

COMUNICAÇÃO e RESISTÊNCIA: práticas de liberdade para a cidadania

Nair Prata | Fábria Lima
(Organizadoras)



Comunicação e resistência:
práticas de liberdade para a
cidadania

Direção Editorial: Felipe Pena
Vice direção Editorial: Iury Parente Aragão
Presidente: Giovandro Marcus Ferreira (UFBA)

Conselho Editorial - Intercom

Allysson Viana Martins (Unir)
Ana Cláudia Gruszynski (UFRGS)
Ana Regina Barros Rego Leal (UFPI)
Ana Sílvia Lopes D. Médola (Unesp)
Antonio Carlos Hohlfeldt (PUCRS)
Bruno Guimarães Martins (UFMG)
Cicilia Maria Krohling Peruzzo (Uerj)
Dario Brito Rocha Júnior (Unicap)
Eduardo Barreto Vianna Meditsch (UFSC)
Erick Felinto de Oliveira (Uerj)
Eula Dantas Taveira Cabral (FCRB)
Fernando Oliveira Paulino (UnB)
Francisco Machado Filho (Unesp)
Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF)
Izani Pibernat Mustafá (UFMA)
Joaquim Paulo Serra (UBI, Portugal)
Luiz Claudio Martino (UnB)
Margarida Maria Krohling Kunsch (USP)

Margarita Ledo Andión (USC, Galicia)
Maria Ataíde Malcher (UFPA)
Maria Cristina Gobbi (Unesp)
Maria Érica de Oliveira Lima (UFC)
Maria Immacolata Vassalo de Lopes (USP)
Marialva Carlos Barbosa (UFRJ)
Nair Prata Moreira Martins (Ufop)
Nélia Rodrigues Del Bianco (UnB)
Patrícia Gonçalves Saldanha (UFF)
Pedro Gilberto Gomes (Unisinos)
Raquel Paiva de Araujo Soares (UFRJ)
Raúl Fuentes Navarro (Iteso, México)
Roseli Fígaro Paulino (USP)
Sandra Lúcia Amaral de Assis Reimao (USP)
Sérgio Augusto Soares Mattos (UFRB)
Simone Antoniaci Tuzzo (UFG)
Sônia Caldas Pessoa (UFMG)
Vanessa Cardozo Brandão (UFMG)

Comunicação e resistência:
práticas de liberdade para a
cidadania

NAIR PRATA
FÁBIA LIMA
(organizadoras)

São Paulo
Intercom
2022

Comunicação e resistência: práticas de liberdade para a cidadania

Copyright © 2022 dos autores dos textos, cedidos para esta edição à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom

Direção Editorial: Felipe Pena

Projeto Gráfico e Diagramação: Clauciane Pereira

Capa: Clauciane Pereira

Revisão: Nair Prata e Fábria Lima

Dados Internacionais da Catalogação na Publicação (CIP)

Ficha Catalográfica

Comunicação e resistência: práticas de liberdade para a cidadania /
Organizado por Nair Prata e Fábria Lima. - São Paulo: Intercom, 2022.
57,5MB; PDF.

Bibilografia
ISBN 978-85-8208-133-4

1. Comunicação. 2. Resistência. 3. Liberdade. 4. Cidadania
5. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
I. Prata, Nair. II. Lima, Fábria. III. Título.

CCD 20, ed. 302.207

Todos os direitos dessa edição reservados à

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - INTERCOM

Av. Brigadeiro Luís Antônio, 2.050 - Conj. 36 - Bela Vista

CEP 01318-002 | São Paulo - SP - Brasil

<http://portalintercom.org.br> - email: secretaria@intercom.org.br

Sumário

- 11 Prefácio
Juliano Domingues da Silva e Dario Brito
- 15 Apresentação
Nair Prata e Fábila Lima
- 19 Comunicação e resistência: práticas de liberdade para a cidadania
Nita Freire
- Parte 1 – ÉTICA E COMUNICAÇÃO EM SAÚDE**
- 25 1. A comunicação pública no enfrentamento à desinformação durante a pandemia da Covid-19: a experiência do programa "Saúde é o Tema" na Rádio Universitária Paulo Freire
Ana Maria da Conceição Veloso, Cecília Almeida Rodrigues Lima, Yvana Fachine, Paula Reis Melo, Patrícia Paixão de Oliveira Leite, Ana Sophia Ramos
- 39 2. Notas para pensar ética e comunicação em saúde sob múltiplas dimensões
Clarisse Castro Cavalcante
- 47 3. Ensaio sobre como a crise sanitária da Covid-19 está salvando o jornalismo profissional brasileiro da pandemia de notícias falsas
Emerson Urizzi Cervi
- 59 4. O presidente e a pandemia: respostas imunológicas e deontológicas do jornalismo brasileiro
Rogério Christofolletti

Parte 2 – COMUNICAÇÃO E A PEDAGOGIA LIBERTADORA DE PAULO FREIRE

- 75** 1. Educomunicação e Direitos Humanos: um diálogo amoroso
Andrea Trigueiro
- 93** 2. Comunicação popular e a pedagogia libertadora de Paulo Freire
Cicília M. Krohling Peruzzo
- 101** 3. Comunicação e a pedagogia libertadora de Paulo Freire
Ismar Soares
- 123** 4. Comunicação libertadora em Paulo Freire
Venício Lima

Parte 3 – A PUBLICIDADE ENTRE A CIDADANIA E O CONTROLE

- 137** 1. Plataformas digitais, algoritmos e cidadania comunicativa: o direito à comunicação na internet
Ismar Capistrano Costa Filho
- 153** 2. Simetrias entre consumo e publicidade: assimetrias entre marcas e consumidores
Rogério Luiz Covaleski

Parte 4 – SOBRE O DIREITO E O DEVER DE RESISTIR: A COMUNICAÇÃO NA TRINCHEIRA

- 175** 1. Comunicação e Democracia: sobre o direito e o dever de resistir
Fernando Oliveira Paulino
- 181** 2. Pela disputa do caráter público da comunicação: práticas e horizontes estratégicos
Helena Martins e Marina Polo
- 199** 3. Internet a caminho da regulação
Marcos Dantas
- 207** Sobre os autores

Prefácio

Juliano Domingues da Silva e Dario Brito

Tempo de Esperançar

Há quem “acuse” os pernambucanos de mania de grandeza. Mas há também quem diga não se tratar de mania, mas de grandeza mesmo, sem maior modéstia.

Não por acaso, Cícero Dias pintou o famoso painel “Eu vi o mundo... ele começava no Recife”, obra que faz parte da memória cultural do Brasil. Da mesma maneira, é comum entre os pernambucanos a utilização de uma máxima divertidíssima segundo a qual é justamente no Recife onde os rios Beberibe e Capibaribe, que cortam a cidade, “se encontram para poder formar o Oceano Atlântico”.

Brincadeiras à parte, parece fazer algum sentido. Afinal de contas, esta é a terra de Anna Paes, Frei Caneca, Joaquim Nabuco, Josué de Castro, as mulheres de Tejucupapo, Alceu Valença, Chico Science, de Gilberto e de Paulo, Freyre e Freire. É a terra, também, do professor Luiz Beltrão. Evocando novamente Cícero Dias, podemos dizer “Eu vi a pesquisa em Comunicação no Brasil... ela nasceu no Recife”.

Nunca é demais lembrar que foi aqui, nos corredores da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), que Beltrão fundou o primeiro centro nacional de pesquisa do nosso campo de conhecimento, o Instituto de Ciências da Informação (Icinform), e a primeira revista científica da área, Comunicações e Problemas. Foi aqui, também, que ele teve como aluno José Marques de Melo, o mais pernambucano dos alagoanos.

A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) traz, portanto, Pernambuco em seu DNA. A realização do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Unicap possui um aspecto simbólico incontornável: é uma espécie de volta para casa da INTERCOM em um momento extremamente delicado, tanto do ponto de vista político quanto sanitário.

A pandemia de Covid-19 impôs a necessidade de se recorrer a novas formas de relacionamento, com reforço das interações mediadas por computador. Com isso, o encontro, a essência dos nossos congressos, foi submetido a um processo urgente de ressignificação em sua modalidade remota e, assim, viu-se deslocado no tempo e no espaço. Fiel ao seu compromisso com o conhecimento científico e ao seu histórico de inovação, a INTERCOM realizou o evento de maneira online pela segunda vez (a primeira, um ano antes, foi na UFBA).

No ano de centenário de Paulo Freire, não poderia haver sede mais apropriada para um congresso com o tema "Comunicação e resistência: práticas de liberdade para a cidadania". Em um contexto absolutamente adverso, nosso campo demonstrou robustez: foram 2.535 inscritos, 336 palestrantes, 848 trabalhos aprovados nos Grupos de Pesquisa, 405 no INTERCOM Júnior, 199 finalistas do Prêmio Expocom, 48 oficinas e minicursos e 85 livros lançados no Publicom.

O retorno à casa ocorreu exatamente 10 anos depois de sediarmos o 34o. Congresso de Ciências da Comunicação, cujo tema foi "Quem tem medo da pesquisa empírica?". À época, o resgate da tradição na pesquisa científica em Comunicação na Unicap ainda era uma missão árdua a ser enfrentada, mas parece ter surtido efeito o impacto de tantas discussões, encontros, palestras e conversas informais realizadas nas salas e nos corredores da instituição. Recebemos muito mais que nomes de destaque da comunicação brasileira e latino-americana com o congresso naquele ano: recebemos um estímulo para tocar em frente essa retomada.

