



Mídias livres: reflexões sobre a intervenção social na contemporaneidade¹

Ramon Bezerra COSTA²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO:

O objetivo deste trabalho é refletir sobre um fenômeno de intervenção social recente do Brasil: as mídias livres. A partir de outras formas de intervenção social no campo da comunicação já muito estudadas, buscamos refletir sobre as características das mídias livres e suas continuidades e descontinuidades para as outras formas. Primeiramente apresentamos, a partir de alguns autores, o que caracterizaria a intervenção social contemporaneamente. Em seguida, refletimos sobre as ideias de mídia alternativa e mídia tática, para, posteriormente, pensar as chamadas mídias livres. Nossa intenção é refletir sobre essas iniciativas como redes sociotécnicas e observar os objetos e interesses que caracterizam essas formas de intervenção.

PALAVRAS-CHAVE: mídias livres; intervenção social; cidadania.

Situando as mídias livres

O presente trabalho faz parte de uma pesquisa em andamento com o objetivo de analisar a prática da liberdade presente em ações de mídia e cidadania, que se apresentam como mídias livres. Embora as questões que trazemos neste artigo ainda estejam sendo desenvolvidas, julgamos pertinente discuti-las, pois podem contribuir em um diálogo sobre as relações entre mídia e construção da cidadania. As reflexões que apresentamos aqui são oriundas da observação de algumas iniciativas que ganharam o Prêmio Pontos de Mídias Livre do Ministério da Cultura³. Não as analisamos diretamente no corpo do texto devido ao espaço restrito desse artigo e do nosso objetivo ser refletir sobre a prática que perpassa por todas elas.

No Brasil, observamos, a partir do segundo semestre de 2008, a emergência de um termo que começa a ser amplamente usado para caracterizar ações de intervenção social comunicativa no país: mídias livres. O uso do termo ganha impulso em junho de

¹ Trabalho apresentado na DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e bolsista do Programa Internacional de Bolsas de Pós-Graduação da Fundação Ford (International Fellowships Program - IFP). Email: ramonbzc@gmail.com.

³ As iniciativas que inspiraram as reflexões deste trabalho são: Projeto Comunicando ComCausa (www.comcausa.org.br); O Cidadão – Jornal do bairro da Maré; Jornal Vozes das Comunidades do Núcleo Piratininga de Comunicação (www.piratininga.org.br); Agência Mídia Livre (www.agenciamediavivre.org) e Observatório Notícias & Análises (<http://www.observatoriodefavelas.org.br/observatoriodefavelas/noticias/>).



2008 com a realização do I Fórum de Mídia Livre (FML), que aconteceu na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro e reuniu mais de quinhentas pessoas⁴.

Podemos considerar a gênese desse evento, e talvez do que viria a ser chamado de mídia livre, uma reunião ocorrida no dia 08 de março de 2008 em São Paulo, da qual participaram cerca de 50 profissionais da comunicação, entre jornalistas, professores e militantes da área, vindos, sobretudo, do eixo Rio Grande do Sul/São Paulo/Rio de Janeiro⁵ para conversar sobre casos de vitória, derrota e idéias sobre ações de mídia e cidadania⁶. Nesse encontro, preparado pela Agência Carta Maior⁷, foi organizado um Conselho Executivo que se reuniu posteriormente e elaborou a primeira versão de um documento/manifesto, que lançou as bases para organizar o FML, com o objetivo de ser um espaço de debates sobre questões ligadas a democratização das comunicações no país.

A versão final desse documento, construído após debate realizado no FML, foi lançado no dia 23 de outubro de 2008. Chamado “Manifesto de Mídia Livre”⁸, o documento recebeu assinatura de 38 entidades, movimentos e instituições nacionais, 29 entidades, movimentos e instituições regionais, 25 veículos de mídia e 159 pessoas físicas, entre membros de universidade, jornalistas e sociedade civil em geral⁹.

Genericamente, o Manifesto aponta a necessidade da garantia integral do direito humano à comunicação como condição básica para o crescimento democrático e crítica o controle comercial dos sistemas de comunicação no Brasil. As propostas descritas no manifesto estão ligadas ao fortalecimento da chamada mídia livre, propondo ações que incentivem o surgimento dessas iniciativas e/ou fortalecimento das que já existem e à busca por políticas democráticas de comunicação, apontando a necessidade de um novo marco regulatório para o setor.

⁴ Informações de inscritos extraídas do blog do evento: <http://forumdemidialivre.blogspot.com/2008/05/lista-de-inscritos-no-i-frum-de-mdia.html>.

