

## **A mídia alternativa dos coletivos de comunicação<sup>1</sup>**

### **Medios alternativos de los colectivos de comunicación**

### **Alternative media of communication collectives**

1. Este artigo modifica e amplia parte do que está publicado nos Anais do 42º Encontro Anual da Anpocs, congresso ocorrido de 22 a 26 de outubro de 2018, em Caxambu - MG.

#### **Samaria Andrade**

Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília. Professora de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí, pesquisadora do grupo Observatório do Jornalismo (UESPI) e associada ao grupo Comum, da Universidade Federal do Piauí (UFPI).

Contato: samaria.andrade@hotmail.com

#### **Fábio Pereira**

Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília. Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília e pesquisador associado aos centros de pesquisa Arènes (França), CRICIS (Canadá) e ReSIC-ULB (Bélgica).

Contato: fabiop@gmail.com

**Submetido em: 11.09.2019**

**Aprovado em: 11.02.2020**



## Resumo

Coletivos de comunicação são atores heterogêneos que emergem no século XXI, fruto de avanços sociotécnicos e se equilibrando entre a concentração da mídia — renovada pelos oligopólios digitais — e uma contratendência que abre espaço a formas contestadoras. Mesmo com a repercussão do fenômeno, há pouca literatura consolidada sobre ele. Por meio de pesquisa bibliográfica, consulta a relatórios e observando a atuação desses agentes, esse estudo objetiva promover uma aproximação com essa mídia alternativa de tipo novo: digital, colaborativa e militante. Assim, apresenta contextos e dados, discute conceitos e propõe uma filiação para o fenômeno na busca de melhor compreendê-lo.

Palavras-chave: Coletivos de Comunicação. Comunicação. Mídia Alternativa. Filiação

## Resumen

Los colectivos de comunicación son actores heterogéneos que emergen en el siglo XXI, como resultado de los avances sociotécnicos y el equilibrio de la concentración de los medios de comunicación, renovada por los oligopolios digitales, y una contratendencia que deja espacio a formas de contestación. A pesar de la repercusión del fenómeno, hay poca literatura consolidada al respecto. A través de la investigación bibliográfica, la consulta de informes y la observación del desempeño de estos agentes, este estudio tiene como objetivo promover un acercamiento con este nuevo tipo de medio alternativo: digital, colaborativo y militante. Por lo tanto, presenta contextos y datos, discute conceptos y propone una afiliación al fenómeno para comprenderlo mejor.

Palabras clave: Colectivos de Comunicación. Comunicación. Médios Alternativos. Membresía.

## Abstract

Communication collectives are heterogeneous actors that emerge in the 21st century, the result of sociotechnical advances and balancing between media concentration — renewed by digital oligopolies — and counter-tendency that makes room for contesting forms. Even with the repercussion of the phenomenon, there is little consolidated literature on it. Through bibliographic research, consultation of reports and observing the performance of these agents, this study aims to promote a rapprochement with this new media alternative type: digital, collaborative and militant. Thus, it presents contexts and data, discusses concepts and proposes an affiliation for the phenomenon in order to better understand it.

Keywords: Communication Collectives. Communication. Alternative Media. Membership.

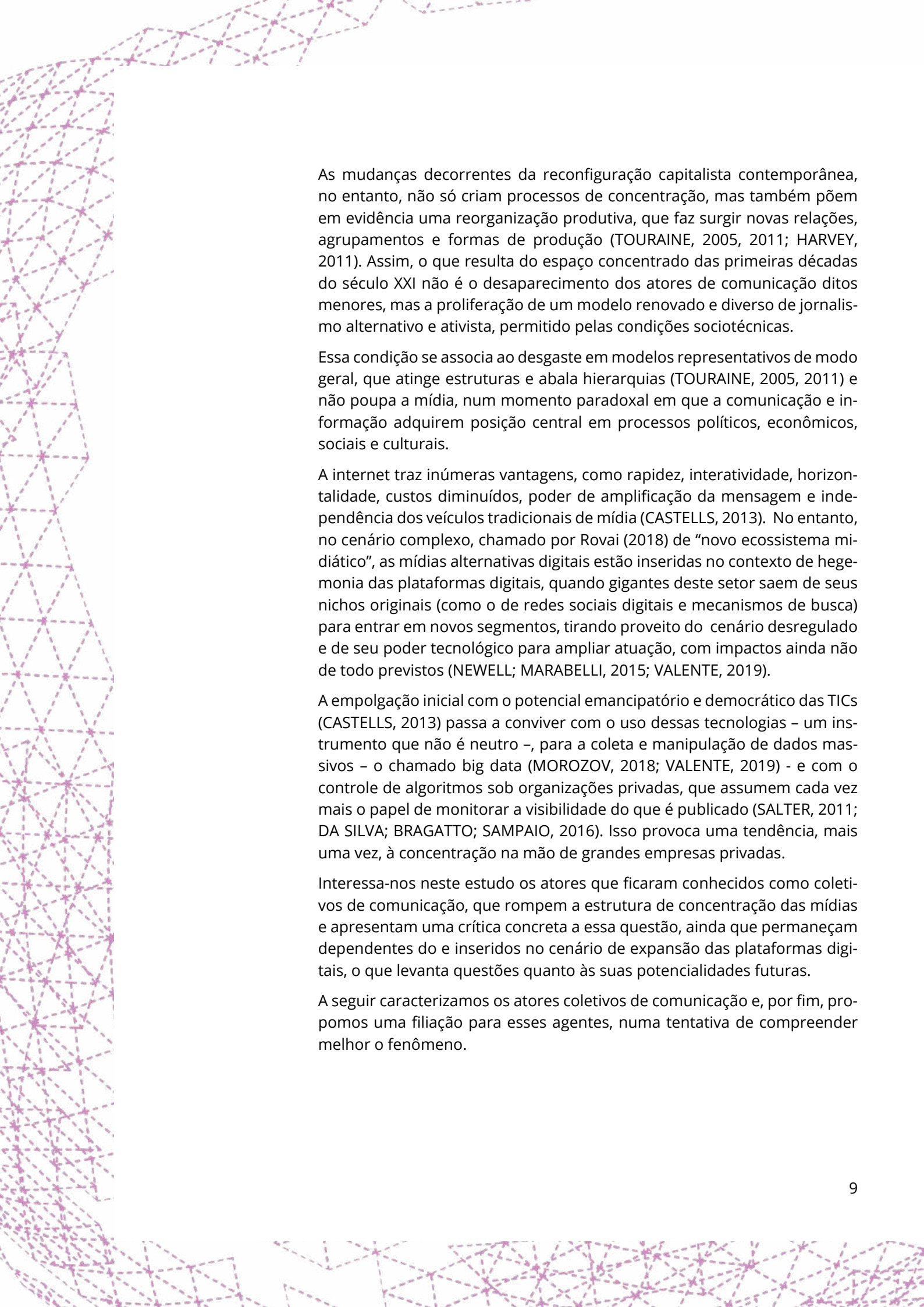
## Comunicação alternativa no século XXI

Nas primeiras décadas do século XXI proliferam novas modalidades de produção e circulação de informações dispostas a disputar a narrativa dos acontecimentos públicos com veículos convencionais de comunicação, utilizando ferramentas tecnológicas e produzindo conteúdos em diferentes formatos e modos de organização. Esses novos modelos costumam convocar em sua própria definição os termos “alternativo” e “independente”, colocando-se como alternativos à grande mídia na medida em que buscam outra narrativa para acontecimentos ou elegem pautas que consideram negligenciadas — e independentes — ao buscar independência editorial, derivada da independência financeira, recorrendo a formas diversas de financiamento.

Veículos e formatos alternativos de comunicação não são uma novidade, mas estes, ainda que mantenham diálogo com experiências anteriores, apresentam suas particularidades. Surgidos com as possibilidades dos avanços em Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), eles se disseminam com a ascensão das mídias sociais e se beneficiam da redução no custo de criação de produtos jornalísticos, sobretudo via internet (MICK; TAVARES, 2016), mas não se reduzem a explicações tecnológicas. Fígaro (2018) chama esses agentes de “novos arranjos de trabalho dos jornalistas” e identifica que, no Brasil, eles têm um *boom* na primeira metade dos anos de 2010, sendo resultado da confluência entre disponibilidade tecnológica, mobilização social e crise no mundo do trabalho do jornalista, com incertezas relacionadas à reestruturação produtiva, convergência de meios e concentração da mídia (FÍGARO, 2018).

