also led to questions about trust in representatives." (Miswardi, 2015, p.10)

Mas Santaella (2003, p.129) relembra que "as manipulações e enganações sempre são possíveis nas comunidades virtuais, assim como o são em qualquer outro lugar: na televisão, nos jornais impressos, no telefone, pelo correio ou em qualquer reunião "em carne e osso". Além disso, "a Internet teria emponderado uma demanda de participação, produção e honestidade" e estes fatores são " incompatíveis com as comunicações invasivas e unilaterais (Levine, Locke, Searls & Weinberger, 2000)" (Antoun e Malini, 2010) A credibilidade deveria estar, então, em consumir um conteúdo feito por outro cidadão comum, em teoria sem qualquer vínculo ou objetivo escuso.

Também pode-se defender a credibilidade deste novo tipo de conteúdo informativo a partir das limitações de edição possível em uma transmissão ao vivo. Apesar de não ser impossível, é muito difícil editar um material que está sendo capturado e transmiti-lo à audiência em simultâneo; este trabalho exige alta experiência e material técnico detalhado e apropriado. Do mesmo modo contribui a divulgação através do Facebook, uma plataforma credível que não permite a nenhum usuário manipule ou altere as informações básicas da transmissão da mensagem, como a data, a hora, o local.

Defendida então a credibilidade do coletivo, cabe abordar a questão da parcialidade do conteúdo. Acima foi dito que o grupo se mantinha "imparcial" graças à sua independência, mas vale ressaltar que esta imparcialidade está associada ao princípio básico da mídia livre de

não manter amarras a instituições públicas, particulares e políticas. Quanto ao conteúdo, em momento nenhum tem a proposta de ser imparcial. Muito pelo contrário, Pablo Capilé diz no programa Roda Viva que não acredita "no arauto da imparcialidade", mas antes o que move toda a associação das pessoas no coletivo midiático é exatamente a defesa de um argumento ou causa. O conteúdo é naturalmente parcial a esta visão em comum. A crítica feita à mídia tradicional, assim, consiste não em ser parcial, mas em não assumir publicamente a quem esta parcialidade beneficia.

Bruno Torturra acredita que "a nova credibilidade do jornalismo não virá através de uma falsa imparcialidade, mas de múltiplas posições claras, múltiplos posicionamentos" e Pablo Capilé corrobora esta ideia falando que a Mídia NINJA trabalha com um "mosaico de parcialidades", um ecossistema diverso pra difundir o conteúdo e, quanto mais abertura, mais qualidade. Consideram-se imparciais, entretanto, quando afirmam que escutam e dialogam com todos os lados, ressaltando que em suas transmissões tentam ouvir a opinião de variados atores dos atos, sejam manifestantes de diferentes filiações políticas, políticos ou mesmo policiais.

Quando se fala aqui de parcialidade, não se questiona nem se discute a dificuldade ou o conceito ético de parcialidade do jornalismo; este é um assunto complexo e os profissionais da área são constantemente por ele confrontado. O equilíbrio está, na notícia não ser uníssona em haver espaço para que outros pontos sejam ouvidos por todos – ou ao menos por muitos – e a mídia livre se propõe a isto: a ser uma outra fonte de notícia. A velocidade de propagação da mensagem e as distâncias percorridas por ela trazem esta mudança quantitativa para o século XXI e isto possibilita uma clara mudança na visão das pessoas com relação ao seu papel social. Agora atores, ou talvez na tentativa de o ser, muitos optam por tomar conhecimento das notícias, locais ou globais, através da mídia alternativa. Apesar da televisão e do jornal impresso ainda serem consumidos em massa, as novas gerações estão cada vez mais habituadas a se informar online, através dos sites de notícias. Tão fácil quanto aceder à página de um veículo de notícia de um grande conglomerado de mídia, é acessar um veículo alternativo.

Apesar de considerar o conteúdo final entregue pela Mídia NINJA como um exemplo de jornalismo moderno, Bruno Torturra assume em outra entrevista³⁸ que nem todo participante que, munido de um telemóvel conectado à rede, realiza uma transmissão é um jornalista; mas antes ressalta a necessidade de destacá-lo como um comunicador. Não é mais

38 Entrevista concedida ao telejornal JRNews. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BCrGEighbA0> Acessado em: 19/10/2017

necessário ser passivo à realidade que o atinge. Esta prática, onde o repórter não apenas noticia, mas também é participante ativo no curso dos fatos, é, na maioria dos casos, permeada por objetivos revolucionários e de protesto contra diversas formas de exploração das classes dominantes sobre os menos favorecidos.

A 'ação' presente na sigla NINJA, refere-se ao *call to action* já aqui descrito, onde a participação ativa caracteriza a nova geração de cidadãos conectados digitalmente e atentos aos ideais e problemas sócio-políticos. Afinal, a "apropriação de diferentes ferramentas de comunicação" pelos movimentos sociais, "fortalece possibilidades de articulação e estratégias de visibilidade, reconfigurando formas de organização e de ações". (Bittencourt, 2014, p.87)

Clinio (2013, p.182) cita o filósofo francês Michel de Certeau, que ainda nos anos 80 já refutava a máxima sobre a passividade do consumidor da mídia, dizendo antes que o receptor é também produtor neste processo. A mudança de perspectiva sobre os atores sociais vem da capacidade de distribuição da informação adquirida pela massa e foi o uso social dados às ferramentas que tinha à disposição que lhe deram os contornos que se vê hoje.