⁵ Com a exceção de Ermano Allegri da Adital – Agência de Informação Frei Tito para América Latina localizada em Fortaleza/CE: <http://www.adital.com.br>.

⁶ Mais informações e descrição da reunião em Savazoni, 2008.

⁷ <http://www.cartamaior.com.br>.

⁸ O manifesto pode ser acessado em <http://www.forumdemidialivre.org/?tag=manifesto>.

⁹ O documento pode ser acessado em http://www.consciencia.net/midialivre/fml_manifesto_final_2008.pdf.



Também ao final do FML, são criados cinco grupos de trabalho: democratização das verbas públicas de publicidade; atualização de políticas públicas de comunicação; articulação dos fazedores de mídia livre; formação para uma mídia livre e desenvolvimento de mídias ou plataformas colaborativas.

Na sequência da trajetória das mídias livres, em janeiro de 2009, durante o Fórum Social Mundial, o Ministério da Cultura, por meio das Secretarias de Programas e Projetos Culturais e de Articulação Institucional, lança o Prêmio Pontos de Mídia Livre (PPML). Inspirado nos Pontos de Cultura¹⁰, o objetivo do Prêmio é reconhecer e estimular iniciativas de comunicação fora das grandes corporações midiáticas e que expressem anseios e potencialidades de grupos da sociedade que historicamente margemaram ou foram objetos de produções massivas¹¹.

Inscreveram-se no PPML, divididos nas categorias Regional/Nacional e Local/Estadual, Pontos de Cultura e/ou organizações não governamentais (ONG's)¹², que produzem e/ou apóiam iniciativas de comunicação não vinculadas aos grandes veículos comerciais. Foram quase 400 inscrições, de todas as regiões do Brasil, distribuídas nas áreas de audiovisual, impresso, multimídia, rádio e web. No total, 82 projetos foram premiados, sendo 18 na categoria Regional/Nacional – com o prêmio de R\$ 120 mil cada – e 64 na categoria Local/Estadual – com R\$ 40 mil distribuídos individualmente¹³. A maior parte das iniciativas premiadas estão na região Sudeste (51%), depois no Nordeste (26%), seguidas do Sul (13%), Centro Oeste (6%) e Norte (4%). Tomando como referência as Unidades Federativas, a maioria dos premiados estão em São Paulo (26), depois no Rio de Janeiro (10) e em seguida Pernambuco (9)¹⁴.

A segunda edição do Fórum de Mídia Livres aconteceu entre os dias 4 e 6 de dezembro de 2009 na Universidade Federal do Espírito Santo e teve a participação das iniciativas que ganharam o Prêmio. Já houve uma segunda edição do PPML e no primeiro semestre de 2012 acontecerá, no Rio de Janeiro, a segunda edição do Fórum Mundial de Mídia Livre.

¹⁰ São iniciativas públicas ou privadas, sem fins lucrativos, selecionadas por meio de edital público ou seleção direta, que desenvolvem atividades de formação, produção e difusão cultural junto à comunidade local e que faz parte do Programa Cultura Viva e do Programa Mais Cultura do Ministério da Cultura.

¹¹ Edital do Prêmio disponível em: http://www.cultura.gov.br/cultura_viva/.

¹² São associações do terceiro setor, que se declaram com finalidades públicas e sem fins lucrativos e desenvolvem ações em diferentes áreas da sociedade civil.

¹³ Ao todo, foram disponibilizados recursos da ordem de R\$ 4,7 milhões (Sammartano, 2009).

¹⁴ Dados do Mapeamento dos Pontos de Mídia Livre disponível em: http://www.cultura.gov.br/cultura_viva/?p=998.



Apesar do pouco tempo em que se fala de mídia livre, acreditamos que elas podem representar uma forma atual de intervenção política no campo da comunicação no Brasil e nos informar sobre as características dos modelos e processos de intervenção social nesse contexto. Por isso nosso interesse. Inicialmente refletiremos sobre conceitos que nos ajudem a pensar a intervenção social no campo da comunicação para, posteriormente, refletir sobre as formas de intervenção.

Nos caminhos da intervenção social comunicativa

O conceito do qual partimos para pensar essas formas de participação e intervenção crítica na sociedade é o de “movimentos sociais” proposto por Gohn (2007, p.13), definido pela autora como “ações sociais coletivas de caráter sociopolítico cultural que viabilizam distintas formas da população se organizar e expressar suas demandas”. Essas diferentes formas de organização e expressão podem significar as mais diversas ações de intervenção na sociedade, como passeatas, atos de desobediência civil, negociações, expressões estéticas, manifestações na internet, entre outras.