A ideia de crise na profissão não é de todo uma discussão pacificada. Autores argumentam que esse discurso pode adotar uma perspectiva normativa, numa área marcada por rupturas e permanências, preocupando-se mais com a figura do jornalista profissional e a corporação jornalística, enquanto a prática tem sido tensionada por novas rotinas e diferentes atores (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011; LE CAM; PEREIRA; RUELLAN, 2015), que atuam em um movimento de descentralização, a partir das margens do jornalismo (RUELLAN, 2011).

O certo é que esses novos atores alternativos se apresentam num cenário de capitalismo globalizado e neoliberal, reagindo ao crescimento do processo de *concentração* da mídia e ao ambiente *desregulado* das trocas digitais. Concentração e regulação são dois temas centrais para a Economia Política da Comunicação (EPC), que desde as décadas finais do século XX observa esses fenômenos se articulando com processos de reconfiguração capitalista que organizam as empresas de comunicação em poucas e grandes companhias — formato que interdita a pluralidade de vozes, prejudica um ambiente de circulação de informações mais democrático, adota um discurso de estratégia empresarial e privilegia as maiores estruturas (BOLÁNO, 2000; MOSCO, 2009; BECERRA; MASTRINI, 2009; RAMONET, 2012).



As mudanças decorrentes da reconfiguração capitalista contemporânea, no entanto, não só criam processos de concentração, mas também põem em evidência uma reorganização produtiva, que faz surgir novas relações, agrupamentos e formas de produção (TOURAINÉ, 2005, 2011; HARVEY, 2011). Assim, o que resulta do espaço concentrado das primeiras décadas do século XXI não é o desaparecimento dos atores de comunicação ditos menores, mas a proliferação de um modelo renovado e diverso de jornalismo alternativo e ativista, permitido pelas condições sociotécnicas.

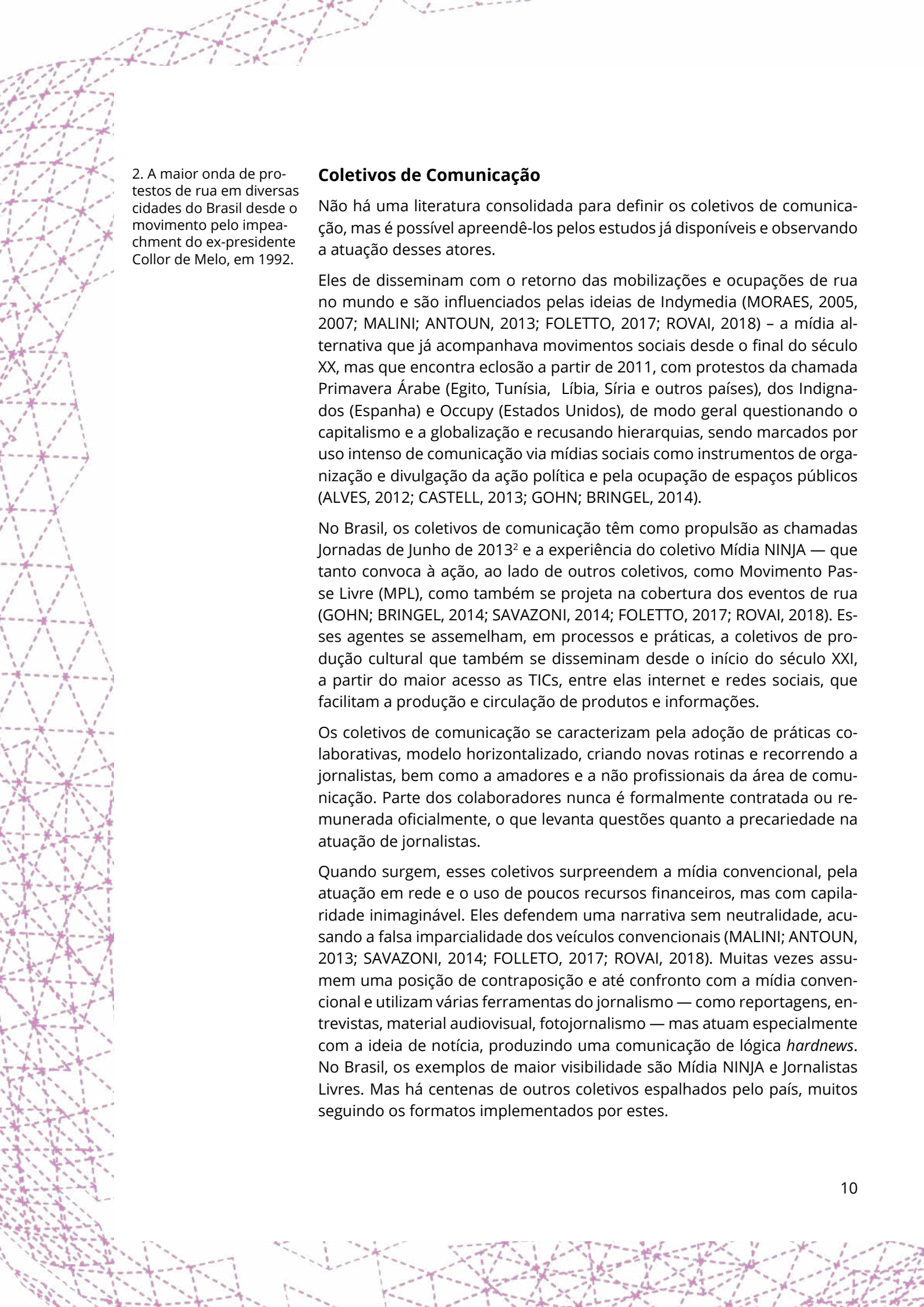
Essa condição se associa ao desgaste em modelos representativos de modo geral, que atinge estruturas e abala hierarquias (TOURAINÉ, 2005, 2011) e não poupa a mídia, num momento paradoxal em que a comunicação e informação adquirem posição central em processos políticos, econômicos, sociais e culturais.

A internet traz inúmeras vantagens, como rapidez, interatividade, horizontalidade, custos diminuídos, poder de amplificação da mensagem e independência dos veículos tradicionais de mídia (CASTELLS, 2013). No entanto, no cenário complexo, chamado por Rovai (2018) de “novo ecossistema midiático”, as mídias alternativas digitais estão inseridas no contexto de hegemonia das plataformas digitais, quando gigantes deste setor saem de seus nichos originais (como o de redes sociais digitais e mecanismos de busca) para entrar em novos segmentos, tirando proveito do cenário desregulado e de seu poder tecnológico para ampliar atuação, com impactos ainda não de todo previstos (NEWELL; MARABELLI, 2015; VALENTE, 2019).

A empolgação inicial com o potencial emancipatório e democrático das TICs (CASTELLS, 2013) passa a conviver com o uso dessas tecnologias – um instrumento que não é neutro –, para a coleta e manipulação de dados massivos – o chamado big data (MOROZOV, 2018; VALENTE, 2019) – e com o controle de algoritmos sob organizações privadas, que assumem cada vez mais o papel de monitorar a visibilidade do que é publicado (SALTER, 2011; DA SILVA; BRAGATTO; SAMPAIO, 2016). Isso provoca uma tendência, mais uma vez, à concentração na mão de grandes empresas privadas.

Interessa-nos neste estudo os atores que ficaram conhecidos como coletivos de comunicação, que rompem a estrutura de concentração das mídias e apresentam uma crítica concreta a essa questão, ainda que permaneçam dependentes do e inseridos no cenário de expansão das plataformas digitais, o que levanta questões quanto às suas potencialidades futuras.

A seguir caracterizamos os atores coletivos de comunicação e, por fim, propomos uma filiação para esses agentes, numa tentativa de compreender melhor o fenômeno.



2. A maior onda de protestos de rua em diversas cidades do Brasil desde o movimento pelo impeachment do ex-presidente Collor de Melo, em 1992.

## Coletivos de Comunicação

Não há uma literatura consolidada para definir os coletivos de comunicação, mas é possível apreendê-los pelos estudos já disponíveis e observando a atuação desses atores.

Eles se disseminam com o retorno das mobilizações e ocupações de rua no mundo e são influenciados pelas ideias de Indymedia (MORAES, 2005, 2007; MALINI; ANTOUN, 2013; FOLETTO, 2017; ROVAI, 2018) – a mídia alternativa que já acompanhava movimentos sociais desde o final do século XX, mas que encontra eclosão a partir de 2011, com protestos da chamada Primavera Árabe (Egito, Tunísia, Líbia, Síria e outros países), dos Indignados (Espanha) e Occupy (Estados Unidos), de modo geral questionando o capitalismo e a globalização e recusando hierarquias, sendo marcados por uso intenso de comunicação via mídias sociais como instrumentos de organização e divulgação da ação política e pela ocupação de espaços públicos (ALVES, 2012; CASTELL, 2013; GOHN; BRINGEL, 2014).