Dez anos depois, a INTERCOM encontrou outra Universidade Católica de Pernambuco no que diz respeito à pesquisa científica. Hoje, a Escola de Comunicação possui quatro cursos de graduação - Fotografia, Jogos Digitais, Jornalismo e Publicidade e Propaganda -, além do Mestrado Profissional em Indústrias Criativas, também pioneiro no seu segmento no país. E os números vindos desses cursos atestam o impacto: 60% dos docentes têm projeto de pesquisa ativos no Banco de Dados da Unicap, alguns com financiamento de instituições internacionais, e 30% têm orientandos de Iniciação Científica, entre voluntários, bolsistas da instituição e também do CNPq.

Entre os alunos, cursos como o de Jornalismo e Fotografia apresentam números em torno de 15% dos discentes envolvidos em pesquisa científica e grupos de estudo registrados na Instituição, muitos deles conquistando prêmios e vencendo importantes editais, como o de Inovação da Google para a América Latina, mais de uma vez. A continuidade na formação também é observada, com ex-alunos de graduação, a cada ano ingressando em programas de pós stricto sensu na própria Unicap ou em outras instituições brasileiras e internacionais. Some-se a

tudo isso a reativação do Icinform, repaginado e intitulado Instituto de Estudos de Convergência Midiática e da Informação (Icinform), além da inauguração da Cátedra Luiz Beltrão de Comunicação.

Isso é comunicação e resistência, sobretudo quando se leva em conta o ambiente de desmonte pelo qual passam as instituições dedicadas à ciência no Brasil. Nesse contexto, o Congresso 2021 da INTERCOM apresentou como proposta, anunciada na ementa do evento, a ousadia de "convidar os setores científicos, acadêmicos e do exercício profissional nas instituições midiáticas do campo da Comunicação a resistir e contribuir na defesa da liberdade acadêmica, da liberdade de imprensa e da liberdade para construir uma sociedade que respeite plenamente os direitos constitucionais".

Ainda na ementa, lê-se: "É tempo de reanimar as esperanças e conjugar, com Paulo Freire, o verbo esperar. Esperar não é esperar por algo, mas 'é se levantar, esperar é ir atrás, esperar é construir, esperar é não desistir! Esperar é levar adiante, esperar é juntar-se com outros para fazer de outro modo".

Em análise retrospectiva, depois de tudo que fizemos juntas e juntos, sócios, sócias, comissão organizadora, diretoria e congressistas, podemos afirmar: a missão foi cumprida. E isso não é mania de grandeza de pernambucano. Isso é esperar, isso é história.

Viva Paulo Freire! Viva a INTERCOM!

Apresentação

Nair Prata e Fábria Lima

Triste momento histórico vivemos. Atravessamos uma pandemia e, com ela, vimos se aprofundar o fosso das desigualdades econômicas e sociais que já marcam de forma tão vexatória a nossa sociedade. E, ao tempo em que a ciência se mostrou tão fundamental para o pronto enfrentamento da situação epidemiológica e para a proposição de soluções dos problemas dela decorrente, nos encontramos entrincheirados lutando por sua defesa. A negação do conhecimento científico, a disseminação de *fake news* como estratégia política e o ataque sistemático às instituições tornam inevitável que os agentes da área da comunicação - estudantes, docentes, profissionais, pesquisadores - se levantem contra os movimentos retrógrados que tentam cercear o pleno exercício da cidadania de todos e todas.

Neste cenário, foi extremamente oportuno que a Intercom tenha se inspirado no centenário de Paulo Freire e proposto como tema de seu congresso 2021 - "Comunicação e resistência: práticas de liberdade para a cidadania", que dá título a esta obra. O potencial libertador e emancipatório da comunicação, para o exercício da cidadania e para a garantia dos princípios democráticos, pode ser visto como a linha mestra que orienta as reflexões trazidas pelos pesquisadores deste livro.

O texto de abertura, derivado da transcrição da fala de Nita Freire no Congresso anual da Intercom, dá o tom e inspira a leitura da obra. Nas palavras da autora, "a comunicação humana enseja que os seres humanos lutem por

sua liberdade, condição ontológica para a existência humana. O ser marginalizado, desvalorizado, oprimido, tem como objeto primeiro a resistência à ética e à boniteza. A comunicação corporifica a substantividade das relações sociais". E mais, nos convoca a construir "novos saberes para interferir no mundo, no sentido de torná-lo melhor e mais justo [a partir do] diálogo que implica, pois, uma relação dialética entre os pares que dialogam".

A primeira parte do livro aborda o tema "Ética e Comunicação em Saúde". No artigo "A comunicação pública no enfrentamento à desinformação durante a pandemia da Covid-19", Ana Maria da Conceição Veloso, Cecília Almeida Rodrigues Lima, Yvana Fachine, Paula Reis Melo, Patrícia Paixão de Oliveira Leite e Ana Sophia Ramos analisam a Rádio Paulo Freire sob o prisma da comunicação pública, no programa Saúde é o Tema e, particularmente, na série Especial Coronavírus. Em "Notas para pensar ética e comunicação em saúde sob múltiplas dimensões", Clarisse Castro Cavalcante faz uma reflexão sobre a ética nas assessorias de comunicação em saúde, a partir de sua própria trajetória. Já em "Ensaio sobre como a crise sanitária da Covid-19 está salvando o jornalismo profissional brasileiro da pandemia de notícias falsas", Emerson U. Cervi discute como a pandemia de covid-19 pode ter contribuído para a recuperação da presença do jornalismo profissional na organização da agenda pública de debates. Esta seção se encerra com o trabalho "O presidente e a pandemia: respostas imunológicas e deontológicas do jornalismo brasileiro", de Rogério Christofolletti, que faz uma análise sobre como a atuação do governo federal brasileiro no enfrentamento da pandemia infligiu mudanças nas práticas jornalísticas deste momento histórico.

A segunda parte do livro, que aborda o tema "Comunicação e a pedagogia libertadora de Paulo Freire", inicia-se com o artigo "Educomunicação e Direitos Humanos: um diálogo amoroso", de Andrea de Lima Trigueiro de Amorim. O trabalho situa as discussões sobre direitos humanos em interface com o pensamento de Paulo Freire, no Brasil, e defende a educomunicação como uma prática libertadora para a cidadania, a partir do compartilhamento de experiências. Em "Comunicação popular e a pedagogia libertadora de Paulo Freire", Cicilia M. Krohling Peruzzo discute aspectos do pensador que tangenciam os conceitos e práticas da comunicação popular e comunitária, sobretudo na perspectiva da autonomia buscada nas lutas por direitos e por participação na arena do debate político público. O autor Ismar de Oliveira Soares complementa a reflexão com o artigo "Comunicação e a pedagogia libertadora de Paulo Freire" onde aborda como o pensamento freiriano inspirou e deu sustentação epistemológica à prática da Educomunicação, na América Latina e no Brasil. A seção se encerra com o trabalho "Comunicação libertadora em Paulo Freire", de Venício A. de Lima, que faz um resgate sobre como a ideia de comunicação – e de uma comunicação libertadora – se faz presente nas reflexões do pedagogo.

Na parte III do livro, "A publicidade entre a cidadania e o controle", Ismar Capistrano apresenta o trabalho "Plataformas digitais, algoritmos e cidadania comunicativa: o direito à comunicação na internet", com reflexões sobre os desafios para o exercício da cidadania em ambientes cada vez mais dominados por plataformas e

algoritmos digitais, e permeados por interesses de megagrupos empresariais transnacionais. O autor aponta a educação crítica para a comunicação como premissa fundamental na democratização das instituições sociais e da vida social. Em "Simetrias entre consumo e publicidade: assimetrias entre marcas e consumidores", Rogério Luiz Covalleski reflete sobre a relação entre comunicação e consumo, especialmente sobre as estratégias persuasivas da publicidade frente à maior conscientização dos consumidores, como consumidores políticos.

Na parte IV, "Sobre o direito e o dever de resistir: a comunicação na trincheira", Fernando Oliveira Paulino, em "Comunicação e Democracia: sobre o direito e o dever de resistir", analisa o momento histórico que vivemos e a necessária união de esforços entre atores sociais comprometidos com os princípios democráticos. Em "Pela disputa do caráter público da comunicação: práticas e horizontes estratégicos", Helena Martins e Marina Polo propõe pensar as práticas e horizontes estratégicos das resistências, tendo em vista as relações de poder em que estamos inseridos, defendendo a necessidade de uma transformação profunda no macrossetor da comunicação. Por fim, Marcos Dantas, em "Internet a caminho da regulação" nos lembra que a comunicação social do século XXI será via Internet, pelas plataformas, inaugurando uma disputa à qual todos devemos estar atentos, que é a que assistimos agora, por sua regulamentação.

Ao desejar que todos/as desfrutem de uma ótima leitura, retomamos as inspiradas e inspiradoras palavras de Nita Freire, na abertura desta obra, que nos incita, ao olhar criticamente para os problemas do mundo, que não percamos a capacidade de sonhar, de olhar além. É preciso que transformemos nosso inconformismo em resistência. E nossa resistência em ação. Afinal, "temos que nos engajar nas utopias e nas teorias que pensam a comunicação como um ato, por excelência, de transformação para uma sociedade mais justa, real e autenticamente democrática".

Comunicação e resistência: práticas de liberdade para a cidadania¹

Nita Freire

Bom dia a todas e a todos. Cumprimento o professor Giovandro Ferreira, que vai estar comigo aqui durante esse tempo em que eu vou falar algumas coisas para vocês da Unicap. Quero cumprimentar o magnífico reitor da Unicap, o padre Pedro Rubens. Quero cumprimentar o Giovandro Ferreira, Carolina Monteiro, Margarida Kunsch e Juliano Domingues. E Nair Prata, que foi a primeira pessoa que fez contato comigo, há alguns meses.