"Inovação, difusão e incorporação de certas formas de ação coletiva dependem da rotina da população, suas experiências, organização e modelos de sociedade a que são expostos. Com o aumento do uso das tecnologias de informação e comunicação, tais repertórios são cada vez maiores. Experiências, modelos sociais, valores e signos são cada vez mais difundidos, confrontados e compartilhados, criando um amplo horizonte de transformação simbólica e social." (Machado, 2007, p.279)

Por isso, Bruno Torturra afirma na entrevista ao Plano B!, que mais importante que mostrar a ação, as transmissões do Mídia NINJA é a possibilidade de conversar, extrair e registrar a opinião das partes atuantes no acontecimento. Por estar legitimamente misturada entre os manifestantes, a mídia consegue o acesso e a simpatia dos populares no ato, que a veem como aliada e semelhante. Não se difere quem é manifestante e quem é jornalista. Com esta abertura, os produtos do Mídia NINJA são enriquecidos com entrevistas com atores das diversas camadas do movimento, com opiniões diferentes e divergentes entre si, mas captando de forma muito humana e individual o motivo daquela pessoa estar se posicionando daquele jeito naquele momento. Nesta etapa, a nova narrativa que está sendo contada ganha forças ao quebrar os estereótipos sociais preestabelecidos e reforçados pela mídia tradicional, como por exemplo a imagem de que todo manifestante é vândalo.

Ou seja, "o ativismo característico das ações e protestos de rua é incorporado nas estratégias comunicacionais de produção e nas formas de circulação das mensagens publicadas". (Bittencourt, 2014, p.87) As características das novas mídias e aparatos tecnológicos são o que possibilitam esta mescla entre o mundo físico das ruas e o mundo virtual.

Graças à mobilidade dos dispositivos audiovisuais e da conexão com a Internet, a ação e participação também pressupõem hoje em dia a possibilidade de transmissão da mensagem *in loco*, trazendo relevância para o local da emissão. "A atual configuração comunicacional nos coloca em meio a novos processos "pós-massivos" que vão permitir emitir, circular e se mover ao mesmo tempo. A mobilidade informacional é o diferencial atual." (Lemos, 2007, p.127)

A mobilidade é uma característica atual da era das mídias e já foi discutida neste trabalho, mas volta-se a ela pelo diferencial que imprime no Mídia NINJA como canal de comunicação hospedado no Facebook. O Facebook não apenas permite a mobilidade, como a estimula com suas funções. Integrado com o Google Maps ou mesmo com o GPS do próprio telefone, o Facebook possui ferramentas de *check-in*, por exemplo, onde os usuários podem marcar e divulgar onde estão geograficamente, valorizando ainda mais o local onde se está. Alguns autores acreditam inclusive que esta importância da mobilidade pode ser traduzida em um novo tipo de Comunicação: "Em decorrência do uso dos artefatos móveis digitais como celulares, notebooks e tablets, surge uma forma de comunicação — a Comunicação Locativa — caracterizada pelo envio de informações que emanam do lugar diretamente para estes dispositivos, capaz de retomar o alto grau de relevância do lugar na comunicação. (MEDEIROS, 2011, p.26)." (*apud* Almeida e Paiva, 2014, p.31)

A opção de transmissão ao vivo ininterrupta, sem limite de tempo, diretamente do local do acontecimento, permite que o internauta possa experimentar e vivenciar estar em infinitos lugares sem sair de onde está. Afinal como disse Lévy (1999, p.127) "a cibercultura aponta para uma civilização da telepresença generalizada" e o poder impactante de estar imerso, participante, misturado ao acontecimento e sujeito à imprevisibilidade transferem força e credibilidade ao discurso do cidadão-repórter.

"Enquanto as oportunidades discursivas remetem à construção do discurso do movimento, as oportunidades em rede referem-se ao planejamento das mobilizações. Novamente, a aproximação entre a atuação de um movimento

social e a de um coletivo midiático pode ser efetuada para trabalhar as três estruturas de oportunidade: mídia, discurso e rede." (Bittencourt, 2014, p.93)

Também fazem parte da ação advinda da associação ao coletivo midiático as possibilidades de vigiar, fiscalizar, pressionar e questionar as figuras públicas e políticas sobre suas decisões e em defesa dos direitos do povo. Como disse Bruno Torturra, o "monopólio do constrangimento alheio" até então exercido pelo Estado e pela grande mídia, em suas atuações de controle, é quebrado e o poder é assumido por mais pessoas. A noção de Foucault sobre vigilância é invertida da lógica em que o cidadão comum é sempre vigiado pelo Estado e por seus semelhantes, para uma disposição que permite a constante observação de todos e por todos.

Nas palavras de Capilé, a novidade está em ter o "celular na cara do policial", com a segurança de saber que qualquer reação autoritária por parte do Estado e seus representantes seria assistido por "um milhão de pessoas". No caso específico da Mínia NINJA e do Brasil, esta mudança trouxe consequências qualitativas e concretas, já que a polícia de São Paulo foi proibida de sair com gás de pimenta e armas de borracha às ruas, graças às denúncias e imagens de abusos violentos contra os manifestantes. O Ministério Público Federal assumiu a Mídia NINJA como parceira em alguns casos, inserindo seus vídeos e registros entre as provas a serem analisadas em casos de agressões e crimes ocorridos em protestos³⁹.