No Brasil, os coletivos de comunicação têm como propulsão as chamadas Jornadas de Junho de 2013<sup>2</sup> e a experiência do coletivo Mídia NINJA — que tanto convoca à ação, ao lado de outros coletivos, como Movimento Passe Livre (MPL), como também se projeta na cobertura dos eventos de rua (GOHN; BRINGEL, 2014; SAVAZONI, 2014; FOLETTO, 2017; ROVAI, 2018). Esses agentes se assemelham, em processos e práticas, a coletivos de produção cultural que também se disseminam desde o início do século XXI, a partir do maior acesso às TICs, entre elas internet e redes sociais, que facilitam a produção e circulação de produtos e informações.

Os coletivos de comunicação se caracterizam pela adoção de práticas colaborativas, modelo horizontalizado, criando novas rotinas e recorrendo a jornalistas, bem como a amadores e a não profissionais da área de comunicação. Parte dos colaboradores nunca é formalmente contratada ou remunerada oficialmente, o que levanta questões quanto a precariedade na atuação de jornalistas.

Quando surgem, esses coletivos surpreendem a mídia convencional, pela atuação em rede e o uso de poucos recursos financeiros, mas com capilaridade inimaginável. Eles defendem uma narrativa sem neutralidade, acusando a falsa imparcialidade dos veículos convencionais (MALINI; ANTOUN, 2013; SAVAZONI, 2014; FOLETTO, 2017; ROVAI, 2018). Muitas vezes assumem uma posição de contraposição e até confronto com a mídia convencional e utilizam várias ferramentas do jornalismo — como reportagens, entrevistas, material audiovisual, fotojornalismo — mas atuam especialmente com a ideia de notícia, produzindo uma comunicação de lógica *hardnews*. No Brasil, os exemplos de maior visibilidade são Mídia NINJA e Jornalistas Livres. Mas há centenas de outros coletivos espalhados pelo país, muitos seguindo os formatos implementados por estes.

3. O Relatório Ponto de inflexão — impacto, ameaças e sustentabilidade: um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos (2016), foi produzido por Sembramedia - organização espanhola que se define sem fins lucrativos e estuda o crescimento de mídias alternativas digitais em países de língua espanhola. Ao desenvolver o relatório que levanta dados da Argentina, Colômbia e México, incluiu o Brasil pela proximidade linguística e geográfica e por observar o crescimento do modelo no país. A produção do Relatório tem apoio da Omidyar Network — organização americana de investimento filantrópico que afirma defender a mídia independente e o jornalismo investigativo. A organização é uma das principais mantenedoras da Agência Pública no Brasil (veja adiante sobre a Agência Pública). Há controvérsias sobre os interesses dessas organizações em estimular a mídia alternativa. O Relatório Ponto de Inflexão está disponível em: <http://data.sembramedia.org/>. Acesso em: 01 jun. 2019.

4. Disponível em: <http://data.sembramedia.org/modelos-de-negocios/?lang=pt-br>. Acesso em: 01 jun. 2019.

5. A Agência Pública, criada em 2011, é a mais conhecida entre as organizações que se dispõem a compreender e estimular o jornalismo independente no Brasil. Para saber mais, acesse <https://apublica.org/>

Alguns estudos verificam a onda de crescimento do jornalismo alternativo digital e do modelo coletivo na América Latina nos últimos 20 anos. Entre esses estudos, o relatório *Ponto de Inflexão* (2016)<sup>3</sup> considera que os jornalistas estão sendo impelidos a produzir jornalismo independente em países polarizados do ponto de vista político e onde a propriedade de empresas de mídia é muito concentrada, com a publicidade governamental usada para recompensar veículos de grande circulação.

O relatório ainda identifica que esses atores buscam manutenção com pelo menos 15 fontes de receita<sup>4</sup>, que inclui publicidade, consultoria, treinamento, realização de cursos, eventos, *crowdfunding*, assinaturas e doações da audiência. A diversificação de receitas, ainda que busque independência, não deixa de ser reveladora da dificuldade de reunir recursos.

Outro estudo, produzido pela Agência Pública<sup>5</sup>, elaborou o Mapa do Jornalismo Independente<sup>6</sup>, iniciado em 2016 e ainda em curso. Trata-se de uma base de dados que localizou 79 iniciativas em 12 estados brasileiros e no Distrito Federal.

O Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (CPCT- ECA/USP), somou ao Mapa da Agência Pública outras informações incorporadas pelo grupo de pesquisa e chegou a 181 arranjos alternativos de trabalho para o jornalista no Brasil, sendo 70 em São Paulo (FÍGARO, NONATO, KINOSHITA, 2017).

Em todos esses estudos observa-se que o modelo coletivo ajuda a viabilizar essas iniciativas.

### **Proposta de filiação: de onde vem o fenômeno dos coletivos de comunicação?**

Com tantas novidades na produção de comunicação nas primeiras décadas do século XXI, os estudos correm o risco de se deixar levar pelo entusiasmo e/ou determinismo tecnológico, dando ênfase à novidade e podendo nublar análises. Morozov (2018, p. 7) fala em duas décadas de “utopismo digital”, agora sendo substituídas, segundo o autor, por uma “sobriedade digital”, quando as plataformas digitais deixam de ser vistas como inofensivas. Para Le Cam (informação verbal)<sup>7</sup>, os freios em entusiasmos iniciais com as tecnologias são oportunidade para se repensar práticas e pesquisas e sugere: a) ancorar as transformações numa dimensão histórica; e b) tentar encontrar uma filiação para os fenômenos, observando a herança de outros espaços sociais, uma vez que o mundo jornalístico não atravessa algo exclusivo dele e nem dele mesmo.

Seguindo essa sugestão, propomos a seguir uma filiação plural para os coletivos de comunicação, vinda de quatro práticas que se entrecruzam, originárias de diferentes mundos sociais.

6. Disponível em: <https://apublica.org/ mapa-do-jornalismo/>. Acesso em: 26 out. 2018.

7. Durante a conferência 10 ans d'effervescence dans le journalisme: la circulation dialogique et internationale des discours sur l'innovation, SBPJor, 07 - 09 nov. 2013, na Universidade de Brasília, Brasília.