Em cada momento histórico e social, essas diversas formas de intervir adquirem características específicas. Pensando as últimas quatro décadas, podem ser apontadas várias mudanças que contribuíram para as novas formas de expressão que os movimentos foram tomando, mas talvez a principal, no Brasil, seja o fim da ditadura militar e o início da experiência democrática da década de 1980. Não é nossa intenção fazer o (re)trabalho de expor as mudanças pelas quais passaram os movimentos sociais nesse período, especialmente porque essas transformações já foram muito analisadas e expostas por pesquisadores como Gohn (2007) e Machado (2007). Nossa intenção é pensar, especificamente, essas mudanças nas formas de intervenção social no campo da comunicação.

Gohn (2007) chama atenção para o fato de que essas formas de intervir na sociedade, atualmente, nem sempre são feitas através de vínculos formais, institucionalizados. Embora muitas organizações da sociedade civil, constituídas juridicamente, tenham força, como as ONG's, surgem outros movimentos, alguns efêmeros, que emergem a partir de questões objetivas percebidas na sociedade e depois se dissolvem, e outros que podem não ser efêmeros, mas que não possuem vínculos institucionais.

Outra questão importante para mudanças nas formas de ação dos grupos sociais, que particularmente nos interessa, é a digitalização dos sistemas de comunicação e



informação. A partir desse ambiente, Machado (2007) enumerou dez características dos grupos que atuam por meio do que chamou de “redes telemáticas”, algumas coincidem com o que Gohn (2007) apresenta. Dentre as características organizadas, enfatizamos: “proliferação e ramificação dos coletivos sociais”, surgem novas formas de aliança e contato, além de facilitar a intervenção; “horizontalidade e flexibilidade das redes”, os grupos tendem a ser mais flexíveis e menos hierarquizados; “minimalismo organizacional-material”, a sede física não é mais fundamental para que exista uma intervenção na sociedade; “universalismo e particularismo das causas”, podem atender a um conjunto de aspirações pequenas e específicas, locais, mas também orientar-se a partir de princípios universalistas, como desenvolvimento sustentável e direitos humanos; “grande poder de articulação e eficiência”, organização de protestos simultâneos em diferentes cidades e/ou países é um exemplo; “identidade difusa dos sujeitos sociais”, uma mesma pessoa pode fazer parte de vários grupos; e “multiplicidade de identidades/circulação de militantes”, o anonimato e a multiplicidade de identidades potencializam as formas de ativismo (Machado, 2007).

Diante do exposto, entendemos intervenção social como a ação de pessoas, individual ou coletivamente, institucionalizadas ou não, que se manifestam, independente da forma, com o intuito de expor demandas e/ou promover mudanças em algum aspecto da sociedade, sempre relacionadas a alguma questão da garantia de direitos e equidade social. Como nos interessa pensar esse fenômeno no campo da comunicação, falamos aqui em “intervenção social comunicativa”. Compreendemos que toda experiência de intervir e mobilizar a sociedade é essencialmente comunicativa, mas no sentido que empregamos aqui, fazemos referência às práticas de cidadania, independente da pauta, através de mediações, redes e instrumentos sociotécnicos e não apenas da comunicação interpessoal.

Essa referência a redes sociotécnicas está baseada na idéia de que nossas ações na sociedade são sempre realizadas por meio da relação entre pessoas e objetos, conforme nos diz John Law (1992). Assim, pensaremos a intervenção social comunicativa como uma rede de pessoas, instituições e objetos utilizados, como computadores, transmissores de rádio, câmeras, papéis de jornal, que interagem a partir da ação de pessoas orientadas por certos padrões e objetivos, gerando os fenômenos sociais observáveis.

Ao tentar “enxergar” essa rede, também devemos observar os processos de produção social de subjetividade que as caracterizam. Entendemos subjetividade aqui a



partir do conceito de Félix Guattari (1992, p.19): "o conjunto das condições que torna possível que instâncias individuais e/ou coletivas estejam em posição de emergir como território existencial auto-referencial (...)". Assim, a subjetividade é como um conjunto de referenciais, de sistemas de representação, que tiramos do mundo e orientam nossas ações e percepções, modelando nossos comportamentos, sensibilidade e desejo (Guattari e Rolnik, 1999).

A importância de atentarmos aos processos de produção social de subjetividade, na perspectiva guattariana, é devido ao estágio atual do capitalismo, que ampliou seu domínio "sobre o conjunto da vida social, econômica e cultural do planeta, (...) infiltrando-se no seio dos mais inconscientes estratos subjetivos" (Guattari, 1990, p.33). Guattari chamou essa "face" do capitalismo de "Capitalismo Mundial Integrado", também intitulada por outros teóricos como "Capitalismo Cognitivo"¹⁵. É uma forma produtiva que atua principalmente na produção de subjetividade, de vida, como Deleuze (1992) apontou no que chamou de "Sociedades de Controle". Ao invés do poder, do controle, vir de fora, "disciplinarmente", ele foi introjetado nas formas de sentir e desejar. O "inimigo" não é mais apenas o "imperialismo dominante" ou o "sistema capitalista", ele está também nas pessoas quando encarnam determinadas formas de agir e pensar, ou as "subjetividades capitalísticas", como diz Guattari.