A oficialidade que estas veiculações ganham ante às instituições oficiais da sociedade, a criação de um novo paradigma estético para a produção audiovisual e as transformações conceituais promovidas no campo jornalístico são ainda complementadas pela originalidade e particularidade da linguagem. A globalização da juventude hiperconectada contribui para o desenvolvimento de uma linguagem mais unificada e universal, contando com inúmeros neologismos, abreviações, siglas e símbolos linguísticos.

Antoun e Malini (2010) falam inclusive de "uma nova linguagem jornalística, a *“hashtag storytelling”*, uma espécie de Napster da narrativa noticiosa, em que os internautas têm acesso a tudo o que se publica na rede, de forma direta, ponto a ponto, de baixo pra cima, criando e participando um grande mural conversacional e uma comunidade virtual de notícia. Na prática, a narrativa noticiosa baseada em hashtags foi utilizada para troca de informação mútua, organização tática dos protestos, globalização dos fatos, localização de testemunhas/fontes, relatos multimídia de registros do cotidiano, promoção de ideologias,

39 Por exemplo, ler:<http://www.abc.com.br/cidadania/2016/06/agressoes-na-unb-policia-insere-novas-provas-mp-analisa-5-acoas> Acessado em: 20/10/2017

conversação social e agendamento da mídia." Ou seja, o uso de *hashtags* tem para o povo a função de aglomerar, organizar, selecionar e controlar.

"É diferente dos veículos tradicionais de imprensa, que são meios de informação, o que a biopolítica da multidão online tem empregado é a transformação das mídias sociais em mídias de coordenação. É mais do que isso, a "narrativa dos muitos", com uso de hashtag, ultrapassa e reinventa a noção breaking news. Ela traz a autonomia para o modelo da mídia online, porque faz da vida e da história as condutoras do tempo real, ao não paralisar o tempo, mas apropriar-se dele e reterritorializá-lo com a narrativa coordenadora da ação coletiva."

Se, como já dito acima, o conceito de comunicação comunitária pressupõe a participação ativa dos cidadãos, protagonizando a ação e voltando esforços para atingir toda a comunidade, a Mídia NINJA também pode ser considerada uma atualização do conceito de comunicação comunitária. Além disso, também já vimos que trabalha a comunicação locativa e atua como mídia tática e alternativa, mas, acima de tudo, a Mídia NINJA se encaixa na ideia de mídia livre.

"O movimento de mídia livre não é apenas uma construção de jornalistas e/ou militantes políticos de esquerda. Ele é muito mais amplo. Quando se definiu pelo nome Mídia Livre uma das intenções era exatamente a de se associar a luta dos softwares livres e das rádios livres. Mas também a de demonstrar que a construção do movimento tinha por princípio a liberdade como valor.

A luta contra os monopólios corporativos, contra a censura da informação, contra o bloqueio do acesso ao conhecimento.

E que buscava ser não uma instituição, uma associação, mas um espaço livre para articulações e para o fomento de iniciativas inspiradas na dinâmica do compartilhamento e na construção da cultura do comum." (Rovai, 2009)

A Mídia NINJA pode ser considerada uma mídia livre, então, pois:

- Organizou-se genuinamente da população e para ela;
- Manteve-se afastado de financiamentos advindo de instituições políticas, financeiras, corporativas ou com objetivos paralelos às causas sociais;
- Para se manter, criou um complexo sistema de economia solidária, coletiva e comunitária;

- Funciona apenas através da participação massiva da população espalhada no território nacional;
- Incentiva o uso de material próprio para a produção de conteúdo;
- Promove a qualificação, e até profissionalização, dos colaboradores através da troca de conhecimentos e experiências na rede;
- Apropria-se das ferramentas disponíveis no ciberespaço para aprimorar sua experiência e criar novos parâmetros de modelos e formatos de comunicação.

E a Mídia NINJA segue atuando no Brasil como uma mídia livre, moderna em sua execução, mas tão antiga em seu ideal democrático contra a exploração e dominação dos menos favorecidos pelo sistema capitalista. Certos do sucesso da iniciativa, testam formatos, experimentam linguagens e organização de modo a construir um conhecimento transmissível e inspirador para que outros coletivos midialivristas surjam pelo Brasil e pelo mundo, multiplicando as vozes e narrativas. *"Thus, as in previous historical periods, the emerging public space, rooted in communication, is not predetermined in its form by any kind of historical fate or technological necessity. It will be the result of the new stage of the oldest struggle in humankind: the struggle to free our minds."* (Castells, 2007, p.259)

CONCLUSÃO

Este trabalho percorreu os caminhos da evolução dos meios de comunicação social desde o seu surgimento até o ano de 2017. As principais rupturas causadas na sociedade foram assinaladas com maior destaque para o caráter qualitativo, mas também com atenção para os aspectos quantitativos. Pela ênfase no uso social da mídia, muito mais que suas características técnicas, o poder do discurso foi explicado através de Foucault em busca de uma percepção mais ampla sobre a necessidade de dar voz às narrativas dos menos favorecidos, garantindo assim o direito democrático. O direito básico do acesso à informação amplia-se à medida que as novas tecnologias vão incentivando a interação e a participação. Não se trata mais de apenas receber a mensagem, mas de ser ator em sua produção, repercussão, divulgação e ação.

As diversas formas de dominação e exploração social existentes nas sociedades advêm de uma série de desigualdades, dentre elas a desigualdade de informação. A cidadania democrática, para ser exercida em sua plenitude e essência, exige igualdade de direitos e poderes, mas também de acesso à informação. Apenas com plena consciência e conhecimento dos acontecimentos é que o cidadão pode exercer seus direitos e deveres cívicos. Mas a "*information inequality*" é tão cruel como denunciada por Schiller e cria gigantescos abismos sociais entre comunidades locais, nacionais ou mesmo entre países e continentes.