A comunicação é um ato eminentemente humano, que remete ao saber e saber que sabe e saber sempre mais. Diferentemente dos outros animais que vivem no eterno, sem ontem, sem hoje e sem amanhã, embora contraditoriamente o tenham, os homens sabem o tempo. A comunicação é a mais remota necessidade humana, ao lado do comer, do dormir e do acasalar-se.

Na história do desenvolvimento civilizatório humano, fomos capazes de ir aperfeiçoando formas cada vez mais sofisticadas e eficientes de comunicação. Dos grunhidos dos homens e mulheres da caverna, passou-se à fala e ao homem ereto. A fala foi criando sentido, partindo para a linguagem falada e ao homem ereto. Foi possível ir criando uma cultura que foi nos diferenciando dos chimpanzés, de onde partimos. Surgem o papel, a imprensa, o livro, a inteligência, a conversa, o canto, a dança, a casa com conforto, a escola, a alimentação esmerada e saudável. As

¹Texto produzido por Fábria Lima, após transcrição da fala de Nita Freire feita por Paulo Pinheiro, estudante do 7º período de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap).

instituições próprias dos Estados nacionais e a crença em seres superiores absolutos. E criaram o mundo e as religiões.

As sociedades vão aprimorando o pensar, a intencionalidade, as inter-relações, os conhecimentos mítico e místico. Os diferentes modos de pensar retratam a leitura de mundo dos homens e das mulheres, criam consensos e dissensos. E, assim, uma nova linguagem surge, rompendo o pensamento formal e unívoco, dando vida ao pensamento dialético biunívoco. Biunívoco e contraditório, que amplia a capacidade da racionalidade humana. Subjetividade objetiva e objetividade, que desenvolvem o processo cognitivo e, assim, a inteligência.

Ler o mundo precede ler a palavra e, assim, o interesse do saber. Para fechar o cerco com o conhecimento humano da realidade, as escolas e universidades são criadas como espaços privilegiados. Para produzir desculpa e para produzir os novos saberes. A escola não é o lugar para decorar o que a humanidade produziu em toda a sua vida. A escola e a universidade são destinadas ao desenvolvimento do pensar, da reflexão, da criação de novos saberes. Vivemos dentro da história que criamos e ela nos determina ou possibilita alguma coisa que avance e recua ininterruptamente. Os fatos e fenômenos históricos evoluem enquanto a história avança no processo de mudança e de permanência.

Este ano comemoramos 100 anos do nascimento de Paulo Freire, nascido no Recife, como eu também sou. Paulo Freire, cujos tributos atingiram todo o planeta Terra, compôs uma teoria que não pensa as ideias, mas a existência, a vida. Não posso deixar de trazer hoje o que ele nos disse sobre o nosso tema de estudo e discussão: a comunicação para Paulo Freire. Meu marido é sinônimo de educação, mas, por outro lado, outras interpretações consideram a comunicação como um ente que perpassa as coisas da realidade em processo de interdependência, inter-relação e interdisciplinaridade, na pluralidade do conhecimento. Assim, a comunicação é uma ciência que vem crescendo com especificidade, especificidades diversas. Ao gerarem dissenso, criam resistências que enriquecem as especialidades e a realidade. A tensão entre as consciências dos sujeitos, entre as coisas problematizadas por eles mesmos, a discussão em torno do conhecimento já produzido e que se está produzindo, a certeza de que sabemos e que podemos saber mais, estabelece a comunicação.

A comunicação humana ensina que os seres humanos lutem por sua liberdade, condição ontológica para a existência humana. O ser marginalizado, desvalorizado, oprimido, tem como objeto primeiro a resistência à ética e à boniteza. A comunicação corporifica a substantividade das relações sociais. Sem ela, viveríamos num mundo abstrato, vazio, sem sentido para concretizarmos as coisas e os fenômenos da vida. Precisamos da troca, isto é, do diálogo.

O diálogo freiriano vai à raiz mais profunda das coisas. Nele, prioriza-se a pergunta que faz pensar e que volta a ela com uma nova pergunta e não com uma resposta pronta, espontânea e sem reflexão. Eu me pergunto: será que

Paulo aprendeu que o que importa é a pergunta e não a resposta? No seu trabalho, quando ele dava aulas para os trabalhadores da indústria têxtil de Recife, ele falava, fazia ficha e narrava sobre o que Piaget tinha dito da educação para o amor e pelo amor, pela amorosidade e não pelo castigo físico. E os operários todos ficavam cochilando, um ou outro prestando atenção. E depois de duas aulas assim, Paulo – que foi um homem que pensou acerca de tudo o que viu, observou e experimentou – chegou à conclusão, dialogando com ele mesmo, como gostava de fazer, que se o que eles queriam não eram respostas prontas e sim as perguntas que interessavam a eles e que eles precisavam fazer, numa terceira aula, ele punha todo o grupo em um círculo de conversa: Vamos falar de nossas dores, de nossas alegrias, de nossas festas, de nossos filhos, de nossas mulheres. Dos nossos mortos, dos nossos enterros, das festas e das danças, das festas sem dança. E assim todos começavam a falar e Paulo perguntando e eles respondendo, partindo dos princípios do sofrer, do afetar-se, do estar ali pronto para discutir.

Para ter a consciência da realidade, esse é o processo de conscientização. Só o diálogo, como Paulo o entendeu, sério e rigoroso, nos impede das certezas estreitas e limitantes das interpretações do mundo e da verdade. E nos introduz no campo do mundo das possibilidades, dando abertura e coragem para entrarmos no mundo da criação, da ousadia e da invenção. Só o diálogo freiriano, sério e rigoroso, propõe ler o texto lendo, obrigatoriamente, entre aspas, o contexto.

A leitura do mundo de Paulo, que funda e constitui a sua teoria crítica, parte do diálogo e leva à conscientização. O verdadeiro diálogo abre, portanto, a possibilidade do engajamento na transformação da sociedade, perguntando-nos e induzindo as outras pessoas a perguntarem-se. Por quê? Contra o que e contra quem? A favor do quê? A favor de quem?

A dialogicidade implica a relação subjetividade e objetividade na compreensão do mundo, no ato educativo. Isto é ser curioso na busca do conhecer, mas científica e autenticamente, com respeito às diversas etnias, raças, gêneros, religiões, línguas e linguagens culturais, e ser generoso e tolerante na participação do outro com suas diferenças pessoais e culturais. Paulo entendeu a dialogicidade na relação subjetividade e objetividade de forma inovadora e foi dialeticamente se afastando assim da maiêutica socrática e da dialética mecanicista, apresentando sua compreensão de mundo, o ato de educar e de conhecer verdadeiramente o saber, possibilitando criar-se a si mesmo. Diálogo que implica na construção de novos saberes para interferir no mundo, no sentido de torná-lo melhor e mais justo. Diálogo que implica, pois, uma relação dialética entre os pares que dialogam com as subjetividades e a objetividade do objeto cognitivo em foco.

Na dialogicidade freiriana, o que comunica possibilita o conhecimento que promove a humanização e esta libertação de todos e todas se dá sob a égide da tolerância e da ética. Da tolerância, que não pode ser confundida com convivência. Paulo sempre falava na tolerância com o diferente: no diálogo, é com o diferente que você aprende.

O que você não pode e não deve é tentar dialogar com o antagonico. Se Paulo estivesse vivo, ele jamais aceitaria, por exemplo, uma discussão com qualquer um desses homens que está aí no Planalto, acabando com a nação brasileira, empobrecendo a todos nós, vilipendiado a natureza e acabando com os índios brasileiros, acabando com toda nossa luta de mais de 30 anos.

A comunicação é um dos fundamentos da compreensão da educação para meu marido. Aqui se sustenta a autêntica educação e se nutre do sonho possível, da utopia que nos coloca como homens e mulheres donos de nossos destinos humanos. Aqui pode, pela conscientização, abrir possibilidades de um outro mundo. Aponta e indica, enfim, que podemos pôr em prática uma outra educação, pautada pelos princípios políticos e éticos, tanto quanto pelos pedagógicos e epistemológicos, aqueles que valorizam e dignificam todos os homens e mulheres. A opção política a favor dos oprimidos, segundo a teoria freiriana, implica rebeldia e indica mudança frente ao mundo. O engajamento nega o imobilismo e exige coragem, desprendimento e disciplina.

A teoria do conhecimento de Paulo, portanto, enfatiza e valoriza, entre outras, essas categorias de esperança e libertação. Hoje já não falamos só na esperança. O que Paulo depois vai dizer? A esperança é um substantivo. Então ele não tem mobilidade. E o esperar? Sendo o verbo é o que mobiliza. O que nos leva a ações? Esperançar, que nos leva a ações de mudança, que nos leva às ações implícitas na esperança. A teoria afirma que, se somos um devir, um ser completando-se, um ser que, acreditando ou não, está necessária e incessantemente fazendo a história, ao fazê-lo não somos um ser determinado, pronto, acabado, mas uma possibilidade de ser – tal qual a história mesmo.

Somos então necessária e ontologicamente seres capazes de sonhar, de olhar para o futuro, de, em outra instância ou em outras palavras, ter esperança. Esperar de braços cruzados é uma simples espera. A esperança é que nos mobiliza para as ações, para lutar por melhores condições dos humanos. Compreendo assim a pedagogia de Paulo, como uma pedagogia da esperança que liberta dialeticamente, tendo ele expressado sua teoria através de suas emoções.

Concluo dizendo a vocês todos, professores e alunos das Ciências da Comunicação, que devemos estar sempre atentos às ideologias. Devemos aderir às ideologias que trabalham em prol do engrandecimento humano. É a práxis de libertação: a preocupação com a grandeza humana. Temos que nos engajar nas utopias e nas teorias que pensam a comunicação como um ato, por excelência, de transformação para uma sociedade mais justa, real e autenticamente democrática.

Muito obrigada!