É por esse motivo que o trabalho em busca de sociedades democráticas com amplo e igual acesso aos bens materiais e imateriais para todos passa, não só pelo campo da economia política, mas abrange também a "economia subjetiva", especialmente pelo que Guattari chama de produção do desejo no campo social, ou micropolítica¹⁶. Assim, as ações em busca de mudanças deveriam agir tanto no nível da "macropolítica" (ligada às representações, instituições) quanto da "micropolítica" (relacionada ao campo sensível) (Guattari e Rolnik, 1999). Suely Rolnik (2008) nos diz que a "macropolítica" se refere aos conflitos no plano das representações, do que vemos e ouvimos. Enquanto a micropolítica faz referências as sensações e as tensões entre o que se observa e o campo sensível.

É a partir das questões apresentadas que iremos pensar as formas de intervenção social comunicativa e, especificamente, as chamadas mídias livres.

¹⁵ Malini (2007) faz uma grande exposição sobre as origens e características desse conceito.

¹⁶ Guattari e Rolnik, 1999.



Mídias: alternativa, tática e livre

Para refletir sobre as formas de intervenção social comunicativa, optamos por falar de duas manifestações já muito estudadas (mídia alternativa e mídia tática), no intuito de observar os atores que as compõem, suas diferenças, características e pensar as chamadas mídias livres. Embora existam outras formas de categorizar a intervenção social comunicativa (como comunitária ou popular, por exemplo), julgamos que as duas escolhidas são mais representativas e as demais se aproximariam, de alguma forma, dessas. É importante enfatizar que não pensaremos essas formas de intervenção em sentido cronológico, como se o fim de uma marcasse o início de outra, mas as características de ambas podem coexistir e se hibridizar, há uma mistura dos interesses e ações que marcam cada uma das formas.

Como não há consenso entre os pesquisadores sobre o que é mídia alternativa (MA)¹⁷ e suas origens, partiremos de alguns autores que consideram o surgimento dessa forma de intervenção nos movimentos populares dos anos 1960 e 1970 no Brasil. John Downing nos diz que as mídias alternativas “são expressões das culturas populares e de oposição e exprimem as prioridades e aspirações das culturas forçosamente excluídas” (2002, p.33)¹⁸. Cecília Peruzzo (2006) enfatiza que essa forma de intervenção já foi também denominada de “popular, participativa, horizontal, comunitária e dialógica”, isso de acordo com o lugar e o grupo social em que emerge, mas o sentido político era mantido. Segundo ela, essa forma de comunicação é uma expressão das lutas populares e representam um espaço democrático para participação do “povo”, que pode expressar sua concepção de mundo e anseios (Peruzzo, 2006).

As experiências de mídia alternativa foram marcadas pelo modelo da contra-comunicação¹⁹ e por oposição a mídia tradicional. É como se a mídia alternativa buscasse corrigir a mídia convencional para depois suplantá-la (Mazetti, 2008). Uma característica marcante dessa forma de intervenção é que funciona como se houvesse

¹⁷ Mazetti (2008) faz uma ampla descrição dos autores e compreensões diversas sobre a mídia alternativa.

¹⁸ É importante deixar claro que John Downing considera que falar em mídia alternativa é um paradoxismo, pois tudo sempre tem oposições e essa terminologia não explica o que essas mídias teriam de diferente, por isso acrescenta a designação “radical”. É preciso enfatizar também que é mais o contexto e as conseqüências que caracterizam a mídia radical alternativa, visto que as tecnologias e as técnicas também são usadas pela mídia convencional, de massa, privada.

¹⁹ Termo derivado das idéias de “contra-hegemonia” e “luta hegemônica”, desenvolvida por Gramsci, teórico italiano que muito influenciou o pensamento dos movimentos sociais desse período. Sobre essa questão e uma descrição dos paradigmas teóricos que marcaram a crítica dos meios e sistemas de comunicação na sociedade ver Mazetti (2008).



um “inimigo”, ela faz oposição, busca quebrar regras, divulgar uma ideologia, “quebrar o silêncio, refutar mentiras, dizer a verdade” (Downing, 2002).