## Movimentos sociais

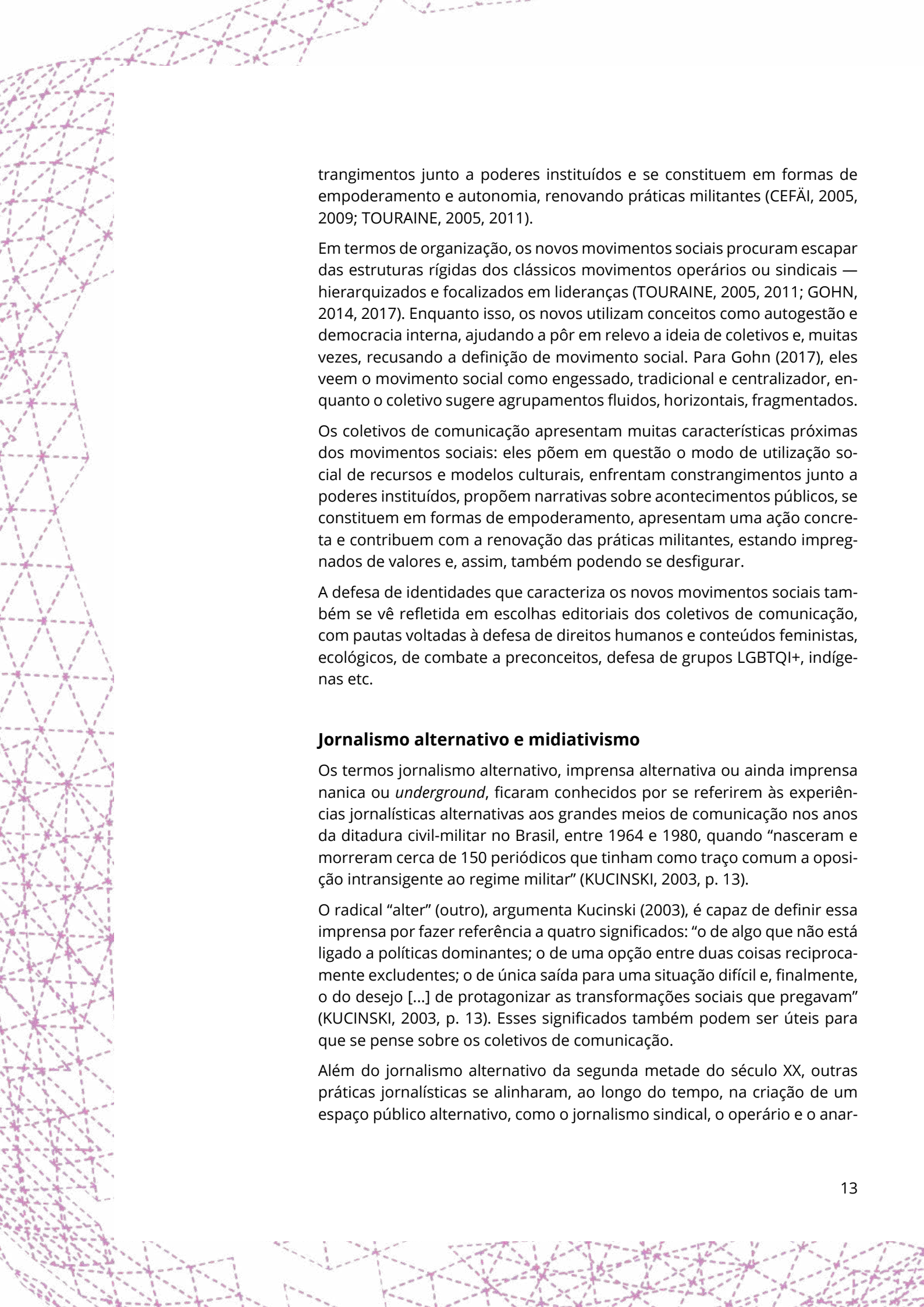
No Brasil, os movimentos sociais são instituídos como objeto de estudo na academia desde a década de 1960. A década de 1980 marca a institucionalização desse debate, com análises consideradas referência, parte delas com influências marxistas (GOHN; BRINGEL, 2014). Já a década de 1990 vê um refluxo no debate sobre os movimentos sociais, quando o cenário das lutas e o quadro de análises, especialmente na América Latina, se altera, com a ascensão ao poder de governos tidos como mais à esquerda e a absorção de parte dos movimentos sociais pelo Estado, passando por um processo de domesticação (GOHN; BRINGEL, 2014; GOHN, 2014). Alguns estudos, adotando viés crítico, apontam a incorporação dos movimentos à lógica política institucionalizada, deixando em segundo plano outras formas de mobilização coletiva (GOHN; BRINGEL, 2014).

Nestas primeiras décadas do século XXI, vê-se uma recuperação no debate sobre os movimentos sociais no Brasil e no mundo, com o aparecimento de um ativismo internacional, o retorno das marchas e mobilizações de rua, e uma renovação nos atores sociais, com práticas mais movimentalistas e menos institucionalizadas (GOHN; BRINGEL, 2014). Esse novo momento para os movimentos sociais está estreitamente ligado aos avanços nas TICs.

Para Touraine (1997), a importância de um movimento social está em pôr em questão o modo de utilização social de recursos e modelos culturais. Ele argumenta que os movimentos sociais são constituídos por uma associação entre chamamento moral e conflito social e se movimentam entre uma vertente utópica e uma ideológica. Touraine (1997) recusa a ideia de uma sociedade dominada por macroestruturas e propõem uma análise baseada no desempenho de atores sociais como sujeitos coletivos e históricos, impregnados de valores e, como tal, podendo se corromper. Entre os méritos dessa abordagem está a importância conferida às microestruturas e a visão dos atores sociais como sujeitos coletivos e históricos.

Entre as diferentes classificações para os movimentos sociais nos estudos de Sociologia está a distinção entre movimentos sociais clássicos e novos movimentos sociais. Os clássicos se referem a sindicatos, sem-terra, sem-teto, estudantes, movimentos populares ou comunitários de bairros (OFFE, 1984; TOURAINE, 1984, 1997, 2005, 2011; MELUCCI, 2001). Entre os novos movimentos estão os criados a partir do final dos anos de 1970, na luta por identidades e os chamados novos direitos, que organizam o movimento ao redor de questões de gênero, etnia, culturais, ambientais, fazendo surgir novos poderes (TOURAINE, 1984, 1997, 2005, 2011; CEFÀI, 2005, 2009; SANTOS, 2007, 2011; DAHLGREN, 2011; CASTELLS, 2013; GOHN, 2014, 2017).

Esses novos movimentos sociais passam a ser mais culturais, trazendo à cena um neocomunitarismo, apelando ao sujeito coletivo e destacando práticas solidárias (TOURAINE, 1997). Eles não só questionam decisões impostas, mas propõem novas formas de fazer. Desse modo, enfrentam cons-



trangimentos junto a poderes instituídos e se constituem em formas de empoderamento e autonomia, renovando práticas militantes (CEFÄI, 2005, 2009; TOURAINE, 2005, 2011).

Em termos de organização, os novos movimentos sociais procuram escapar das estruturas rígidas dos clássicos movimentos operários ou sindicais — hierarquizados e focalizados em lideranças (TOURAINE, 2005, 2011; GOHN, 2014, 2017). Enquanto isso, os novos utilizam conceitos como autogestão e democracia interna, ajudando a pôr em relevo a ideia de coletivos e, muitas vezes, recusando a definição de movimento social. Para Gohn (2017), eles veem o movimento social como engessado, tradicional e centralizador, enquanto o coletivo sugere agrupamentos fluidos, horizontais, fragmentados.

Os coletivos de comunicação apresentam muitas características próximas dos movimentos sociais: eles põem em questão o modo de utilização social de recursos e modelos culturais, enfrentam constrangimentos junto a poderes instituídos, propõem narrativas sobre acontecimentos públicos, se constituem em formas de empoderamento, apresentam uma ação concreta e contribuem com a renovação das práticas militantes, estando impregnados de valores e, assim, também podendo se desfigurar.

A defesa de identidades que caracteriza os novos movimentos sociais também se vê refletida em escolhas editoriais dos coletivos de comunicação, com pautas voltadas à defesa de direitos humanos e conteúdos feministas, ecológicos, de combate a preconceitos, defesa de grupos LGBTQI+, indígenas etc.

### **Jornalismo alternativo e midiativismo**

Os termos jornalismo alternativo, imprensa alternativa ou ainda imprensa nanica ou *underground*, ficaram conhecidos por se referirem às experiências jornalísticas alternativas aos grandes meios de comunicação nos anos da ditadura civil-militar no Brasil, entre 1964 e 1980, quando “nasceram e morreram cerca de 150 periódicos que tinham como traço comum a oposição intransigente ao regime militar” (KUCINSKI, 2003, p. 13).

O radical “alter” (outro), argumenta Kucinski (2003), é capaz de definir essa imprensa por fazer referência a quatro significados: “o de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo [...] de protagonizar as transformações sociais que pregavam” (KUCINSKI, 2003, p. 13). Esses significados também podem ser úteis para que se pense sobre os coletivos de comunicação.

Além do jornalismo alternativo da segunda metade do século XX, outras práticas jornalísticas se alinharam, ao longo do tempo, na criação de um espaço público alternativo, como o jornalismo sindical, o operário e o anar-



8. Disponível em: <http://midianinja.org/perguntas-frequentes/>. Acesso em: 24 ago. 2019.

quista (STRONGREN, 2017); o jornalismo comunitário, produzido por jornalistas com a colaboração de pessoas da comunidade (DORNELLES, 2004); e o jornalismo cidadão, da década de 1990 (GLASER, 2004), produzido de forma colaborativa e não necessariamente por jornalistas.

Essas experiências enfrentaram debilidade financeira, fazendo de muitos veículos não uma formação permanente, mas provisória e vulnerável, mesmo assim registrando casos de sucesso pelas grandes tiragens e impacto, como *O Pasquim* (KUCINSKI, 2003).

Segundo Braighi e Câmara (2018), hoje o termo mídia alternativa é um conceito guarda-chuva que abriga várias experiências, inclusive midiativismo, uma concepção em (re)construção, que dialoga com a perspectiva alternativa, principalmente considerando o baixo custo de produção e independência de grandes interesses econômicos, “mas midiativismo é mais que isso” (BRAIGHI, CÂMARA, 2018, p. 29).

O termo foi cunhado por Pasquinelli (2002) para diferenciar a experiência de mídias progressistas contemporâneas, especialmente digitais, das mídias alternativas anteriores. Para o autor, midiativismo se refere a um laboratório de experimentos e inovação não só de mídia, mas de modelos sociais. Ele diz que os coletivos midiativistas não servem apenas à informação, mas atuam na construção de subjetividades políticas.