The page features decorative geometric patterns in the corners. On the left side, there is a vertical strip of overlapping, nested chevron shapes pointing to the right. On the top right corner, there is a similar pattern of overlapping, nested chevron shapes pointing towards the center.

1ª PARTE
Ética e Comunicação em Saúde

A comunicação pública no enfrentamento à desinformação durante a pandemia da Covid-19: a experiência do programa "Saúde é o Tema" na Rádio Universitária Paulo Freire

Ana Maria da Conceição Veloso, Cecília Almeida Rodrigues Lima, Yvana Fachine, Paula Reis Melo, Patrícia Paixão de Oliveira Leite, Ana Sophia Ramos

Introdução

A pandemia da Covid-19 tornou superlativo um fenômeno que já estava em curso no Brasil: a desinformação. A produção e a propagação intencional de notícias falsas relativas ao novo coronavírus contaminaram ainda mais um cenário sociopolítico já deteriorado pelo avanço de um governo de extrema-direita no Executivo Federal e seus apoiadores. Negacionismos – do tipo “a terra é redonda” – e demonização da ciência já constituíam narrativas que permeavam redes digitais e grupos de bate-papo em aplicativos móveis, referendados por atores ligados à Presidência da República. No entanto, quando se trata de um momento de crise na saúde pública, como numa pandemia, a desinformação pode causar danos sociais em larga escala, incluindo a morte de pessoas. De acordo com o Intervenções – Coletivo Brasil de Comunicação Social,

A produção intencional de desinformação para gerar danos não é um fenômeno novo, mas ganha contornos diferentes a partir da massificação do acesso à conexão e a dispositivos móveis, da popularização dos meios para produção de mídias em variados suportes, da consolidação de um punhado de plataformas globais que suportam conteúdos gerados por

terceiros – cujo negócio está assentado na coleta de dados, publicidade microsegmentada e manutenção de audiência –, e a migração do compartilhamento de conteúdos para sistemas de mensageria instantânea, como o WhatsApp e o Telegram (INTERVOZES, 2021, p. 2).

De fato, não são somente as redes digitais que constroem e propagam as mensagens falsas. Para o pesquisador espanhol, Pascual Serrano (2009), em *"Desinformación: cómo los medios ocultan el mundo"*, os jornais, rádios, televisões e internet, na opinião dele, desinformam a opinião pública, com o propósito de promover a sua adesão às ideias da classe dominante. Ao tratar de informação e desinformação no Brasil, torna-se imperativo contextualizar as filiações e a constituição da mídia comercial. Concessões públicas tornadas privadas, tornadas oligopólios, os veículos de radiodifusão há muito desvirtuaram a sua função social.

Venício Lima (2004, p. 23) distingue a comunicação lucrativa (apenas de transmissão) da comunicação de compartilhamento (comunhão, coparticipação, encontro). Chamando a primeira de "manipulatória" e a segunda de "participativa", Lima diz que essas duas formas de comunicação são opostas e excludentes. Uma empresa de mídia, em geral, responde pela face manipulatória da comunicação – a que "(...) aparece tardiamente na história da humanidade e se constitui numa das mais importantes características da modernidade" (LIMA, 2004, p. 23).

Dênis de Moraes (1998, p. 59) defende que a oligopolização dos meios de comunicação pressupõe "(...) a) amplos mercados consumidores; b) concorrência intensa entre um número cada vez menor de megagrupos; (...) c) reformulação estratégica das corporações transnacionais, que passam a centralizar as funções de decisão e os planos de inovação (...)" (MORAES, 1998, p. 59). O objetivo é sempre a "(...) maior acumulação de capital ao menor custo possível" (MORAES, 1998, p. 59).

Trazendo essa conjuntura para refletir sobre a importância da comunicação ética, séria, apurada e bem pautada durante a pandemia, redundamos na importância da comunicação pública – aquela que tem compromisso não com o lucro, mas com o público, com a informação como bem coletivo. Certamente é o que Venício Lima (2004) chamou de "comunicação de compartilhamento".

Esse esforço de comunicar de forma compartilhada levou a rádio escola Paulo Freire, que faz parte do Núcleo de Televisão e Rádios Universitárias (NTVRU) da UFPE, mas é gerida pelo Departamento de Comunicação Social (DCOM), a pautar o assunto da pandemia no seu programa "Saúde é o Tema", lançando a série Especial Coronavírus² (57 programas nas duas temporadas, sendo 35 na primeira temporada, em 2020 e, até 12/08/2021, 23 edições). A emissora se adaptou à nova realidade de distanciamento físico, cumprindo as recomendações das autoridades locais provocadas pelo avanço da Covid-19, e investiu em produção colaborativa e remota,

²Os programas estão disponíveis em: <https://sites.ufpe.br/rpf/>. Acesso em 12/08/2021, às 18h.

oferecendo conteúdos informativos e de análise e divulgação científica, bem como combatendo a desinformação no âmbito da pandemia. Transformou rotinas, formatos e estratégias de circulação de conteúdos. Com isso, atuou nas três frentes prioritárias da academia: ensino, pesquisa e extensão.

Mesmo sendo a Paulo Freire uma emissora de Amplitude Modulada (AM), sem prenúncio de ser digitalizada, conseguiu expandir a sua atuação no combate à pandemia. O Especial Coronavírus, por exemplo, contou com a participação ativa de cerca de trinta pessoas, entre professores, pesquisadores, técnicos e estudantes da UFPE, com uma produção colaborativa e remota. “Esse esforço coletivo de produção propiciou uma partilha de saberes e recursos, em relações de caráter mais horizontal, dentro da equipe e desta com seus parceiros fora e dentro da universidade” (LIMA et al, 2021, p. 62).

A proposta da Rádio Paulo Freire é atuar como recomendam os princípios da comunicação pública: ser plural, diversa, inclusiva, educativa e horizontal. Enfim, investir na singularidade, indo na contramão da comunicação comercial, que busca a massificação e a competitividade. De tal sorte, a comunicação pública desenvolvida pela emissora, “[é] voltada para esclarecer a cidadania sobre seus próprios direitos, é presidida pelo direito à informação de que todo cidadão é titular. Esta, especialmente, não se deixa capturar por interesses partidários, religiosos ou comerciais” (BUCCI, 2013, p.124).

O método de análise

A análise empreendida nesse artigo é essencialmente qualitativa, tendo em vista que a mesma avalia o conteúdo nem sempre imediatamente percebido e o “sentido geral dos textos, do contexto onde aparece, dos meios que o veiculam e/ou dos públicos aos quais se destina” (HERSCOVITZ, 2010, p. 127). Sendo assim, faz uso da Análise de Conteúdo (AC), que se apresenta como método eficaz para o desvelamento do corpus de modo a identificar como o programa “Saúde é o Tema” tratou de assuntos como divulgação científica, desinformação, notícias falsas, recomendação de uso de medicamentos sem eficácia comprovada e os negacionismos, investindo na produção de roteiros de entrevistas, com especialistas de dentro e fora da UFPE, na tentativa de levar informações qualificadas sobre a crise sanitária para a sociedade.

Apesar de suas primeiras definições enfatizarem uma dimensão quantitativa, herdada do positivismo (HERSCOVITZ, 2010), a AC atingiu novas possibilidades com a incorporação de uma exploração qualitativa de mensagens e informações, sobretudo com a diversificação das pesquisas científicas. A integração de um viés qualitativo vai de encontro à ideia de que a AC é uma técnica de pesquisa para descrição objetiva, sistemática e

apenas quantitativa do material analisado. De maneira descritiva, Heloiza Golbspan Herscovitz define a análise de conteúdo jornalística como:

(...) método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação (HERSCOVITZ, 2010, p. 126-127).

Nessa perspectiva, Martin Bauer (2003) aponta que a análise de texto "faz uma ponte entre um formalismo estatístico e a análise qualitativa dos materiais. No divisor quantidade/qualidade das ciências sociais, a análise de conteúdo é uma técnica híbrida que pode mediar esta improdutiva discussão sobre virtudes e métodos" (BAUER, 2003, p. 190).

Portanto, ao buscar considerar as narrativas, as posições das fontes e os textos elaborados nos roteiros dos programas, com questões que norteiam as entrevistas, o trabalho ao tomar como base a Análise do Conteúdo, também pretende "compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas" (CHIZZOTTI, 2006, p. 98).

A força da comunicação pública

É importante salientar que o artigo 223 da Constituição Federal de 1988 prevê a complementaridade entre os sistemas de comunicação no Brasil. Significa dizer que, segundo a Carta Magna, as programações e estruturas dos sistemas públicos, privados e estatais do setor deveriam atuar de modo a atender à sociedade. As lógicas entre esses tipos de emissoras são distintas, mas são complementares. Elas exercem papéis separados, mas igualmente necessários. "Não há sociedade livre sem emissoras comerciais. Não há democracia inclusiva sem emissoras públicas" (BUENO apud BUCCI, 2015, p.82). As emissoras não-comerciais lidam com questões de interesse público, portanto, elas precisam:

a) colocar à disposição os dados públicos (dever de informar, garantir acesso à informação e administrar eventual comercialização de dados públicos); b) promover o relacionamento entre o serviço público e os seus usuários (recepção/atendimento, escuta, diálogo); c) divulgar os

serviços e as políticas públicas; d) realizar campanhas de interesse geral (comunicação cívica e campanhas de causas sociais); e) valorizar a instituição (imagem, identidade e legitimidade dos serviços públicos, comunicação interna). E, adicionalmente, estabelecer o debate público (diálogo, negociação, coleta de opiniões e formalização de consensos) (KOÇOUSKI, 2012, p. 92, apud BUCCI, 2013, p.125).