Já a mídia tática (MT), desponta com orientações bem distintas. O conceito surgiu nos anos 90, a partir de práticas de ativistas de mídia e festivais de novas mídias nos Estados Unidos e na Europa. Tem como princípio o “faça-você-mesmo”, explorando as potencialidades de comunicação tornadas possíveis pela crescente acessibilidade de materiais e equipamentos de mídia, em especial os digitais (ROSAS, R; WELLS, T, 2002). Essa forma de intervenção é um híbrido de arte, mídia e política, que busca questionar padrões dominantes, formas culturais e sensíveis. Não possui adesão a posições ideológicas fixas, embora tenha interesse político. As mídias táticas também têm grande preocupação estética com os meios, seu interesse não são apenas os conteúdos, mas a forma como estes aparecerão. As ações usam diversos suportes (vídeo, rádio, imagem, espaços públicos – teatro de rua) e são, em geral, intervenções temporárias que buscam, entre outras coisas, oferecer percepções diferenciadas do cotidiano.

Observando o aspecto material das mídias alternativa e tática, pode-se notar, como aponta Mazetti (2008), que enquanto a primeira tem uma relação instrumental com os meios, isto é, são canais para transportar o conteúdo, as informações, as representações, a MT enfatiza a forma, buscando causar estranhamento e agindo mais na sensação, explorando os aspectos materiais dos meios e novas sensações que podem gerar. Não obstante ambas utilizem os mesmos objetos técnicos, eles são usados de maneiras diferenciadas, orientados por interesses e formas de sensibilidade distintas, o que faz com que produzam sentidos diferentes.

Sobre a participação das pessoas, a MT é experimental e valoriza o amadorismo, é marcada por um sentimento transgressor, não foca em oferecer soluções, mas em questionar. Já a MA, embora tenha produção amadora, tende a incorporar profissionais e esteticamente se aproximar da mídia comercial, diferindo apenas nos conteúdos, sendo orientada pelo seu crescimento e as oportunidades que tem de intervir (Mazetti, 2008).

No campo político, enquanto a MA parte de convicções políticas e ideológicas que divulga com seriedade e quer ampliar seu campo de ação, a MT parte da incerteza, trabalha com o humor e sem convicções permanentes, funcionando como um “anti-poder”, agindo localmente, pontualmente, em fluxos subjetivos, sem a pretensão de ampliar seu campo de ação (Mazetti, 2008).



A mídia alternativa “nasce” em um momento de pouca experiência histórica e material com os meios de comunicação. A televisão mal tinha uma década e o rádio cerca de três. Era pouca vivência para investir em usos experimentais dos meios, como fez a mídia tática. Esse é um dos motivos para o uso instrumental dos meios, para simples divulgação de mensagens. O cerceamento da vida imposto pelo regime militar e o inimigo visível, justificam a experiência dicotômica e maniqueísta. Mesma com a mudança do ambiente social, seja pela democratização do país, ou pelo interesse de pessoas envolvidas em “se adequar ao sistema” ou continuar a “luta para construir o socialismo”, por exemplo, aquelas marcas subjetivas continuam existindo, por isso ainda hoje, em um ambiente diferenciado, elas “escorrem”.

A mídia tática surge em um ambiente social democratizado, de livre expressão, embora também opressor e capitalista. A chamada “pós-modernidade”, com sua ausência de “fundamentos” e “certezas” e o pensamento sobre a materialidade dos meios de comunicação (desenvolvida inicialmente por McLuhan), o não êxito do chamado “socialismo real” são questões que influenciam e colaboram na produção de subjetividade presente na MT. A ampla difusão dos meios de comunicação de massa e o barateamento da produção de conteúdos devido a digitalização dos sistemas de comunicação e o surgimento da internet são outros fatores que induzem as características dessa forma de intervenção, marcada por uma tentativa de experimentar novas formas de luta política.

Diante do exposto, acreditamos que a forma de intervenção da mídia alternativa é marcada pela ação, predominantemente, no campo macropolítico, isto é, no campo das representações sociais. Seu foco está nas tensões que são produzidas na “realidade visível e dizível” e nos embates pela distribuição dos espaços estabelecidos pela cartografia dominante. Essa ação no campo macropolítico busca uma redistribuição de lugares sociais, visando uma configuração social mais justa. Sua preocupação com a garantia de direitos e a democracia gira em torno de instituições, sejam elas de comunicação ou de representação política, como partidos e sindicatos. Embora fale em “tomada de consciência” e mesmo com os conteúdos divulgados, que poderiam agir no campo da micropolítica, prioriza-se informar, passar os conteúdos para quem não os tem, fazer as pessoas tomarem consciência da dominação e da exploração, ou seja, da sua face visível, representacional, sem levar em consideração que a dominação acontece também nos campos da sensação, do desejo, do sonho. Por outro lado, não se pode esquecer as ações de mídia alternativa conduzidas durante o Regime Militar por pessoas



que viviam na clandestinidade, que se furtavam às subjetividades dominantes e construía outros modos de vida, agindo também no campo micropolítico, ainda que de maneira pessoal, sem que suas intervenções caminhassem nessa área.