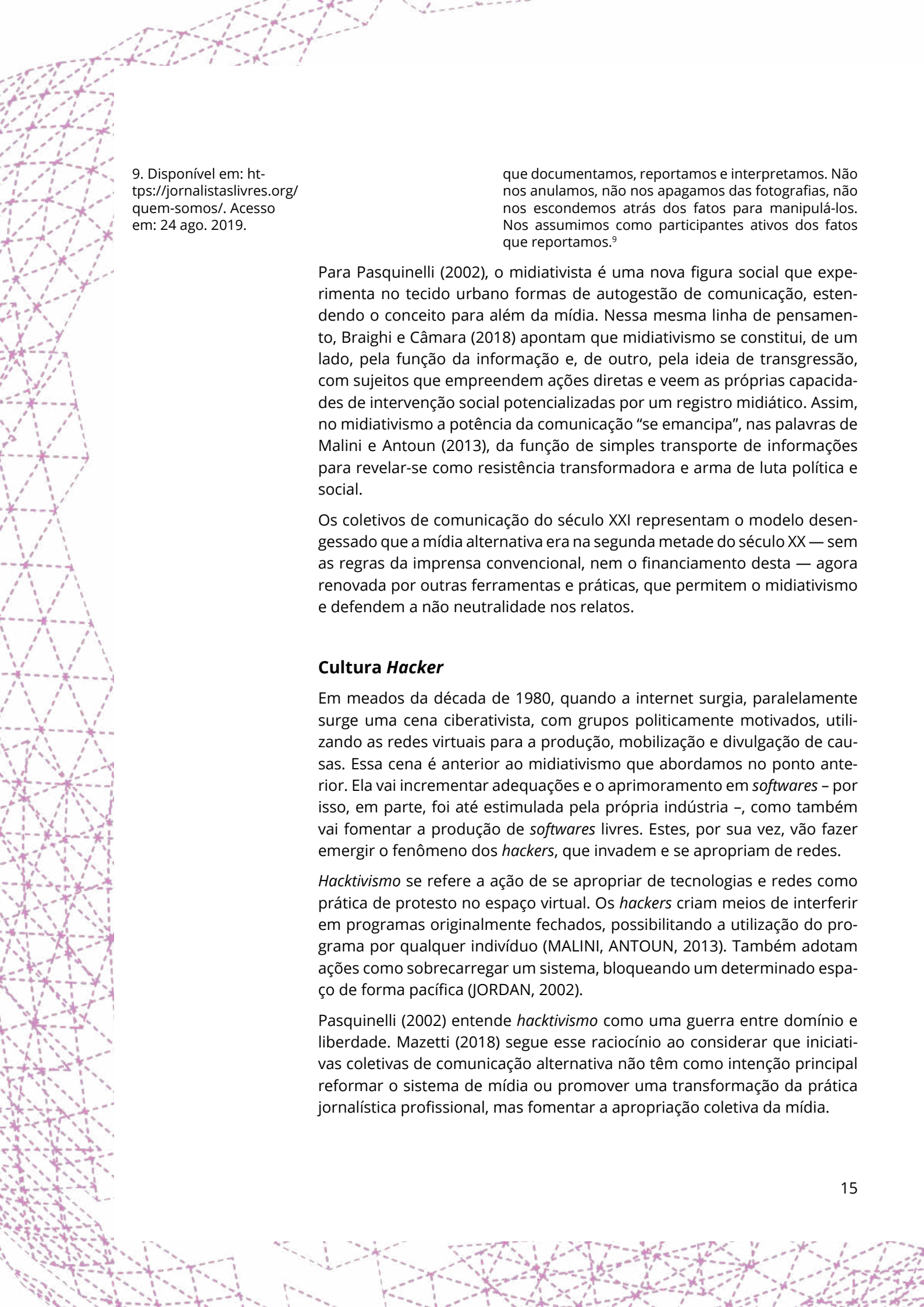
O acesso à internet facilitou o crescimento de grupos de ativistas engajados, agora coordenados por redes digitais, e o midiativismo brotou como um ativismo de formato novo, unindo a comunicação mediada por computador e a prática da ação direta com a utilização de ferramentas do jornalismo (PASQUINELLI, 2002).

Ao se aproximarem do ativismo, os trabalhadores da mídia bebem nessa prática o sentimento de solidariedade em grupo, senso de identidade compartilhada e a luta por uma causa. Os cânones profissionais do jornalismo rejeitam a aproximação entre jornalismo e ativismo. Já para os coletivos de comunicação, se trata exatamente de unir atividade jornalística e ativismo. No site da Mídia NINJA, para a pergunta “A Mídia NINJA é imparcial?”, a resposta é:

Não. Defendemos abertamente a parcialidade enquanto um princípio de nosso trabalho [...]. Nossas pautas são nossas causas. Acreditamos no movimento e na transformação social, a partir de uma experiência radical de mídia livre e distribuída, a serviço de uma nova narrativa social, mais comunitária e mais afetiva.<sup>8</sup>

O coletivo Jornalistas Livres segue a mesma linha e, ao se apresentar em seu site, afirma:

Não observamos os fatos como se estivéssemos deles distantes e alienados. Sabemos que a mídia, o jornalismo e os jornalistas interferem diretamente naquilo



9. Disponível em: <https://jornalistaslivres.org/quem-somos/>. Acesso em: 24 ago. 2019.

que documentamos, reportamos e interpretamos. Não nos anulamos, não nos apagamos das fotografias, não nos escondemos atrás dos fatos para manipulá-los. Nos assumimos como participantes ativos dos fatos que reportamos.<sup>9</sup>

Para Pasquinelli (2002), o midiativista é uma nova figura social que experimenta no tecido urbano formas de autogestão de comunicação, estendendo o conceito para além da mídia. Nessa mesma linha de pensamento, Braighi e Câmara (2018) apontam que midiativismo se constitui, de um lado, pela função da informação e, de outro, pela ideia de transgressão, com sujeitos que empreendem ações diretas e veem as próprias capacidades de intervenção social potencializadas por um registro midiático. Assim, no midiativismo a potência da comunicação “se emancipa”, nas palavras de Malini e Antoun (2013), da função de simples transporte de informações para revelar-se como resistência transformadora e arma de luta política e social.

Os coletivos de comunicação do século XXI representam o modelo desengessado que a mídia alternativa era na segunda metade do século XX — sem as regras da imprensa convencional, nem o financiamento desta — agora renovada por outras ferramentas e práticas, que permitem o midiativismo e defendem a não neutralidade nos relatos.

### **Cultura Hacker**

Em meados da década de 1980, quando a internet surgia, paralelamente surge uma cena ciberativista, com grupos politicamente motivados, utilizando as redes virtuais para a produção, mobilização e divulgação de causas. Essa cena é anterior ao midiativismo que abordamos no ponto anterior. Ela vai incrementar adequações e o aprimoramento em *softwares* – por isso, em parte, foi até estimulada pela própria indústria –, como também vai fomentar a produção de *softwares* livres. Estes, por sua vez, vão fazer emergir o fenômeno dos *hackers*, que invadem e se apropriam de redes.

*Hacktivismo* se refere a ação de se apropriar de tecnologias e redes como prática de protesto no espaço virtual. Os *hackers* criam meios de interferir em programas originalmente fechados, possibilitando a utilização do programa por qualquer indivíduo (MALINI, ANTOUN, 2013). Também adotam ações como sobrecarregar um sistema, bloqueando um determinado espaço de forma pacífica (JORDAN, 2002).

Pasquinelli (2002) entende *hacktivismo* como uma guerra entre domínio e liberdade. Mazetti (2018) segue esse raciocínio ao considerar que iniciativas coletivas de comunicação alternativa não têm como intenção principal reformar o sistema de mídia ou promover uma transformação da prática jornalística profissional, mas fomentar a apropriação coletiva da mídia.

10. *Copyleft* é uma licença livre, uma forma de inversão da lei de direitos autorais, conhecida pelo termo inglês *copyright*. O *copyleft* assegura o acesso de qualquer pessoa à informação e tem um significado próximo de “cópia autorizada”. A obra *copyleft* pode ser reproduzida em larga escala e sem custo. A ironia com o termo *copyright* altera-o para a “esquerda” (left), numa alusão a uma ação transgressiva. *Left* é ainda a conjugação do verbo “leave” — em português, deixar — no passado. O slogan do *copyright*, “All rights reserved” — “todos os direitos reservados” —, no *copyleft* transforma-se em “All rights reversed” — “todos os direitos invertidos” (STALLMAN, 2002).