Os princípios presentes no ideal democrático, de igualdade e de participação ativa, também estão presentes no conceito de Habermas de esfera pública. (Miswardi, 2015, p.5) As redes sociais funcionam com modernas arenas de debates públicos, onde todos podem opinar e argumentar em defesa de seus pontos de vista. A Internet assume papel importante na manifestação popular e na organização de movimentos sociais. Vira, através do ciberespaço, o lugar para a construção da inteligência coletiva, que exige a participação da comunidade, de modo a produzir novos parâmetros sociais a partir do ponto de vista também das minorias e dos oprimidos. O uso tático e estratégico de dispositivos tecnológicos (incluindo redes sociais) para a organização, comunicação e ação coletiva conferem destaque à tecnologia nesta era, mas só podem ser pensados em conjunto com a interpretação e utilização da grande massa.

"Aquilo que identificamos, de forma grosseira, como "novas tecnologias" recobre na verdade a atividade multiforme de grupos humanos, um devir coletivo complexo que se cristaliza sobretudo em volta de objetos materiais, de programas de computador e de dispositivos de comunicação." (Lévy, 1999, p.28)

O audiovisual auxiliou na constituição de uma "sociedade mais transparente" (Cádima, 1995) e, através da sua propagação pela miniaturização e mobilidade dos telefones com câmeras e Internet integradas, o cidadão pode assumir papel ativo no processo de desenvolvimento da sociedade. Em torno de uma causa comum e organizados conforme a tendência virtual da disposição em rede, horizontalizada e descentralizada, muitos cidadãos encontram nas redes sociais o palco para sua militância e nos *smartphones* a arma para disseminar sua mensagem. Com o objetivo de fazer frente à mídia tradicional, com seu discurso já descredibilizado por conta das suas enraizadas amarras financeiras e políticas, novas comunidades são criadas, agora no ciberespaço, para fortalecer uma causa e reunir pessoas em busca de objetivos sociais.

Cientes e imersos na importância do domínio dos meios de comunicação na atualidade, esta nova geração de militantes há muito busca ocupar seu espaço no ambiente "democrático" da Internet. Comunidades virtuais, fóruns de discussões, organização de eventos e outras diversas associações são feitas entre pessoas que desenvolvem seu senso de comunidade e cidadania ao mesmo tempo que criam ferramentas práticas de manifestação pública. Para ajudar na propagação da mensagem e confrontar a narrativa da grande imprensa, coletivos midiáticos começaram a atuar utilizando o material à disposição e experimentando novas linguagens e formatos. Era a base para a mídia livre.

"Hoje, as apropriações das tecnologias digitais têm incrementado a intervenção das audiências não apenas na ressignificação dos acontecimentos, mas na produção de conteúdos e formatos audiovisuais que circulam em outros nichos midiáticos." (Becker e Machado, 2014, p.43)

Naturalmente associada à popularização dos aparelhos e vias de comunicação, a mídia livre é muito melhor definida através de suas práticas que de um conceito. A dificuldade em encontrar referências conceituais no meio acadêmico, trouxe para este trabalho a liberdade de perceber nos movimentos e manifestos de mídia livre as suas principais características. Assim, a única conclusão possível de se afirmar é que trata-se de uma realização determinada

principalmente pela não dependência de interesses corporativos, políticos ou privados, antes dedicada à busca pelo bem social comum.

A participação coletiva e a organização horizontal também devem ser tomadas como elementos indispensáveis para a mídia livre. O termo também só pode ser pensado quando associado à prática, que, quando atuando, traz a consequência direta da construção de uma narrativa social sob a perspectiva da coletividade.

*"Free media are an essential component of procedural as well as substantive democracy. They are both on the ascendant and under attack. Growing democratisation, liberalisation of media and new technologies have meant that control of information and media by government has become far more difficult."*⁴⁰

Naturalmente, a mídia livre se posiciona com uma postura de oposição, mas não limita a participação de múltiplas vozes. A multiplicidade das verdades cria um ambiente paradoxal, onde todos os discursos podem ser relativizados. Este paradoxo faz parte do jogo, dirá Sfez (1997, p.11), e se torna uma tecnologia capaz de não ser contradita e, assim, reinante com domínio absoluto.

Os coletivos midiáticos ajudam como meio de dar forma e direcionar estas múltiplas vozes, organizando a sua veiculação. O coletivo Mídia NINJA é um exemplo de sucesso deste modelo de prática da mídia livre no Brasil. "O ideário que reunia os ninjas, em síntese, passava pela colaboração na produção e gestão de conteúdo, independência editorial em relação a patrocinadores/apoiadores, valorização das parcialidades, experimentação narrativa e inserção radical na ação." (Guimarães, 2016, p.54)

Considera-se portanto a Mídia NINJA uma mídia livre pela natureza de sua organização, genuína e essencialmente popular, cabendo aos cidadãos comuns o desenvolvimento do conteúdo para o resto da população. A participação e produção coletiva são a base de todo o seu funcionamento e diferencial na distribuição de informação pelo território brasileiro.