Ao contrário, a mídia tática atua principalmente no campo micropolítico. As ações efêmeras e passageiras não buscam se instituir como fontes de referências, mas pretendem provocar descolamentos nos processos de produção de subjetividade, nos sistemas de referência que orientam a ação das pessoas. Ao mesmo tempo em que podem denunciar injustiças, procuram fazer isso experimentando formas, investindo mais na sensação, no inconsciente do que na percepção. O fato da MT priorizar as formações subjetivas talvez esteja ligado ao não vislumbramento de possibilidades de ruptura, ou formas de mudança mais amplas, como queriam alguns movimentos que tiveram suas origens nas décadas de 1960 e 1970 e que se prendiam mais ao campo macropolítico. Outro fator é que diante da atual face do capitalismo, agindo por meio da produção de subjetividade, como falamos anteriormente, as formas de intervenção também precisam incorporar o campo da economia do desejo. O viés artístico da mídia tática talvez esteja ligado ao interesse de investir na produção de subjetividade.

É importante atentarmos que todas essas formas de intervenção, de alguma forma, envolvem a produção de subjetividade, visto que em muitos casos são pessoas que buscam se expressar a partir de sua ótica, oferecer outros sistemas de referência. Mas também não se pode desconsiderar que muitas vezes essas iniciativas acabam reproduzindo modelos de intervenção, formas de contestação já aceitas e só reproduzem as subjetividades “maiores”, “dominantes”. Assim, é comum perceber iniciativas, como vemos especialmente na mídia alternativa, que podem ter um germe na micropolítica ao mobilizar pessoas que queiram “fugir aos padrões”, mas seu interesse, a preocupação da intervenção está no campo macropolítico.

Mídias livres

Ainda que a expressão mídias livres seja recente, as origens e características do fenômeno enquanto forma de intervenção social comunicativa podem ser buscadas nas mídias alternativa e tática. As mídias livres reúnem elementos dessas duas, mas que ganham outras configurações. Consideramos que as mídias livres são marcadas por quatro características principais: emergem em um ambiente social democratizado; fazem amplo uso das tecnologias digitais de comunicação e informação; trabalham em



parceria com o Estado e o setor privado e há uma profissionalização dos ativistas/militantes.

Da mesma forma que a mídia tática, as livres surgem em um ambiente social democratizado. Ao invés de ser marcada pela busca da liberdade de expressão (como na mídia alternativa), sua defesa é pelo direito à comunicação²⁰, isto é, os grupos passam a defender não somente a liberdade para falar, mas os meios por onde falar. Dentre outros fatores, isso leva a uma preocupação maior com infra-estrutura tecnológica/material para produzir conteúdos. A relação com os objetos técnicos denota tanto uso instrumental para mera passagem de conteúdos, quanto utilização para fins estéticos e outros, como a metareciclagem²¹. Assim, há tanto interesses que buscam se afirmar, como na MA, quanto interesses transgressoras, que priorizam a experimentação.

Reconhecem-se como mídia livre, ou como “midialivrista”, tanto organizações não-governamentais, quanto coletivos não institucionalizados e *blogueiros* individuais; tanto rádios comunitárias, quanto rádios livres²²; tanto iniciativas que primam pela forma, pela estética, quanto as que priorizam os conteúdos. São experiências em diversos formatos de mídia: impressa, rádio, internet etc. Essa diversidade coincide em interesse na busca por políticas públicas e outras ações que possam contribuir com o fortalecimento dessas iniciativas “menores” de mídia. Mas nenhuma delas fala de ruptura, ou transformação radical da sociedade. É notória a tentativa de se afirmar como modelo de mídia, de ampliar seu campo de atuação, como na MA.

Com a digitalização das tecnologias de comunicação e informação há uma ampliação da infraestrutura e das linguagens para produção e circulação de comunicação na sociedade, questão essa já muito bem desenvolvida por diversos pesquisadores²³, por isso não iremos aprofundar. Derivado desse ambiente, as ideias de produção, participação e compartilhamento generalizadas permeiam as ML. Por exemplo, quando o Minc lança o edital do Prêmio Pontos de Mídia Livre, considera como mídias livres “iniciativas de comunicação *compartilha e participativa*” (grifo

²⁰ Sobre o conceito e desdobramentos do direito humano à comunicação ver Costa (2007).