Dessa maneira, iniciativas em curso, a exemplo da Rádio Paulo Freire, configuram um salto rumo ao fortalecimento de um nicho que se pode traduzir num maior ecletismo, tanto das fontes de informação quanto no que se refere à circulação de conteúdos qualificados para o enfrentamento à desordem informativa também durante a crise sanitária provocada pela pandemia do novo coronavírus.

Mas, qual a conexão desse debate com o papel das rádios públicas? A Associação das Rádios Públicas no Brasil (Arpub), entidade sem fins lucrativos, fundada em 2004 e que tem mais de 40 consorciadas, define como emissoras públicas as mantidas com recursos de governo (federais, estaduais e municipais), identificadas como educativas, culturais e universitárias. São rádios de sinal aberto que atingem uma cidade, uma região metropolitana, ou um estado, algumas com seu sinal no satélite e trabalhando com um corpo de colaboradores composto por jornalistas, radialistas e administrativos (ARPUB, 2004). Com base nessa conceituação, compreendemos que, dentre os passos para a necessária reestruturação do sistema de comunicação, o investimento nas rádios públicas, poderá favorecer a criação de maior diversidade cultural em meio ao deserto da produção de sentidos que a massificação de formatos provocou. São espaços públicos onde o diálogo com o cidadão comum pode, de forma democrática, estimular a amplificação da divulgação das diversas lutas e vozes da sociedade, como previa Bertolt Brecht na Teoria do Rádio (1927 – 1932).

Rádio Paulo Freire – “A Rádio que Fazemos Juntos”

A Rádio Universitária Paulo Freire é a nova denominação da antiga Universitária AM 820 que foi criada em 1962, quando Paulo Freire esteve à frente do SEC-UR, o Serviço de Extensão Cultural da Universidade de Recife (denominação da UFPE à época). O SEC-UR foi uma experiência extensionista pioneira no Brasil que, na época, reuniu muitos intelectuais progressistas do Estado (MENDONÇA; VERAS, 2004, p. 15). A emissora já fazia parte do projeto educacional liderado por Paulo Freire e prova disso foi a veiculação do programa radiofônico “Cultura Popular e Alfabetização”, levado ao ar pelo Movimento de Cultura Popular, uma ação criada em 13 de maio de 1960 com a missão de emancipar as classes populares por meio da alfabetização e educação.

Com novo nome e sob a gestão do Departamento de Comunicação Social, a emissora passou a funcionar como rádio escola, a partir de sua mudança de estatuto e regimento, aprovada em 22 de novembro de 2018, depois de um longo período espelhando somente a programação da Universitária FM por falta de um quadro próprio de pessoal. A mudança do nome da emissora, que marca a sua nova fase, justifica-se não apenas pela homenagem ao seu fundador, mas também pela influência do pensamento paulofreireano na concepção da rádio escola: de um lado, a identificação e valorização da cultura e saberes das classes populares, e, de outro, a aposta em um conhecimento que se constrói junto, a partir de mecanismos de participação e reconhecimento do outro. Essa orientação é evidenciada pelo slogan “Rádio Paulo Freire – A rádio que fazemos juntos”, com o qual se indica um diálogo imediato com o pensamento de Paulo Freire. Segundo ele, “quem ensina aprende ao ensinar e quem aprende ensina ao aprender. Quem ensina, ensina alguma coisa a alguém. Por isso é que, do ponto de vista gramatical, o verbo ensinar é um verbo transitivo-relativo” (FREIRE, 2015, p. 25).

Já como rádio escola, a Paulo Freire passou a operar com programação própria a partir de fevereiro de 2019. Nessa fase, a emissora veicula uma grade própria de seis horas diárias (das 8h às 14h), composta por programas e conteúdos produzidos 1) pela equipe interna da rádio, formada por alunos dos cursos de Comunicação Social sob supervisão da equipe gestora; 2) pela comunidade acadêmica, a partir de disciplinas ou projetos de extensão; 3) Por outras emissoras universitárias; e 4) pela sociedade civil, por meio de chamadas públicas (em 2021, foram selecionados, via edital público, oito programas oriundos da sociedade e sete deles já estão no ar); 4) programas próprios produzidos por estudantes e professores dos cursos de Comunicação da UFPE (campus Recife e campus do Agreste). É por meio dessa convergência de equipes, propósitos e esforços que a Rádio Paulo Freire passou a conceber, produzir e veicular o programa Saúde é o Tema e, particularmente, a série Especial Coronavírus, foco de interesse desta análise.

A série Especial Coronavírus no combate à desinformação: análises

A análise do conteúdo foi realizada em cinco programas da série Especial Coronavírus, do programa Saúde é o Tema, veiculado na Rádio Paulo Freire, que trataram sobre o fenômeno da desinformação e sobre a importância da divulgação científica. A sequência segue a ordem cronológica dos programas veiculados. A observação foi sistematizada em quatro tópicos: (1) Descrição (resumo do programa); (2) Fontes entrevistadas (os especialistas que participaram do programa, ao vivo); (3) Questões norteadoras (algumas perguntas realizadas pelo/a apresentador/a); Trechos das falas de entrevistados (exemplos de trechos das colocações de entrevistados dos programas para ilustrar as argumentações sobre o tema); (4) Análise (observações sobre os programas).

a) Programa "Desinformação e pandemia", veiculado em 02/09/2020, com 1h 14min 40seg³

Descrição: "Enquanto nós temos acesso à informação sobre os mais variados assuntos, a qualquer hora e em qualquer lugar, também estamos cada vez mais sujeitos à indústria da desinformação. Por isso dizemos que, além da pandemia do novo coronavírus, nós também vivemos a pandemia da desinformação ou desinfodemia. As notícias falsas se misturam na avalanche de notícias relacionadas à Covid-19. E o pior: a desinformação pode custar vidas. Por isso, devemos ter muito cuidado com o que recebemos e passamos para frente".

Fontes entrevistadas: Cecília Almeida, professora do Departamento de Comunicação Social da UFPE e pesquisadora do Projeto Coronavírus em Xeque, e Ivo Henrique Dantas, doutor em comunicação e pesquisador do mesmo projeto.

Questões norteadoras: "A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura, UNESCO, alertou para a 'desinfodemia' sobre a Covid-19. Aliás, há vários termos para designar esse processo de desinformação. Qual é o termo ou conceito que vocês usam na pesquisa para explicar esse fenômeno?"; "De alguma forma, a desinfodemia contribui para agravar a pandemia do novo coronavírus? Quais são os diferentes impactos que ela pode causar nas nossas vidas?"

Trechos das falas de entrevistados: Ivo: "(...) Acho que a gente pode estar falando de desinformação, desinfodemia, infodemia. No final das contas, a gente está se referindo à circulação absurda de conteúdos digitais que, infelizmente, nem tudo que está circulando ali é verdadeiro, nem tudo que está circulando é verificável". Cecília: "(...) A desinformação vai acompanhando o processo de descobertas e se nutrindo, se alimentando de dados verdadeiros (...), deturpando dados que são verdadeiros ou redirecionando a discussão em outro sentido, mas a partir dos acontecimentos que estão (...) acontecendo. A gente observa, então, que nesse primeiro momento tem a discussão sobre a origem do vírus. Depois, qual seria a solução? Então, começam a surgir as receitas milagrosas, alho, boldo, um pouco de tudo. Depois, remédios específicos começam a aparecer como sendo as prováveis soluções, as garantias de solução (...). E aí, a gente observa uma fortíssima politização da desinformação. (...) Talvez, o que seja mais relevante nessas redes, tanto no Twitter, como no WhatsApp, é como a pandemia foi instrumentalizada para defender interesses políticos (...). Escolher um remédio ou outro não se tratava de uma questão de saúde, era uma escolha política".

Análise: o programa foi mais voltado para a comunicação e a importância de reforçar terminologias, discursos e narrativas que contribuam para esclarecer e não desinformar a população. Neste sentido, foi um episódio educativo e orientador. Os entrevistados, por exemplo, indicaram agências de checagem de notícias e deram dicas

³Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uYWVP0KwcCo>. Acesso em 12/08/2021, às 19h.

de como identificar uma informação falsa quando divulgada nas plataformas de redes sociais, incluindo WhatsApp. Sem contar que houve a explicação de como a universidade pública – no caso, a UFPE – está contribuindo para minimizar os efeitos da pandemia junto à população, desenvolvendo pesquisas e produções como o programa “Coronavírus em Xeque”, que trabalhava com a checagem de informações sobre a pandemia que circulavam em diversas mídias. Os resultados das pesquisas também foram apresentados, momento em que os entrevistados aproveitavam para orientar a população sobre como identificar notícias falsas.

b) Programa “Vacinas e desinformação”, veiculado em 18/11/2020, com 59min 49seg⁴

Descrição: “As coberturas vacinais estão longe da meta ideal do calendário infantil desde 2018, e apresentam queda nos últimos cinco anos. O estudo é do Ministério da Saúde. Em 2020, mais da metade das crianças deixaram de receber todas as vacinas previstas no Programa Nacional de Imunização. A consequência disso é a volta de doenças consideradas erradicadas, como meningite, poliomielite e sarampo. Alguns fatores, como o surgimento do novo coronavírus, favorecem a baixa imunização. A pandemia tem deixado as pessoas inseguras e com medo de sair de casa. Além disso, temos uma onda de notícias falsas espalhadas pelas redes sociais, que alimentam a desconfiança da população sobre a eficácia das vacinas. Mesmo com esforço da ciência e dos veículos de comunicação em divulgar a segurança da vacinação, os movimentos antivacina ganham força e também colaboram com a baixa adesão à imunização.

Fontes entrevistadas: Antônio Carlos de Freitas, professor do Departamento de Genética da UFPE e chefe do Laboratório de Estudos Moleculares e Terapia Experimental; e Tainá Costa, jornalista e mestrandia em Estudos Culturais pela USP e pesquisadora de narrativas antivacina e contexto de desinformação atual.