As comunidades de *hackers* se enxergam como clubes, dos quais participam de modo voluntário, em busca de difundir informações que possam contribuir com uma maior quantidade de pessoas. Richard Stallman, programador ativista, criador do movimento *software free* e que popularizou o termo *copyleft*,<sup>10</sup> recusa a lógica da competição como valor produtivo e defende a liberdade de uso contra o caráter privado da propriedade (STALLMAN, 2002). Pode-se dizer que há na ética hacker não exatamente um dever ao trabalho, mas um entusiasmo por uma atividade, alimentado pela referência a uma coletividade de iguais — os *hackers* (MALINI; ANTOUN, 2013).

Os ideais *hackers* passaram a ser empregados pelos midialivristas, que desejam tornar as mídias livres não apenas de interesses políticos e econômicos, mas livres no sentido de desbloquear a palavra e multiplicar os atores no espaço público (MAZETTI, 2008). Esse seria, a princípio, um posicionamento contrário à concentração.

Devido à constante comunicação em rede, a adoção em larga escala de grupos virtuais de discussão se torna uma prática *hacker*. Essa prática também ocorre nos coletivos de comunicação, devido ao formato horizontalizado e colaborativo. Observando os primeiros grupos de discussão *hacker*, Malini e Antoun (2013) consideram que eles são necessariamente mercados, pois ali algo se trama. Eles se referem ao sentido etimológico do termo: a feira, o lugar onde tudo se troca – forjando-se novas relações, formação cultural e trocas de experiência.

A apropriação de *softwares* livres e uso das redes sociais, ao lado da ideia de criação de novos usos para as TICs e desenvolvimentos de aplicativos diversos, permitiram o rápido crescimento do número de coletivos de comunicação. Eles disponibilizam todo o conteúdo gratuitamente, permitindo cópias e compartilhamentos – o que também é a ideia do midialivrismo e do *copyleft*. Como há um custo para produzir conteúdo e esse conteúdo é disponibilizado de forma gratuita, isso reforça tanto o formato colaborativo e sem remuneração como a busca de financiamento via *crowdfunding*, comum nos coletivos de comunicação.

Morozov (2018) considera que os primeiros movimentos *hackers* tinham muito em comum com lutas políticas e sociais diretas e os movimentos estudantis das décadas de 1960 e 1970 e levaram adiante experimentos com mídias descentralizadas e independentes. Depois, o autor percebe que uma ideologia do Vale do Silício – que prega a liberdade, mas é dominada pelo mercado de grandes empresas de tecnologia – acabou dominando a subversão. Morozov (2018) é pessimista quanto ao recurso ao *crowdfunding*, visto por ele como forma de desobrigar instituições ou o Estado do financiamento de bens como conhecimento e cultura.

## Comunidades coletivas e o “comum”

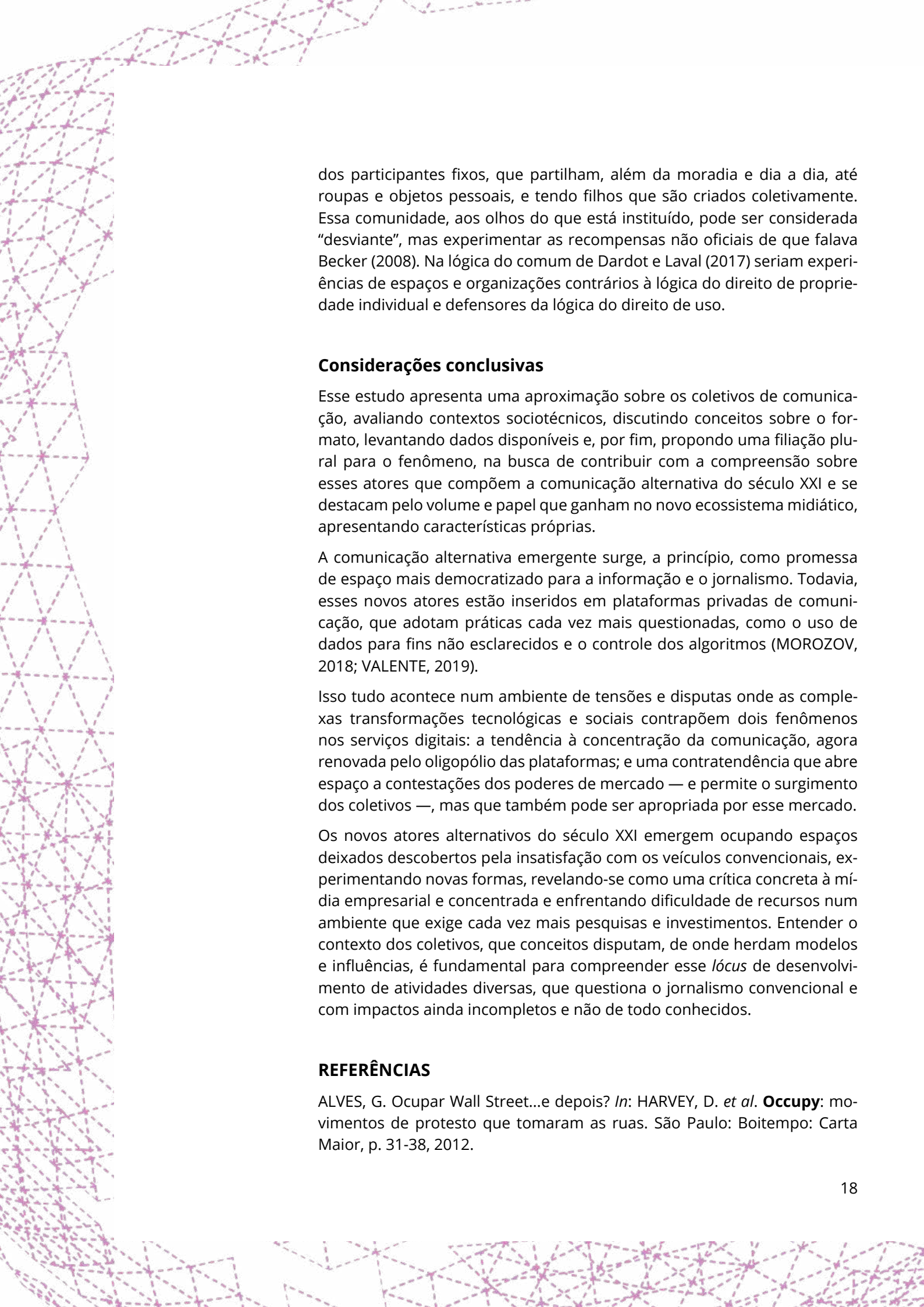
Becker (2008), nos anos 1960, chamou de *outsiders* os indivíduos ou grupos que formulam suas próprias regras para desenvolver uma atividade, constituindo uma cultura própria, considerada como “não normal” ou “desviantes” pelo que está institucionalizado. O autor verificou relatos de pessoas pertencentes a esses grupos que se satisfaziam por se sentirem livres de interferência em seu trabalho, criando um tipo de prestígio que entra em conflito com a noção de reputação de um emprego ou grupo convencional e favorece a admiração pelo comportamento espontâneo, que viola hierarquias e confere recompensas não oficiais. Comunidades alternativas, ao longo da história, privilegiaram o desenvolvimento de atividades consideradas diferentes do institucionalizado, muitas vezes produzidas coletivamente e capazes de gerar recompensas não oficiais.

No século XXI, novas comunidades urbanas ressurgem, reacendendo a ideia do direito à cidade (LEFEBVRE, 2001). As marchas e mobilizações das últimas décadas, que viram surgir os coletivos de comunicação, estavam impregnadas pela ideia do direito à cidade e também pelo direito à comunicação. Também estavam em diálogo com novas discussões contemporâneas que debatiam o direito ao “comum”, incluindo: ferramentas participativas, democracia, migrantes e refugiados, espaço público, formas de financiamentos, ativismos e cibercultura (SILVEIRA; SVAZONI, 2018).

No debate sobre novos tipos de comunidades e formas alternativas de produção, Dardot e Laval (2017), autores do livro *Comum, ensaio sobre a revolução no século XXI*, apontam que o princípio político do comum está emergindo de lutas democráticas e movimentos sociais e culturais contestadores, inaugurando uma emancipação que se apresenta como racionalidade alternativa à proposta neoliberal e se organizando em experiências de co-atividades. Formam comunidades que os autores chamam de “comuns”, entendendo que elas constituem, acima de tudo, um significado crítico (DARDOT; LAVAL, 2017). Eles ainda reconhecem que a formação de comuns é difícil e tateante e que as novas comunidades do século XXI são um novo tipo de instituição: instituinte (DARDOT; LAVAL, 2017).