Sem financiamentos com vínculo político ou comercial, desenvolveu um modelo próprio de sobrevivência econômica, que até então tem se mostrado eficiente e sustentável. Para isso, apela para ferramentas domésticas e pessoais dos participantes, utilizando plataformas públicas e gratuitas como base de funcionamento e organização. Por fim, mas não

40 Disponível em: <http://www.communicationforsocialchange.org/mazi-articles.php?id=353> Acessado em: 18 de agosto de 2017

menos importante para o enquadramento como mídia livre, está a busca declarada e parcial por melhorias sociais e coletivas em detrimento de parcelas menos favorecidas da população do Brasil.

“Más que la creación de una sociedad política justa o la abolición de todas las formas de dominación y explotación, el principal objetivo de la democracia debe ser el de permitir que individuos, grupos y colectividades sean sujetos libres, productores de su historia, capaces de reunir en su acción el universalismo de la razón y las particularidades de la identidad personal y colectiva” (Touraine, 1995, p.263)

No seio da produção da informação e da notícia, vale lembrar que está o papel vigilante que a população passa a ter sobre seus governantes e/ou opressores. "As democracias expõem o político de forma imediata, em pessoa, diante de certos representantes. [...] Mas, como as novas técnicas permitem ao orador ser ouvido e visto por um número ilimitado de pessoas, a exposição do político diante dos aparelhos passa ao primeiro plano". (Benjamin, 1955, p.8) As redes sociais também vêm sendo usadas para expor e denunciar atitudes suspeitas de pessoas públicas e instituições, sempre em busca da verdade não revelada ao povo.

"Uma das armas da crítica é confrontar um regime com sua verdade oficial para mostrar que ele não é conforme ao que diz." (Bourdieu, 2012, p.65)

A Mídia NINJA tem a clara intenção de tornar seu colaborador, enquanto cidadão-repórter, como participante ativo na construção de uma nova narrativa social no Brasil. O objetivo já vem sendo cumprido e pode começar a ser mensurado através dos números das ferramentas digitais e virtuais. A atenção dada ao coletivo pela população e pela mídia tradicional já trouxeram o benefício do debate público sobre a necessidade de haver uma mídia livre de amarras sociais e que possa confrontar a veracidade "intocável" do que é veiculado na mídia tradicional. Apesar de ainda ser nova e estar exposta a todos os reveses das mudanças em curso, a Mídia NINJA criou um modelo que pode ser repetido por outros grupos, em outros países democráticos. Já se consolidou como canal de comunicação digital no Brasil e encontrou respeito e credibilidade na mídia tradicional nacional e internacional⁴¹. Na mídia livre os grupos sempre buscam a criação de um modelo funcional e a sua expansão:

41 Como exemplos ver: <https://www.tsf.pt/cultura/interior/midia-ninja-a-voz-dos-99-5459693.html> ou <https://oglobo.globo.com/cultura/midia-ninja-9406383>

"É notória a tentativa de se afirmar como modelo de mídia, de ampliar seu campo de atuação" (Costa, 2011, p.11)

Este tipo de prática vem ganhando força nas sociedades democráticas contemporâneas e credibilizando e naturalizando novas disposições de organização. "As organizações em rede vêm se mostrando mais robustas e resilientes do que formas hierárquicas verticalizadas" (Clinio, 2013, p.181) Mas para que a mídia livre possa continuar ascendendo na vida social, há alguns desafios que devem ser refletidos e superados.

Antes de tudo, é necessário lutar pela expansão da Internet, vista pelos midialivristas como um direito social no século XXI. Com a Internet deve vir o acesso às ferramentas básicas de navegação: um computador ou um *smartphone* e a conexão à web. Daí surge a necessidade de capacitar as pessoas para se comunicarem e se informarem através da Internet, com projetos de inclusão digital nos países e comunidades carentes, do interior e nas escolas.

Ainda no campo do ensino, é imprescindível incluir na grade curricular disciplinas que foquem em desenvolver a visão crítica dos alunos quanto aos produtos da mídia, além de ensiná-los conceitos básicos para a produção e distribuição da informação, ideia melhor resumida através do campo da Literacia Midiática. No fundo, o cidadão precisa estar "pronto" para ser ouvido. Precisa assumir um olhar mais criterioso e responsável sobre a sua nova possibilidade de comunicar e expor opinião, e essa responsabilidade é, para Bruno Torturra, o próximo passo a ser dado.

Sendo o formato em rede sua principal característica estrutural, os coletivos de mídia livre devem aproveitar-se disso como estratégia básica de crescimento, buscando mapear as redes midialivristas existentes e criando com elas contato e troca de experiências e conhecimento. Também é importante o envolvimento da Academia, para fomentar o uso social-democrático das novas ferramentas e tecnologias digitais. Se o mundo acadêmico não trabalha com previsões sobre o futuro, ao menos que durante o processo evolutivo dos meios de comunicação haja uma atenção para o uso que vem sendo dado pela população e para guiar a sociedade para utilizar aquele poder não apenas para o consumo pessoal e entretenimento, destaques capitalistas, mas colocá-la nos caminhos democráticos de igualdade.

O uso de múltiplas fontes de teorias e conhecimento neste trabalho foi propositado, para evitar uma abordagem maniqueísta sobre a mídia tradicional e as classes que a dominam. Diversas épocas e diversos autores foram pontuados para que se aproveitasse os contributos dos clássicos das ciências sociais, mas atualizá-los também através dos pensadores

contemporâneos à era digital. É necessária a atualização constante do saber comunicacional, avançando tão rápido quanto a inovação tecnológica e digital.