Questão norteadora: “Um estudo preliminar realizado na Holanda sugere que a vacinação contra a gripe diminui o risco de contrair a Covid-19 em 39%. O mesmo estudo ainda aponta que outra vacina, a da tuberculose, também pode proteger parcialmente contra o coronavírus. Antônio, por que é importante manter o calendário de vacinação em dia para minimizar os efeitos da Covid-19?”

Trechos das falas de entrevistados: Tainá: “(...) de 2016 para cá nós temos observando essa queda nas taxas de imunização (...). A gente tem outros fatores, que são relacionados também a um movimento antivacina e essas narrativas contra vacinação.” Antônio Carlos: “(...) Infelizmente, se a gente pega 2015, 2014 para cá, nós tivemos um tribulação política muito forte que impactou muito o olhar que se tinha para a saúde. Então, muito dos trabalhos feitos no processo de vacinação, campanhas de vacinação, elas foram de certa forma impactadas negativamente. E isso favoreceu muito à acomodação da população em relação às vacinas.”

⁴Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PmJRYQ0hjz0>. Acesso em 12/08/2021, às 19h.

Análise: O programa teve como eixo principal o fenômeno da queda das taxas de vacinação no Brasil, ressaltando os riscos para a saúde da população, já que isso pode resultar no retorno de doenças já erradicadas, como paralisia infantil e sarampo. Os especialistas reforçaram a importância de manter o calendário de vacinação em dia, inclusive para evitar interações de outras doenças com a Covid-19. Foi dito que a desinformação sobre a pandemia é um problema de saúde pública, tanto que a Organização Mundial da Saúde criou o termo 'infodemia' para se referir à epidemia de informação e desinformação que circula desde que a Covid-19 se espalhou no mundo. Além disso, o programa trouxe, por meio do entrevistado da área da saúde, como se dá o processo de produção de vacinas, enfatizando toda a complexidade que isso envolve. O episódio foi esclarecedor e, sobretudo, educativo, estimulando as pessoas a seguirem o calendário de vacinação, não somente da contra o novo coronavírus. Alertou, ainda, os ouvintes em relação à politização partidária do tema da saúde. Reiterou-se também que há um certo movimento de acusar as mídias tradicionais de conspiratórias, ao passo que se defende as redes como Facebook, WhatsApp como as mais confiáveis. Os dois entrevistados exemplificaram, com casos reais, notícias falsas que circularam e que, posteriormente, foram desmentidas.

c) Programa "Balanço de 2020", veiculado em 09/12/2020, com 1h2min16seg⁵

Descrição: "2020 vai ficar marcado na história como ano que a sociedade se viu cercada de um vírus que causou destruição por onde passou: o ano da pandemia do novo coronavírus. Desde o primeiro caso confirmado, na província de Wuhan, localizada na China, em janeiro, até hoje, são mais de 67 milhões de contaminados e mais de 1 milhão e 500 mil mortes no mundo. Diante desse novo inimigo a sociedade teve que se reinventar, redobrando os cuidados com a higiene: uso de máscara e álcool em gel e manter as mãos sempre limpas. Além da principal recomendação: o distanciamento social. No Brasil, desde a primeira morte confirmada no dia 17 de março, a maior incidência de óbitos aconteceu entre os meses de maio e julho, o país teve um leve recuo do número de casos no final de outubro. Mas, agora, em dezembro, os números voltaram a crescer. Hoje, são mais de 162 mil mortes e cinco milhões de casos confirmados, somente no Brasil."

Fontes entrevistadas: Paulette Cavalcanti, médica sanitária, pesquisadora da Fiocruz Pernambuco, professora da Universidade de Pernambuco e membra da Campanha Mãos Solidárias, e José Temporão, ex-ministro da saúde, médico sanitário, doutor em medicina social e pesquisador da Fiocruz.

Questão norteadora: "O uso de máscara, álcool em gel, e o distanciamento físico e social são medidas de segurança que, até o ano passado, eram inimagináveis. Dez meses depois, grande parte da população ainda não

⁵Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=01UprtllrDs>. Acesso em 12/08/2021, às 16h.

aderiu aos cuidados com a própria vida em ambientes cada vez mais infectados pelo coronavírus. Por que ainda é importante seguir as recomendações de segurança?"

Trechos das falas de entrevistados: Jorge Temporão: "Estamos diante de uma doença nova, que começou no início desse ano, no Oriente, e veio para cá. E nós não temos ainda vacinas registradas na agência reguladora brasileira, disponíveis para a população brasileira e não existem medicamentos que impeçam que a doença se agrave, que pudessem ser tomados aos primeiros sintomas e que possam deter a evolução ou impedir casos graves. Esses medicamentos não existem, apesar de lamentavelmente muitos médicos estarem prescrevendo hidroxicloroquina não tem nenhum efeito, não tem nenhuma influência sobre o desenvolvimento da doença".

Análise: O programa, além de colaborar com a divulgação das medidas de proteção: distanciamento, uso de máscaras, uso de álcool, também oferece espaço para a desconstrução de notícias falsas quanto ao uso de medicamentos para a cura da doença, como hidroxicloroquina, inclusive prescrita por médicos e amplamente divulgada por agentes públicos ligados ao Governo Federal. As fontes tratam da questão com base científica, o que colabora com a formação da opinião do público e combate à desinformação.

d) Programa "Atenção básica e pandemia", veiculado no dia 03/06/2021⁶:

Descrição: "A atenção básica é a 'porta de entrada' para o sistema de saúde, desenvolvendo um trabalho de atendimento inicial e direcionamento de cada paciente para o cuidado necessário. Esse trabalho envolve desde iniciativas educacionais até a melhoria de saúde das comunidades, agindo diretamente na pandemia do novo coronavírus e no combate à dengue, à Zika e à Chikungunya."

Fontes entrevistadas: Paulette Cavalcanti, médica sanitária, professora e pesquisadora da Universidade de Pernambuco (UPE) e Instituto Aggeu Magalhães (IAM-Fiocruz), e Rodrigo Cariri, médico de família, sanitária e professor adjunto da UFPE.

Questão norteadora: "Quais são os principais desafios que os profissionais de saúde, que estão na linha de frente, enfrentam no combate à pandemia nas Unidades Básicas de Saúde?"

Trechos das falas de entrevistados: Rodrigo Cariri: "(...) É difícil deixar essa atribuição somente para o SUS, especialmente quando a pessoa que está com 52 milhões de votos, encarregada de fazer esse trabalho, não faz. Não é que ele, tendo feito, daria resultado 100% absoluto, mas, assim, esse era o papel e ninguém pode esquecer. (...) Por mais que ele tente forjar que não é esse o papel. Esse é o papel que está constitucionalmente creditado ao presidente da república e do qual ele, não somente se isentou, mas jogou contra. (...) Na estratégia de vacinação

⁶Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SFwPBYqbEw0>. Acesso em 18/08/2021, às 16h.

que a gente teve, eu tive na casa de familiares para vacinar a pessoa acamada. E veja que situação: o SUS vai na casa da pessoa para fazer a vacinação e, quando chega na casa, os filhos 'milicianos', 'bolsonaristas' impediram a equipe de saúde de vacinar a idosa na ocasião. Aí, você não dá para atribuir ao SUS, ou às equipes de saúde, o fato de essa pessoa vir a adquirir a Covid-19 e falecer. (...) Por que esses homens fizeram isso com sua mãe? Porque acreditam, de fato, nessa ideia que o presidente veicula, e toda a sua rede de comunicação 'nefasta', de que é uma gripezinha, que todo mundo morre, de que toma cloroquina que passa, que não é para usar máscara. (...) Todas essas questões quando se traduzem em comportamento coletivo, precisam ser compreendidas como um conjunto de medidas que constituem um discurso".

Análise: O "Saúde é o Tema" atuou para o enfrentamento à desinformação, quando pautou as fontes quanto à imprescindível divulgação científica contra o negacionismo e no repasse de informações qualificadas contra narrativas que apelavam para a suposta eficácia de medicamentos, minimizavam os efeitos da doença e estimulavam o abandono das medidas de isolamento e uso de EPIs pela população. Ao longo do episódio, a condução da entrevista permite que os convidados ressaltem a valorização das ações integradas em saúde para o combate à pandemia da Covid-19, além da denúncia e do alerta para a ausência de uma ação planejada pelos governos, o que dificultou o trabalho de prevenção realizado pela área de atenção básica. Reiteram a ausência de estratégias de comunicação para divulgar informações qualificadas sobre o trabalho da atenção básica em saúde, que poderiam evitar a contaminação pelo novo coronavírus. Nota-se, ainda, entre as próprias fontes, a valorização da Rádio Paulo Freire dentro do contexto do trabalho das ações de comunicação pública da UFPE, voltadas à defesa do SUS, por exemplo.

e) Programa "Desinformação e Covid-19", veiculado no dia 17/06/2021, com 54 min 31 seg⁷:

Descrição: "Além da pandemia do novo coronavírus, nós também vivemos a pandemia da desinformação, a desinfodemia. Diariamente, circulam inúmeras mensagens, áudios, vídeos e fotos com informações falsas sobre o novo coronavírus. Além disso, uma avalanche de teorias conspiratórias e indicações de usos de medicamentos sem comprovação científica circula nas redes sociais e também em emissoras de rádio ligadas a grupos religiosos. A desordem informativa prejudica a sociedade, que precisa de informações corretas para combater o avanço do vírus."

Fontes entrevistadas: Claudia Galhardi, pós-doutora em comunicação e saúde pública, pesquisadora e autora do aplicativo "Eu Fiscalizo", da Fiocruz, e Alex Hercog, comunicador social e integrante da Coordenação Executiva do Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social.