²¹ A metareciclagem pode ser entendida como a (re)apropriação de objetos técnicos (em geral peças usadas de computador) buscando dar a eles outro uso, seja fazer com que equipamentos voltem a funcionar, seja transformar as peças que não mais funcionam em jogos e/ou obras de arte.

²² As rádios comunitárias funcionam, ou tentam se enquadrar, de acordo na lei 9612/1998, que regulamenta o serviço de radiodifusão comunitária e tentam obter concessão do Estado. Enquanto as rádios livres se baseiam no princípio da Constituição de 1988 que diz: “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença” e não buscam concessão, incorrendo em desobediências civil.

²³ Malini (2007) fala do sistema produtivo que emerge com a digitalização dos sistemas de comunicação.



nosso). Esses termos são amplamente usados nas iniciativas, ainda que sem grandes reflexões sobre a questão, mas totalmente relacionados com a digitalização das tecnologias de comunicação. Essa forma de intervenção não seria possível existir sem essas ferramentas digitais de comunicação, sejam usadas instrumentalmente para produzir e circular conteúdos ou experimentalmente, explorando outros usos.

No que se refere ao trabalho em parceria com o Estado e o setor privado. Ao contrário da mídia alternativa, que poderíamos dizer que é, em sua maior parte, contrária ao Estado e a mídia tática que não se importa com esse ator, as mídias livres trabalham em parceria. Os editais públicos e privados para organizações do terceiro setor que desenvolvem projetos sociais em diversas áreas, inclusive a comunicação, são exemplos disso, assim como o Prêmio Pontos de Mídia Livre.

A regularidade desses financiamentos de Projetos levam a outra característica que apontamos: a profissionalização dos ativistas e militantes. São profissionais remunerados, especialmente, com recursos vindos desses projetos financiados por fundos públicos e/ou privados e organismos de cooperação internacional. Há pessoas que passam a viver somente com o salário vindo desses trabalhos. Uma prova da profissionalização desses atores é a criação da Associação Brasileira de Empresas e Empreendedores da Comunicação (Altercom) para representar e defender os interesses desses profissionais²⁴. A subjetividade que antes era apenas a do militante, que estava ali pela causa, dá lugar, ou agrega, outro elemento social: seu sustento. Assim, a causa/trabalho não pode mais ser vista, apenas, como tentativa de transformação social, mas como garantia pessoal de sustento. É importante atentar para a insegurança financeira que marca as condições de trabalho desses profissionais, que tem sido chamados de “precariado cognitivo”²⁵: salários baixos, poucos com carteiras de trabalho assinadas e a maioria dos Projetos tem duração média de um ano.

Por fim, um aspecto importante das mídias livres é o crescente número das produções vindas das chamadas “periferias”. Seja pelo barateamento da produção e circulação de conteúdos impulsionado pelas tecnologias digitais, ou porque são o público atendido por esses Projetos, o fato é que emergem práticas não só interessadas em divulgar conteúdos que não tem espaço na mídia convencional ou propor

²⁴ Criada no início de 2010, a Associação Brasileira de Empresas e Empreendedores da Comunicação (Altercom) foi uma idéia que surgiu durante a I Conferência Nacional de comunicação. Seu objetivo é representar e defender o interesse dos profissionais dessas iniciativas “menores” de comunicação.

²⁵ Bentes (2007).



experiências que envolvam as sensações, mas que buscam se fortalecer como um campo de criação. Talvez, como nos diz Bentes (2007), a dimensão política desses movimentos aparece ao serem portadores de expressões culturais e estilos de vida vindos da periferia, de classes de baixa renda, como “um discurso político ‘fora de lugar’”, que coloca em cena novos mediadores (funkeiros, rappers etc) e contribui para revitalizar os territórios de baixa renda e reconfigurar a cena cultural urbana (Bentes (2007).

Assim, são experiências de vida que desejam se afirmar, expressando-se no campo social e intervindo no campo da micropolítica, ao mesmo tempo em que atuam macropoliticamente, tentando garantir políticas públicas e outras ações que desenvolvam as iniciativas, ampliando seu lugar. Experiências assim podem se tornar “uma alavanca essencial da resingularização subjetiva e gerar outros modos de sentir o mundo, uma nova face das coisas, e mesmo um rumo diferente dos acontecimentos” (Guattari, p.122, 1992).