O aprimoramento e ajuste da legislação do mundo online também se faz urgente. Variando de acordo com cada país, as leis que controlam a web ainda possuem muitas lacunas, deparando-se com novos desafios a cada lançamento digital. Aqui, a complexidade da questão está não apenas em preservar a liberdade de expressão, mas também de garantir a privacidade do internauta (vide o caso internacional da Agência de Segurança norte-americana em 2013 e do seu ex-funcionário Edward Snowden). "A Internet, na sua configuração econômica atual, veicula uma ideologia de liberdade desregulada, quando, na prática, é subsumida a arquiteturas e protocolos que mantêm a cultura sobre-determinada a um biopoder capaz de estimular a criação de subjetividades." (Antoun e Malini, 2010) Por isso, também vale o incentivo de produção de mais softwares livres, para hospedar as novas comunidades virtuais e sustentar a mídia livre. Afinal, o próprio Facebook é uma plataforma pertencente a uma empresa privada, com interesses também privados.

O diálogo com a mídia tradicional deve existir, sempre no sentido de mostrar a todos de que há novos caminhos que podem ser percorridos pela comunicação, além da lógica comercial da informação. A busca por novos formatos se faz neste sentido, de provar e experimentar modelos que possam servir de paradigmas mais populares, mais ao alcance da grande massa.

Por fim, do incrivelmente abundante e variado acervo audiovisual que vem sendo gerado nos últimos anos, deve-se buscar e pensar uma forma organização e manutenção, de modo a garantir a preservação daquela história e facilitar seu acesso e entendimento. O contato com os campos da tecnologia da informação e das ciências digitais deve ser intenso e contínuo. Também pode-se pensar em novos produtos audiovisuais para reinterpretar estes vídeos e fotografias com outro olhar, expandindo os limites do conhecimento.

Mas tudo isso depende do investimento do Estado ou das grandes e ricas corporações, que nem sempre têm interesse no desenvolvimento da consciência coletiva popular. "Para ampliar o midialivrisimo, precisamos e devemos ter apoio do Estado. E não devemos tratar essa questão nem com pruridos nem a partir da mesma lógica assaltante dos conglomerados comerciais. Precisamos pensar em novos modelos de financiamento." (Rovai, 2009)

Partindo do princípio da dominação e exploração social de cima para baixo, sabe-se que não será fácil ou rápido quebrar este *status quo* e a mobilização das massas, no mundo

real ou virtual, é essencial para que a Comunicação exerça seu papel social-democrático com plenitude.

"Quanto mais cidadãos expressarem o que pensam, e o defenderem escrevendo, mais mudanças ocorrerão na forma como as pessoas compreendem os assuntos públicos. É fácil estar enganado e mal orientado. É mais difícil quando o produto da nossa mente pode ser criticado por outros. Claro que é raro o ser humano que admite que foi convencido de que estava errado. Mas é ainda mais raro um ser humano capaz de ignorar o facto de ter ficado provado que estava errado. O facto de se escreverem ideias, argumentos e críticas melhora a democracia. Hoje em dia existem pelo menos 2 milhões de blogues onde esse tipo de escrita acontece. Quando forem 10 milhões, haverá então algo de extraordinário a relatar." (Lessig in Castells e Cardoso, 2005, p. 246)

BIBLIOGRAFIA

- Almeida, T. e Paiva, C. (2014) *Midiativismo, redes e espaço público autônomo: as novas mídias na redefinição das relações de poder. Mídia, Tecnologia e Tecnologia e Linguagem Jornalística*. Editora do CCTA.
- Alves, J. O Som e o Audiovisual. *Forum Media*. Disponível em: http://www.ipv.pt/forumedia/3/3_fi6.htm [Consult. 25 de Julho de 2017]
- Agamben, G. (2005) *¿Qué es un dispositivo?* Disponível em: <http://ayp.unia.es/r08/IMG/pdf/agamben-dispositivo.pdf> [Consult. 23 de Abril de 2017]
- Antoun, H. e Malini, F. (2010) *Ontologia da liberdade na rede. A guerra das narrativas na Internet e a luta social na democracia*. Association Multitudes.
- Bauman, Z. (1999) *Globalização: As conseqüências humanas*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.
- Becker, B. e Machado, M. (2014) Brasil entre as telas e as ruas: produção e consumo das narrativas jornalísticas audiovisuais sobre os protestos nacionais de junho de 2013. *Discursos Fotográficos*, Londrina, v.10, n.17, p.39-60,
- Beiguelman, G. (2011) O fim do virtual. Série de cinco artigos virtuais. *Revista Select*.
- Belisário, A. et al (2008) Midialivristas, uni-vos! *Lugar Comum*, nº 25, pp. 137-141.
- Benjamin, W. (1955) *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1563569/mod_resource/content/1/A%20obra%20de%20arte%20na%20era%20da%20sua%20reprodutibilidade%20t%C3%A9cnica.pdf [Consult. 10 de Junho de 2017]
- Bittencourt, M.C. (2014) A midiatização do ativismo nas coberturas do G1 e do Mídia NINJA. *Comunicação Mídia e Consumo*, ESPM.
- Bourdieu, P. (1989) *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro, Ed. Bertrand.
- Bourdieu, P. (1997) *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.
- Bourdieu, P. (2014) *Sobre o Estado: Cursos no Collège de France (1989-92)* 1ª ed. São Paulo, Companhia das Letras.

Briggs, A e Burke, P. (2006) *Uma história Social da Mídia: de Gutemberg à Internet*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.