⁷Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uYWVPOKwCo>. Acesso em: 22/07/2021, às 15h.

Questões norteadoras: "Alex, como funcionam as estratégias de desinformação disseminadas por grupos de mídia ligados a organizações religiosas?"; "Cláudia, como as *fake news* atuam para que as pessoas acreditem cada vez menos nas fontes confiáveis?"

Trechos das falas de entrevistados: Claudia Galhardi: "O que ocorre é a aderência do cidadão a essas informações falsas que circulam pelas plataformas digitais e pelo aplicativo de mensagens. Obviamente, desde o início da pandemia, eu tenho feito monitoramento contínuo sobre o fluxo de desinformação que circula nas plataformas digitais e, desde o início, era algo como métodos caseiros de prevenção e cura, depois iniciou a questão de tratamento precoce e teoria conspiratória. Chegamos ao ponto de em novembro aproximadamente de 55% de toda a produção de conteúdo falso que circula ou que circulou na plataforma eram relacionados a vacina (...)". Alex: "(...)A desinformação extrapolou o universo das redes sociais, das plataformas, e também alcançou algumas rádios e alguns canais de TV. A gente identificou na verdade uma cadeia de desinformação muito bem orquestrada, com o objetivo justamente de levar o debate para o campo político, em vez de se pautar no debate científico, técnico. E o resultado a gente está vendo aí, o Brasil é um dos países com piores desempenhos no combate à pandemia. E a desinformação talvez seja o principal fator que justifica essa crise tão grave que o país está enfrentando."

Análise: o programa traz dados e informações seguras, baseadas em monitoramentos e pesquisas, sobre danos provocados pela desinformação para a prevenção e tratamento da Covid-19. Retoma, ainda, a versão de que setores de mídia ligados a grupos e líderes religiosos conservadores são produtores e propagadores de informações falsas, como Igreja Universal e Assembleia de Deus, bem como, os representantes Silas Malafaia e RR Soares, que foram citados. Foi denunciado o "discurso de salvação", aplicado pelas igrejas por meio das suas emissoras de TV, que fizeram orações de cura da Covid-19, computando, inclusive, quantas milhares de pessoas supostamente foram curadas nessas sessões. Um dos pontos altos do programa foi a análise conjuntural da pandemia, mostrando a imbricação dos eixos religião, política (governo federal) e saúde pública, esclarecendo como as decisões de saúde referentes à pandemia estão atreladas, no Brasil, a questões ideológicas – e não à ciência. Houve, ainda, explicações sobre o aplicativo da Fiocruz, "Eu Fiscalizo", criado para receber denúncias sobre desinformação. O posicionamento dos entrevistados foi bastante crítico em relação às ações públicas federais em relação à contenção ao avanço da pandemia. Os entrevistados também falaram do 'abandono vacinal' que está ocorrendo no Brasil em relação a imunizantes contra a Covid-19, abordando o fenômeno de descrédito da ciência. Um dado importante foi o de que, com a 'CPI da Covid', percebeu-se uma pequena diminuição de informações falsas sobre a pandemia.

Considerações finais

Em um momento em que o país atravessa a maior crise sanitária do século, os meios de comunicação possuem um papel central tanto para o reforço das medidas de proteção, quanto para orientar a população quanto aos cuidados das pessoas em processo de adoecimento por Covid-19. Pelo seu caráter público e sua desvinculação com o lucro, as emissoras universitárias, como a Rádio Paulo Freire, puderam, inclusive, sair na vanguarda ao dar visibilidade às informações ocultadas pelas demais empresas e integrar ouvintes de várias regiões via transmissão na internet, disponibilizando conteúdos na *web* e redes sociais⁸, como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e o *Youtube*. Sem contar que devem observar a localidade da produção como horizonte, e não como um limite.

A Rádio Paulo Freire emerge como um espaço voltado à experimentação de técnicas de produção e o uso social de tecnologias que confluem com a elaboração de produtos de áudio, em diversas linguagens e formatos, para plataformas, redes e outras correntes de navegações. Mas, sobretudo, para a construção de uma convergência pautada pela solidariedade, na ética e na divulgação de informações qualificadas no campo da saúde pública.

A análise do conteúdo de cinco edições da série Especial Coronavírus, do programa "Saúde é o Tema" constata que a produção primou pela abertura de espaço para especialistas que prioritariamente pautaram sua participação no compartilhamento informações com base científica e desconstruíram ondas de desordens informativas. De tal sorte, os entrevistados atenderam ao chamado da produção da emissora e colocam a ciência no centro da discussão acerca do enfrentamento da pandemia. Além disso, desde as pautas, passando pelas entrevistas e materiais de divulgação, nas redes da emissora, a tônica dos programas apontou para a imprescindível função do Sistema Único de Saúde (SUS) no atendimento à sociedade brasileira.

Ao apresentar questões extremamente relevantes no combate à desinformação ao longo dos últimos meses de pandemia e para a formação de profissionais comprometidos com projetos de comunicação pública voltados à emancipação humana, a Rádio Paulo Freire, por meio da série Especial Coronavírus, com o programa "Saúde é o Tema", cumpre com a função social de uma rádio escola e com os princípios da comunicação pública: ser plural, diversa, inclusiva, educativa e horizontal.

⁸A redes da emissora contam, atualmente, com mais de 2.000 seguidores e um potencial de alcance que passa o número de 5.000 contas por mês, tendo uma média de 1.088 pessoas engajadas ao mês. Apenas 4,5% das contas alcançadas são de seguidores do perfil, isso significa que o conteúdo publicado possui relevância para aparecer além da sua audiência conquistada. A maioria dos seguidores são mulheres com idade entre 25 a 34 anos, seguido de homes com idade entre 35 a 44 anos.

Referências

- ARPUB. Disponível em: <https://arpub.wordpress.com/>. Acesso em: 8 jan. 2019.
- BAUER, Martin. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In.: BAUER, Martin; GASKELL, George (ed). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2ed. Petrópolis: Vozes, 2003, p. 189-217
- BRECHT, Bertolt. Teoria do rádio (1927 – 1932). In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.
- BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso: a comunicação pública a serviço da vaidade particular**. 1ª edição. São Paulo: Companhia da Letras, 2015.
- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 8ed. São Paulo: Cortez, 2006.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia: Saberes Necessários à Prática Educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.
- HERSCOVITZ, H. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 123-142.
- INTERVOZES. **10 maneiras de enfrentar a desinformação**. São Paulo, Disponível em <https://intervozes.org.br/publicacoes/10-maneiras-de-enfrentar-a-desinformacao/>. Acesso em 01/08/2021.
- LIMA, C. A. R.; FECHINE, Y; VELOSO, A.; MELO, P. R.; DANTAS, I. H. **O rádio expandido no enfrentamento à pandemia de Covid-19: a experiência da Rádio Universitária Paulo Freire**. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG*, v. 12, n. 01, p. 58-90, jan./abr. 2021.
- LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. 2ª Edição. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.
- MENDONÇA, Djanys Barros de Arruda; VERAS, Dimas Brasileiro. Educação popular e reforma universitária: Paulo Freire e a criação do Serviço de Extensão Cultural da Universidade do Recife (1962-1964). **Estudos Universitários, revista de cultura da Universidade Federal de Pernambuco**, v. 24/25, n. 5/6 p. 1 – 78. Recife, dezembro de 2004.
- MORAES, Dênis. **Planeta mídia: tendências da comunicação na Era Global**. Campo Grande: Letra Livre Editora, 1998.
- SERRANO, Pascual. **Desinformación: cómo los medios ocultan el mundo**. Barcelona: Ediciones Península, 2009.

Notas para pensar ética e comunicação em saúde sob múltiplas dimensões

Clárisse Castro Cavalcante

Quando convidada a falar na Mesa **Ética e Comunicação em Saúde**, no 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, fiquei bastante reflexiva sobre como poderia contribuir com o debate de maneira honesta e conectada com as questões urgentes desse espaço/tempo que habitamos. Embora estivéssemos vivendo um dos períodos mais duros para a saúde humana, mergulhados na maior crise sanitária dos últimos cem anos por conta da pandemia de Covid-19, não me senti confortável de migrar para o lugar mais populoso do debate e problematizar os modos como as coberturas jornalísticas tensionaram os limites éticos da apresentação do cuidado (ou descuidado) e da morte como temas que foram se naturalizando na discussão do momento. E que de tão vividos e expressos, correram o risco de tornarem-se comuns. Há muitos anos não atuo como jornalista em sua função clássica de operador de um sistema de valores que envolvem a construção e entrega da informação e seu efeito sobre a organização da sociedade. E confesso que os problemas oriundos desse cenário já não estão na minha zona de interesse e de curiosidade exploratória.

Pesquisando brevemente sobre questões possíveis de serem abordadas diante da combinação de termos tão carregados de poder quanto *ética*, *comunicação* e *saúde*, pude perceber a presença de textos sobre alguns temas interessantes, dentre os quais destaco: o direito de privacidade dos pacientes em tratamento e de profissionais de saúde no exercício de sua profissão; o direito do coletivo à informação para tomada de decisão em situações de

crise como grandes epidemias; a insegurança e o risco presentes na divulgação de informações sobre saúde; e a responsabilidade dos profissionais de comunicação e de saúde com seus interlocutores/pacientes. Leituras que me fizeram refletir sobre os modos como vivenciamos sentidos de ética *fora de nós*, como mecanismos adquiridos que se articulam técnica e politicamente sem aparentemente nos atravessar de fato enquanto sujeitos. Assim, esses estudos apontam quase sempre para caminhos de produção de uma ética profissional no campo da comunicação: o cuidado ao escolher e citar fontes, a checagem dos fatos, a construção da confiança sobre o conhecimento produzido, enfim, os sentidos de ética que aprendemos nas salas de aula, nos primeiros períodos como aspirantes a jornalistas.