O tema do comum tem crescido em práticas e em reflexões teóricas, apontando o surgimento de comunidades colaborativas novas, não vistas apenas como algo restrito a grupos tradicionais (como indígenas) ou a um passado recente (como comunidades hippies), mas sendo reelaboradas em grupos e práticas sociais urbanas (VIVEIROS DE CASTRO, 2018; DARDOT; LAVAL, 2017; MARTINS, 2002).

O formato dos coletivos bebe na fonte da ideia do comum ao tentar estabelecer uma produção alternativa, instituinte, recorrendo a co-atividade e co-responsabilidades. No caso da Mídia NINJA, a experiência de comunidade/comum é radicalizada com a adoção de casas coletivas onde se vive e se trabalha (atualmente em cinco cidades) e caixa coletivo para as despesas



dos participantes fixos, que partilham, além da moradia e dia a dia, até roupas e objetos pessoais, e tendo filhos que são criados coletivamente. Essa comunidade, aos olhos do que está instituído, pode ser considerada “desviante”, mas experimentar as recompensas não oficiais de que falava Becker (2008). Na lógica do comum de Dardot e Laval (2017) seriam experiências de espaços e organizações contrários à lógica do direito de propriedade individual e defensores da lógica do direito de uso.

### **Considerações conclusivas**

Esse estudo apresenta uma aproximação sobre os coletivos de comunicação, avaliando contextos sociotécnicos, discutindo conceitos sobre o formato, levantando dados disponíveis e, por fim, propondo uma filiação plural para o fenômeno, na busca de contribuir com a compreensão sobre esses atores que compõem a comunicação alternativa do século XXI e se destacam pelo volume e papel que ganham no novo ecossistema midiático, apresentando características próprias.

A comunicação alternativa emergente surge, a princípio, como promessa de espaço mais democratizado para a informação e o jornalismo. Todavia, esses novos atores estão inseridos em plataformas privadas de comunicação, que adotam práticas cada vez mais questionadas, como o uso de dados para fins não esclarecidos e o controle dos algoritmos (MOROZOV, 2018; VALENTE, 2019).

Isso tudo acontece num ambiente de tensões e disputas onde as complexas transformações tecnológicas e sociais contrapõem dois fenômenos nos serviços digitais: a tendência à concentração da comunicação, agora renovada pelo oligopólio das plataformas; e uma contratendência que abre espaço a contestações dos poderes de mercado — e permite o surgimento dos coletivos —, mas que também pode ser apropriada por esse mercado.

Os novos atores alternativos do século XXI emergem ocupando espaços deixados descobertos pela insatisfação com os veículos convencionais, experimentando novas formas, revelando-se como uma crítica concreta à mídia empresarial e concentrada e enfrentando dificuldade de recursos num ambiente que exige cada vez mais pesquisas e investimentos. Entender o contexto dos coletivos, que conceitos disputam, de onde herdaram modelos e influências, é fundamental para compreender esse *lócus* de desenvolvimento de atividades diversas, que questiona o jornalismo convencional e com impactos ainda incompletos e não de todo conhecidos.

### **REFERÊNCIAS**

ALVES, G. Ocupar Wall Street...e depois? In: HARVEY, D. *et al.* **Occupy**: movimentos de protesto que tomaram as ruas. São Paulo: Boitempo: Carta Maior, p. 31-38, 2012.

BECERRA, M.; MASTRINI, G. **Los dueños de la palabra**: acceso, estructura y concentración de los médios em La América Latina del siglo XXI. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2009.

BECKER, H. S. **Outsiders**: estudos de sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BOLAÑO, C. **Indústria cultural**: informação e capitalismo. São Paulo: Polis, 2000.

BRAIGHI, A. A.; CÂMARA, M. T. O que é Midiativismo? Uma proposta conceitual. In: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C. H.; CÂMARA, M. T. (org.). **Interfaces do Midiativismo**: do conceito à prática. Belo Horizonte: CEFET-MG, p. 25-42, 2018.

CARDON, D.; GRANJON, F. **Médiactivistes**. Paris: Presses de Science Po, 2010.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CEFĂI, D. Os novos movimentos de protesto na França: a articulação de novas arenas públicas. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 72, p.129-160, 2005.

\_\_\_\_\_. Como nos mobilizamos? A contribuição de uma abordagem pragmática para a sociologia da ação coletiva. **Dilemas**, v. 2, n.4, p. 11-48, 2009.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **Comum**: ensaio sobre a revolução no século XXI. São Paulo: Boitempo, 2017.

DA SILVA, S. P.; SAMPAIO, R. C.; BRAGATTO, R. C. Concepções, debates e desafios da democracia digital. In: DA SILVA, S. P.; SAMPAIO, R. C.; BRAGATTO, R. C. (org.). **Democracia digital, comunicação política e redes**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e imagens, p. 17-37, 2016.

DAHLGREN, P. **Media and political engagement**: citizens, communication and democracy. New York: Cambridge University Press, 2011.

DORNELLES, B. **Jornalismo comunitário em cidades do interior**: uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião de leitores. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 2004.

FÍGARO, R. (org.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018.

\_\_\_\_\_; NONATO, C.; KINOSHITA, J. Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais. Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba - PR - 04 a 09/09/2017. Anais [...]. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0420-1.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2019.

FOLETTTO, L. F. **Um mosaico de parcialidades na nuvem coletiva**: rastreando a Mídia Ninja (2013-2016). 2017. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

GLASER, M. Collaborative conundrum: do wikis have a place in the newsroom? In: **Online Journalism Review**, 2004. Disponível em: <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1094678265.php>. Acesso em: 16 jul. 2012.

GOHN, M. da G. **Novas teorias dos movimentos sociais**. São Paulo: Loyola, 2014.

\_\_\_\_\_. **Manifestações de junho de 2013 no Brasil e praças dos indignados no mundo**. Petrópolis: Vozes, 2015.

\_\_\_\_\_. **Manifestações e protestos no Brasil**: correntes e contracorrentes na atualidade. São Paulo: Cortez, 2017.

\_\_\_\_\_, BRINGEL, B. M. **Movimentos sociais na era global**. Petrópolis: Vozes, 2014.

HARVEY, D. **O enigma do capital**: e as crises do capitalismo. São Paulo: Boitempo, 2011.

JASPER, J.M. *Protesto*: uma introdução aos movimentos sociais. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

JORDAN, T. **Activism!** Direct action, hacktivism and th future of society. London: Reaktion Books, 2002.

KUCINSKY, B. **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

LE CAM; PEREIRA, F. H.; RUELLAN, D. Introdução: Mudanças e permanências do jornalismo. In: **Mudanças e permanências do jornalismo**. MOURA, D. O.; PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. (org.). RUELLAN, D.; LE CAM, F. (colab.). Florianópolis: Insular, p. 11-23, 2015.