Callewaert, G. (2003) Bourdieu, crítico de Foucault. *Educação, Sociedade e Cultura*. nº 19, pp.131-170. Disponível em: <http://www.fpce.up.pt/ciie/revistaesc/ESC19/19-5.pdf> [Consult. 21 de Abril de 2017].

Campos, L. e Canavezes, S. (2007) *Introdução à Globalização*. Instituto Bento Jesus Caraça. Disponível em:

<https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/2468/1/Introdu%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A0%20Globaliza%C3%A7%C3%A3o.pdf> [Consult. 13 de Junho de 2017].

Cardoso, G. (2007). *Mídia na Sociedade em Rede*. 1ª ed., Rio de Janeiro, Editora FGV.

Carneiro, J. (2012) A comunicação mediada por computador e a cultura do ciberespaço. *CISECO*, Paraíba.

Castells, M. in Castells, M. e Cardoso, G. (2005) *A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Acção Política*. Debates Presidência da República. Disponível em: http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf [Consult. 13 de Junho de 2017].

Castells, M. (2007) Communication, Power e Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, Califórnia, pp.238-266.

Clinio, A. (2013) A Ação Política no cotidiano: a mídia tática como conceito operacional para pesquisas em mídia, cotidiano e política. *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano*. nº 1, pp.169-188.

Costa, R. (2005) Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. *Interface - Comunic., Saúde, Educ.*, v.9, n.17, p.235-48.

Costa, R. (2011) Mídias livres: reflexões sobre a intervenção social na contemporaneidade. *Intercom*. São Paulo.

Coutinho, G. (2014) *A Era dos Smartphones: Um estudo Exploratório sobre o uso dos Smartphones no Brasil*. UNB, Brasília.

Deane, J. (2007) Democracy, Development and the Media, *Mazi Articles*. Disponível em: <http://www.communicationforsocialchange.org/mazi-articles.php?id=353> [Consult. 7 de Agosto de 2017]

Del Bianco, N. (2004) Elementos para pensar as tecnologias da informação na era da globalização. *Intercom*, São Paulos, v. 24, n. 2. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/462>

[Consult. 24 de Junho de 2017].

Deleuze, G. (1990) *O que é um Dispositivo?* Disponível em: http://www.uc.pt/iii/ceis20/conceitos_dispositivos/programa/deleuze_dispositivo [Consult. 23 de Abril de 2017].

Deuze, M. (2011) Media Life. *Media, Culture & Society*. nº 33, pp.137-148.

Eco, U. (1984) *Apocalípticos e Integrados*. 7ª ed., Espanha, Editorial Lumen.

Fernandes, A. e Oliveira, L. Espaço público, política e ação comunicativa a partir da concepção habermasiana. *Revista Estudos Filosóficos*, nº6, São João del Rey, pp.116-130.

Fernandes, T. *et al.*(2011) A mídia em crises e conflitos internacionais. *Simulação das Nações Unidas para Secundaristas*, 10ª ed., pp.397-423.

Ferreira, G. (2014) Novos media, hoje – Elementos para a definição técnico-social de um conceito. *Artciência*. nº 18. Coimbra.

Ferreira, L.M e Ribeiro, A.P. (org.) (2007) *Mídia e Memória: A produção de sentidos nos meios de comunicação*. Rio de Janeiro, Mauad X.

Fidalgo, A. *O poder das palavras e a força das imagens: A retórica na era do audiovisual*. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/~fidalgo/retorica/fidalgo-antonio-retorica-era-televisao.pdf> [Consult 22 de Julho de 2017]

Foucault, M. (1979) *Microfísica do Poder*. Organização , introdução e Revisão Técnica de Roberto Machado. Disponível em: <https://ayrtonbecalle.files.wordpress.com/2015/07/foucault-m-microfc3adsica-do-poder.pdf> Acessado em: 27 de Maio de 2017.

Foucault, M. (1984). *história da Sexualidade*. Volume II: o uso dos prazeres. Rio de Janeiro, Graal.

Foucault, M. (1999) *A Ordem do Discurso*. 5ª ed., São Paulo, Edições Loyola.

Foucault, M. (2008) *A Arqueologia do Saber*. 7ª ed., Forense Universitária.

Franco, M. (1995) Prazer Audiovisual. *Comunicação e Educação*. São Paulo. Disponível em: <http://www.journals.usp.br/comueduc/article/viewFile/36134/38854> [Consult. 17 de Julho de 2017]

Gohn, M.G. (1997) *Teoria dos Movimentos Sociais, Paradigmas Clássicos e Contemporâneos*. São Paulo, Edições Loyola.

Gouveia, L.M. (2004) sociedade da informação: notas de contribuição para uma definição operacional. Disponível em: http://homepage.ufp.pt/lmbg/reserva/lbg_socinformacao04.pdf
Acessado em: 22 de Maio de 2017.

Gregolin, M. (2007) Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. *Comunicação, Mídia e Consumo*. n° 11, São Paulo, Novembro, pp.11-25

Hobsbawn, E. (2004) *Invention of Tradition*. 20ª ed., Cambridge, University Press.

Jenkins, H. (2009) *Cultura de Convergência*. Ed. Aleph.

Kellner, D. e Share, J. (2008) Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e a reconstrução da educação. *Educ. Soc.*, Campinas, vol. 29, n. 104 - Especial, p. 687-715, Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v29n104/a0429104.pdf> [Consult. 18 de Novembro de 2017]

Kirkpatrick, D. (2011) *O Efeito Facebook*. Rio de Janeiro. Editora Intrínseca.