Últimas considerações

Diante da heterogeneidade de interesses, objetivos e técnicas usadas, não é possível falar em uma única forma de intervenção social comunicativa contemporânea. É necessário reconhecer que não há, ou pelo menos não houve ainda, uma substituição do modelo de intervenção da contra-comunicação, por exemplo, presente na mídia alternativa, para um modelo mais preocupado com as sensações e reflexões que podem gerar e menos com as mudanças “visíveis”, como o da mídia tática. A recente experiência das mídias livres nos mostra a coexistência de várias formas e fluxos subjetivos presentes nas intervenções sociais contemporâneas.

É importante perceber que com a entrada do capital nos fluxos subjetivos controlando as formações do desejo, do sonho, as transformações na sociedade em busca de um aprimoramento da democracia e da garantia de direitos, como almejam as iniciativas de intervenção social comunicativa das quais falamos, é necessário, assim como o capital, investir nos processos subjetivos, explorando outros referenciais para orientar a ação na vida, isto é, agir micropoliticamente. Embora estejamos falando desses dois campos em separado, eles coexistem e se influenciam mutuamente. As representações, isto é, as formas “visíveis e dizíveis” (macropolítica), nada mais são do que reflexos das subjetividades, do desejo (micropolítica).

Enquanto as preocupações não se voltarem com mais intensidade para a produção da subjetividade e as intervenções focarem os campos macro e micro



simultaneamente, ainda será comum discursos não condizerem com a ação real, é como organizações e pessoas que defendem a democracia, mas se organizam em padrões hierárquicos.

Referências Bibliográficas

BENTES, I. **Redes Colaborativas e Precariado Produtivo**. In: Caminhos para uma Comunicação Democrática. São Paulo: Le Monde Diplomatique e Instituto Paulo Freire, 2007.

COSTA, R. B. **Direito Humano à Comunicação**: perspectivas para a democratização da mídia no Brasil. In: Revista Pj:Br, v.8. São Paulo, 2007.

DELEUZE, G. **Conversações**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

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

GONÇALVES, F. **Resistência nômade: arte, colaboração e novas formas de ativismo na Rede**. In: Ecompos, 2007. Disponível em: www.compos.org.br/e-compos.

GOHN, M.G. **Movimentos sociais no início do século XXI**. Petrópolis: Vozes, 2007.

GUATTARI, F. **As Três Ecologias**. Campinas, SP: Papirus, 1990.

_____. **Caosmose – um novo paradigma estético**. Rio de Janeiro, RJ: Editora 34, 1992.

_____; ROLNIK, S. **Micropolítica: cartografias do desejo**. 5ª Ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

LAW, J. **Notes on the Theory of the Actor Network: Ordering, Strategy and Heterogeneity**. Centre for Science Studies, Lancaster University, Lancaster. 1992. Disponível em: <http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/Law-Notes-on-ANT.pdf>. Acessado em 12/07/2010.

LOVNIK, G. e GARCIA, D. O ABC da mídia tática. In: Rizoma.Net, 2001. Disponível online: <http://www.rizoma.net/desenv/interna.php?id=131&secao=intervencao>. Acesso em 23/03/2005.

MACHADO, J.A.S. **Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais**. In: Sociologias, n18. Porto Alegre, 2007.

MALINI, F. **O Comunismo da Atenção – liberdade, colaboração e subsunção na era do capitalismo cognitivo**. 315p. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2007.

MAZETTI, H. M. **Ativismo de mídia: arte, política e tecnologias digitais**. 213p. Dissertação (Comunicação e Cultura) Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2008.

PERUZZO, C.M.K. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. In: Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. Anais. Brasília: Intercom, 2006.



ROLNIK, S. **Desentranhando futuros**. In: Revista Eletrônica de Jornalismo Científico. No. 99, Junho de 2008. Disponível on-line: <http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=36&id=423>. Acesso em 08/03/2010.

ROSAS, R.; WELLS, T. Que venha a mídia tática. In: Rizoma.net, 2002. Disponível online: <http://www.rizoma.net/interna.php?id=174&secao=intervencao>. Acesso em 12/08/2005.

ROVAI, R. **Mídia Independente realizou encontro histórico neste sábado**. In: Revista Fórum. 9 de Março de 2008. Acessado dia 08/03/2010 em http://www.revistaforum.com.br/sitefinal/blog/texto_blog.asp?id_artigo=2195

_____. **Uma contribuição sobre o conceito de mídia livre**. In: Blog do Rovai, 2009. Disponível online: http://www.revistaforum.com.br/sitefinal/blog/texto_blog.asp?id_artigo=6022. Acesso em 28/05/2010.

SAVAZONI, R. **Novos rumos para a imprensa alternativa**. In: Observatoriododireitoacomunicacao. 12 de março de 2008. Acessado dia 08/03/2010 em http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=2840