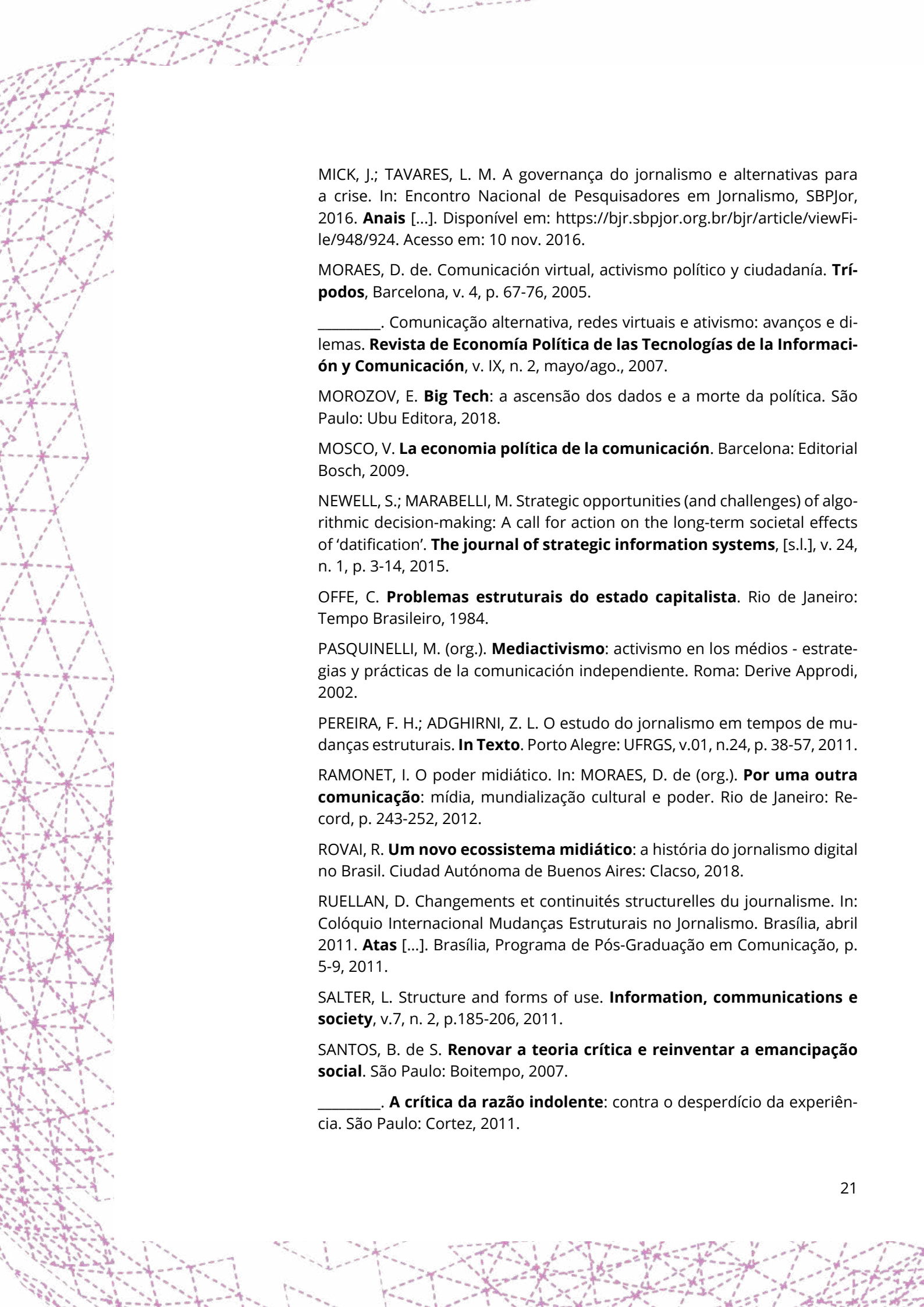
LEFEBVRE, H. **O Direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

MALINI, F.; ANTOUN, H. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARTINS, P. H. (org.). **A dádiva entre os modernos**: discussão sobre os fundamentos e as regras do social. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

MAZETTI, H. Da mídia alternativa ao midiativismo: observações históricas e conceituais sobre as práticas de contestação midiática. In: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C. H.; CÂMARA, M. T. (org.). **Interfaces do Midiativismo**: do conceito à prática. CEFET-MG: Belo Horizonte, p. 78-94, 2018.

MELUCCI, A. **A invenção do presente**: movimentos sociais nas sociedades complexas. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.



MICK, J.; TAVARES, L. M. A governança do jornalismo e alternativas para a crise. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, SBPJor, 2016. **Anais** [...]. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/948/924>. Acesso em: 10 nov. 2016.

MORAES, D. de. Comunicación virtual, activismo político y ciudadanía. **Trípodos**, Barcelona, v. 4, p. 67-76, 2005.

\_\_\_\_\_. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. IX, n. 2, mayo/ago., 2007.

MOROZOV, E. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

MOSCO, V. **La economía política de la comunicación**. Barcelona: Editorial Bosch, 2009.

NEWELL, S.; MARABELLI, M. Strategic opportunities (and challenges) of algorithmic decision-making: A call for action on the long-term societal effects of 'datification'. **The journal of strategic information systems**, [s.l.], v. 24, n. 1, p. 3-14, 2015.

OFFE, C. **Problemas estruturais do estado capitalista**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

PASQUINELLI, M. (org.). **Mediactivismo**: activismo en los médios - estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Roma: Derive Approdi, 2002.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. O estudo do jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **In Texto**. Porto Alegre: UFRGS, v.01, n.24, p. 38-57, 2011.

RAMONET, I. O poder midiático. In: MORAES, D. de (org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, p. 243-252, 2012.

ROVAI, R. **Um novo ecossistema midiático**: a história do jornalismo digital no Brasil. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Clacso, 2018.

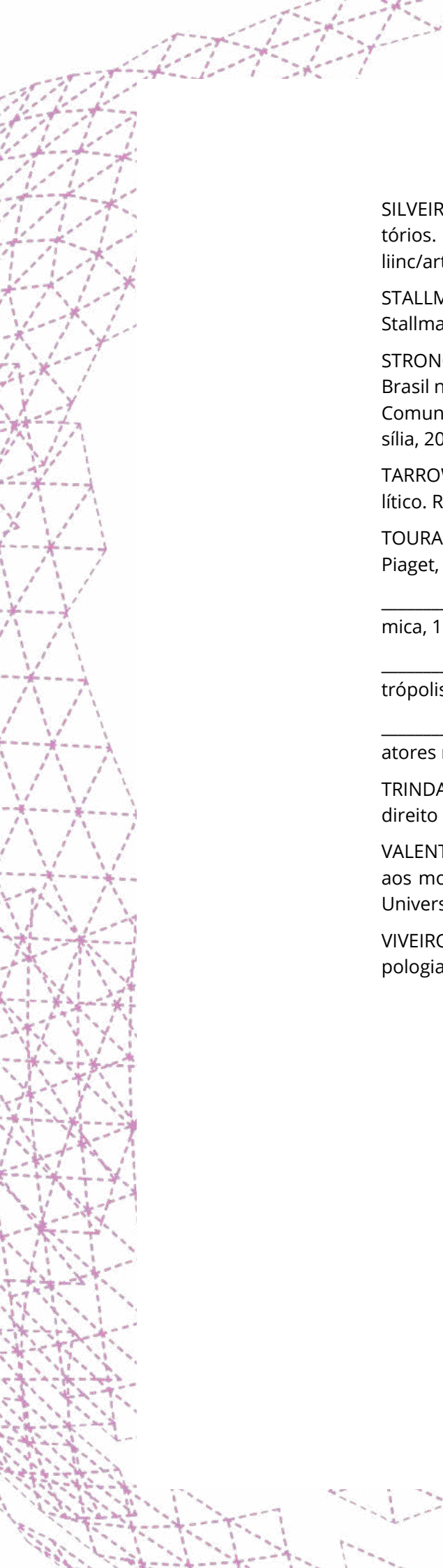
RUJELLAN, D. Changements et continuités structurelles du journalisme. In: Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo. Brasília, abril 2011. **Atas** [...]. Brasília, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, p. 5-9, 2011.

SALTER, L. Structure and forms of use. **Information, communications e society**, v.7, n. 2, p.185-206, 2011.

SANTOS, B. de S. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007.

\_\_\_\_\_. **A crítica da razão indolente**: contra o desperdício da experiência. São Paulo: Cortez, 2011.





SILVEIRA, S. A.; SAVAZONI, R. O conceito do comum: apontamentos introdutórios. **Revista Ibict**, v.14, n.1, 2018. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4150>. Acesso em 20 jul. 2019.

STALLMAN, R. M. *Free software, free society: selected essays of Richard M. Stallman*. Boston, EUA: Free Software Foundation, 2002.

STRONGREN, F. F. **Imprimindo a anarquia**: o jornalismo anarquista no Brasil nas primeiras décadas do século XX. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

TARROW, S. **O poder em movimento**: movimentos sociais e confronto político. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

TOURAINE, A. **O retorno do actor**: ensaio sobre sociologia. Lisboa: Instituto Piaget, 1984.

\_\_\_\_\_. **Podremos vivir juntos?** Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1997.

\_\_\_\_\_. **Um novo paradigma**: para compreender o mundo de hoje. Petrópolis: Vozes, 2005.

\_\_\_\_\_. **Após a crise**: a decomposição da vida social e o surgimento de atores não sociais. Petrópolis: Vozes, 2011.

TRINDADE, T. A. **Protestos e democracia**: ocupações urbanas e luta pelo direito à cidade. Jundiaí, São Paulo: Paco, 2017.

VALENTE, J. C. L. **Tecnologia, informação e poder**: das plataformas online aos monopólios digitais. 2019. 400f., il. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

VIVEIROS DE CASTRO, E. **Metafísicas canibais**: elementos para uma antropologia pós-estrutural. São Paulo: Ubu Editora, 2018.