Lévy, P. (1999) *Cibercultura*. 1ª ed., São Paulo, Editora 34.

Lister, M. et al. (2009) *New Media: a critical introduction*. 2ª ed., Routledge. Disponível em: http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/speckurs/New_media.pdf [Consult. 12 de Junho de 2017]

Machado, A. (1990) *A arte do vídeo*. 3ª ed., São Paulo, Brasiliense.

Machado, J. A. (2007) Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. *Sociologias*, Porto Alegre, n 18, pp. 248-285

Marcello, F. (2009). Sobre os Modos de Produzir Sujeitos e Práticas na Cultura: o conceito de dispositivo em questão. *Currículos sem Fronteiras*. v.9, n°2, Canoas, Julho – Dezembro, pp.226-241.

Marcuse, H. (1973) *A Ideologia da Sociedade Industrial: O Homem Unidimensional*. 4ª ed., Rio de Janeiro, Zahar Editores.

Masuda, Y. (1980) *The Information Society and Post-Industrial Society*. Washington: World Future Society. pp.31–33.

McLuhan, M. (1964) *Understanding Media: The extensions of man*. Londres. Disponível em: http://robynbacken.com/text/nw_research.pdf Acessado em: 14 de Junho de 2017.

Melo, I. (2007) A notícia como forma de conhecimento segundo Robert Park. Belo Horizonte, FUMEC.

Mendel, T. e Solomon, E. (2011) Liberdade de expressão e Regulação da Radiodifusão. *Séries Debates CI*. nº8. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/Liberdade_de_Expressao_PORT.pdf [Consult. 22 de Agosto de 2017]

Michel, J. e Michel, M. (2006) Comunicação Comunitária e Cidadania – Resgate da cultura e construção da identidade. *Comunicação Comunitária e Cidadania*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/michel-margareth-jerusa-comunicacao-comunitaria-cidadania.pdf> [Consult. 27 de Julho de 2017]

Miswardi, G. (2015) Digital Media: A double-edge sword for representative Democracy. Disponível em: <http://20years.idea.int/files/Digital-Media-A-Double-Edged-Sword-for-Representative-Democracy.pdf> [Consult. 27 de Julho de 2017]

Neto, P. (2012) Definindo a agenda dos agenda-setters: estratégias, oportunidades e constrangimentos ao agendamento mediático na era das Tecnologias da Informação e Comunicação. *Observatorio (OBS*) Journal*, vol.5, nº2, 241-269.

Oliveira, L. R. (1997) *Alfabetização informacional na sociedade da informação*. Universidade do Minho, Braga.

Ortiz, R. (1988) *A moderna tradição brasileira*. São Paulo, Brasiliense.

Pellanda, E. (2007) Mobilidade e personalização como agentes centrais no acesso individual das mídias digitais. *Compós*. Rio Grande do Sul.

Peralta, E. (2007) Abordagens teóricas aos estudos da Memória Social. *Arquivos da Memória*. nº2, Lisboa, pp.4-23.

Pernisa, C. (2010) *Comunicação digital: jornalismo, narrativas, estética*. Rio de Janeiro, Mauad X.

Peruzzo, C. (2002) Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”(?) *MATRIZES*, nº7, São Paulo, pp.73-93.

Pisa, L. (2013) O que representamos para o Facebook: como o poder e os discursos operam na construção de subjetividades. *Intercom*, Bauru.

Poster, M. (2001) *The information subject*. 1ª ed., Routledge.

Presta, G. (2014) ‘Revolta da antena’: Redes, dispositivos móveis, ativismo e mídia livre nas manifestações de 2013 no Brasil. *Palíndromo*, nº 11.

Recuero, R. (2009) *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre, Sulina.

Rocha, R. in Filho, C. (org.) (2014) *Dicionário da Comunicação*. 2ª ed., Paulus Editora.

Rosetto, G. e Silva, A. (2012) Agenda-setting e Framing: detalhes de uma mesma teoria? *Intexto*, nº 26, Porto Alegre, p.98-114.

Santaella, L. (2003) Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Famecos*, nº22, Porto Alegre

Santos, T.A. (2013) A Mídia e sua relação com a Violência Simbólica no contexto escolar. *Revista Encontro de Pesquisa em Educação*. nº 1, Uberaba, pp.58-70.

Schiller, H. (1996). *Information Inequality*, New York, Routledge.

Schudson, M. in Jenkins, H. e Thorburn, D. (2004) *Democracy and New Media*. MIT Press.

Setton, M.G. (2002) A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu. *Revista Brasileira de Educação*, nº 20. Maio – Agosto, pp.60-70. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a05> [Consult. 20 de Março de 2017]

Sfez, L. (1997) As tecnologias do espírito. *Revista Famecos*. nº 6. PortoAlegre. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/2958/2241> [Consult. 22 de Julho de 2017]

Sodré, M. (2002) *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Rio de Janeiro. Editora Vozes.

Sousa, J.P. (2006) *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. 2ª ed., Porto. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf> Acessado em: 09 de Maio de 2017.

Tarde, G. (2005) *A Opinião e as Massas*. 2ª ed., São Paulo, Martins Fontes.

Touraine, A. (1999). *¿Cómo salir del neoliberalismo?*. Barcelona. Paidós.

Vieira, N. (2008) As Literacias e o Uso Responsável da Internet. *Observatorio (OBS*) Journal*, nº5, 193-209.

Winck, J. (2007) A promessa do audiovisual interativo. *TransInformação*. Campinas, pp.279-288.