A ausência, ou a não-identificação, de um estudo mais subjetivo, que apresentasse pistas sobre como a ética *dentro de nós* está presente - ou não - nos cruzamentos entre comunicação e saúde, me despertaram o desejo de contar algumas histórias que modularam possibilidades de *relação com o outro* - sendo isso uma espécie de ancoramento da ética, aplicado em minha própria trajetória. Uma ética entendida mais como "fazer com", e não "fazer para", como um caminho mais afetivo do agir comunicativo, e que tem despertado mais meu interesse nos últimos anos. Como marcos temporais da minha própria produção reflexiva, peço licença para usar minha memória como ponto de passagem desse diálogo, e fazer como propôs Buendía (2002): usar o "par experiência/sentido" como possibilidade narrativa/reflexiva sobre o tema proposto. Ao revelar pequenos fatos de meu cotidiano como comunicadora, que me colocaram frente a frente com limites técnicos ou teóricos do exercício ético, poderei, quem sabe, compartilhar reflexões com mais afinidade. Mesmo sem saber direito onde esse incômodo pode nos levar.

Onde está a ética na assessoria de comunicação em saúde?

Minha história como comunicadora em saúde começou com um convite para estruturar uma Assessoria de Comunicação (ASCOM) de um órgão de saúde pública. Eu estava então com 22 anos, tinha concluído uma especialização em Teorias da Comunicação e da Imagem, e não sabia quase nada sobre o mercado de trabalho, nem sequer sobre o que eu desejava fazer no campo da comunicação social. Sabia apenas que gostava de escrever. E que minha escrita estava implicada nos entendimentos das mazelas do mundo, desde muito jovem, criança ainda.

De lá para cá, embora já tenha ouvido de alguns colegas comunicadores, geralmente atuantes em coordenadorias de comunicação de órgãos governamentais, que o trabalho com assessoria está com os dias contados nesta década, por questões de horizontalização e diversificação da produção de informações em rede,

percebo que as ASCOMs, pelo menos as situadas nos governos, têm ainda muita força no agendamento de temas na esfera pública e na expansão e contenção do acesso a determinados dados e informações. Não parece ser propriamente um cenário em ruína, embora a internet tenha dilatado imensamente os limites das "caixas-pretas" às vezes cultivadas nesses setores comunicacionais.

Recentemente, presente em um evento que reuniu representantes das assessorias de comunicação de todos os órgãos de governo em meu estado, pude perceber que indicadores como "quantidade de pautas positivas emplacadas na imprensa", "quantidade de engajamento (especialmente as curtidas e o aumento de seguidores) gerado nas redes sociais", e a certeza quase missionária de uma existência voltada para "gerenciar crises de imagem", além de "assegurar e ampliar a visibilidade institucional", ainda existem e resistem com muita força, apontando caminhos para os modos de atuação desses profissionais e setores. Legitimam sua razão de existir e não parecem esgotar-se pelo crescimento geométrico de novas formas de produzir e reproduzir informações.

As assessorias ainda se caracterizam, portanto, como espaços privilegiados de saber e de poder, poder simbólico (Bourdieu), e têm força na determinação do que deve emergir no mercado simbólico da produção de sentidos. Além disso, em tempos de epidemia de desinformação, o peso que tem uma declaração oficial de uma fonte confiável ainda é um elemento de referência quando se problematiza a credibilidade, mais ou tanto quanto a polêmica, como um valor relevante na produção e circulação de conteúdos jornalísticos. Vimos essa força manifestar-se na disputa de narrativas aquecida durante a pandemia de Covid-19, quando os discursos da evidência científica resistiram de entregar os pontos à enxurrada de obscurantismo e falácia que invadiu a opinião pública e mesmo a esfera governamental, especialmente em nível nacional. "Vamos confiar na ciência", era o imperativo dos discursos das instituições de saúde, públicas e privadas, e dos governos também, com estratégia de enfrentamento das fake news, tão proliferadas nesse período.

Apesar dessa potência do trabalho com assessoria, olhando em retrospecto, vejo que nos cinco anos em que atuei na área vivi imensos e intermináveis conflitos profissionais, porque nunca acreditei, nem admiti, que as instituições públicas, e não as pessoas para quais as ações e políticas públicas devem ser direcionadas, tivessem o direito de determinar o que e como deveriam ser divulgados e expressos os fatos e acontecimentos. Em saúde, especialmente saúde pública, esse filtro realizado pelas assessorias em busca de proteger a segurança e o status institucionais, acaba se tornando perigoso e cruel. Antiético, portanto, se considerarmos que a ética nos move moralmente na direção da equidade, da comunhão com a vulnerabilidade do outro. Esse me parece ser um grande conflito a ser mediado pelos comunicadores do mundo, inclusive os assessores de comunicação, o que não é e nunca será um construto banal. Não é mais possível restringir o direito de fala aos privilegiados sociais, dentre eles as instituições, e reduzir essas assimetrias não parece ser uma preocupação dos trabalhadores das assessorias de comunicação, observando de maneira geral.

Por outro lado, também pude aprender nesse período o quanto é difícil furar a bolha do interesse midiático quando a pauta parece ser de pouco impacto para o factual, que acaba sendo a dimensão mais privilegiada da cobertura midiática. Lembro com muita nitidez do dia em que desisti de ser assessora de imprensa e resolvi me tornar pesquisadora em saúde pública. Seria realizado, no órgão no qual trabalhava na época, uma cerimônia de entrega de 50 computadores para Conselhos Municipais de Saúde, do interior do Ceará, como parte de um programa governamental de inclusão digital no Sistema Único de Saúde. Escrevi um texto explicando a importância do fato como um passo essencial para o fortalecimento do controle social na saúde, e não recebi um único contato da imprensa interessado em maiores informações. Comecei a ligar para as editorias, buscando checar se elas haviam recebido o material e compreendido do que se tratava, até entender com muita clareza que a entrega de computadores para Conselhos de Saúde jamais seria importante para quem não entende minimamente para que serve um Conselho e o significado de inclusão digital em territórios tão desprivilegiados do estado. Água mole que dificilmente furaria a pedra dura do valor-notícia ao qual estamos, muitas vezes, condicionados.

Como ave de arribação, juntei os recursos e as expectativas de me qualificar melhor nas dinâmicas desse campo com o qual eu já estava comprometida e pelo qual fora cativada, e fui fazer mestrado em Comunicação e Informação em Saúde.

A pesquisa e a transformação do olhar

O primeiro ano de pós-graduação foi um alento para a fome desenfreada por compreender o que transbordava ao trabalho com assessoria. Querendo investigar porque eu não conseguia desenvolver um diálogo profícuo com os veículos de comunicação e seus profissionais, no sentido de tocá-los para a importância de seus ofícios no entendimento e o no fortalecimento de políticas públicas, sobretudo o direito à saúde, mergulhei no território da produção social de sentidos e dos conceitos de polifonia, de semiose infinita, de mercado simbólico, entre outros, bebendo da fonte das grandes mestras do cruzamento dos campos da Comunicação e da Saúde no Brasil, Araújo e Cardoso (2007).

Como um grande quebra-cabeças que vai se organizando quanto mais somos convidados a explorar essa engrenagem das relações de poder presentes no agir comunicativo, fui compreendendo os mecanismos que regem os caminhos da comunicação em sua tradução mais pragmática - quem fala, o que diz, onde fala, como essa fala chega nos territórios, as razões para essa fala mudar ao sabor do período ou mesmo do formato editorial... Há

muito em jogo, sempre. E pesquisar discursos em circulação sobre o SUS no Ceará me ajudou a calibrar minha própria percepção sobre os modos de fazer crer e sobre os lugares de fala, muitas vezes porosos, sobre os quais assentamos nosso contato com o que pode e deve ser dito ou silenciado. Como comunicadora, também faço parte dessa engrenagem.

Em alguma medida, as operações noticiosas identificadas em minha pesquisa de campo, que produzem narrativas com diferentes personagens buscando seus direitos à assistência médica, seu acesso à medicamentos e tratamentos, suas vivências nas filas de hospitais, suas vitórias e superações intermediadas por profissionais e por estabelecimentos de saúde, são sim representativas de pontos de encontro com o outro, mesmo que isso quase sempre não se desenvolva para além de um contato pontual. Os textos analisados na dissertação, mais de 900, revelam fenômenos paradoxais desse fazer para e fazer com projetados de maneira a não se saber quando o resultado foi um ou outro movimento, senão os dois ou nenhum, num jogo de forças com dimensões sutis demais para serem classificadas sob uma única alcunha. E foi no fim da dissertação que me senti farta de pensar sobre textos jornalísticos e seus autores, e passei a me interessar em aprofundar a relação com seus personagens. Queria não mais ser interpelada pelas palavras dos outros, que me apontavam como pensar sujeitos e mundos desconhecidos ou familiares, e organizar meu próprio conjunto de palavras para nomear um novo nível de experiência com o outro.

É certo que houve um longo caminho de assimilação sobre questões pessoais vividas no início do doutorado que me fizeram escolher as mulheres gestantes como personagens dos quais eu me aproximaria na definição pela etnografia. Mas não vejo na memória nenhum outro momento diante do qual eu tenha chegado mais perto do que entendo e pratico como ética na comunicação e na saúde. O que eu buscava entender então era como o Sistema que eu tanto defendia, como as políticas que tratavam de gestação e de nascimento no Brasil, de fato orientavam ou regulavam os percursos de mulheres e a definição de suas escolhas durante a gravidez. E para isso eu coloquei o meu próprio corpo no mundo, vivendo as filas das consultas nas madrugadas, estudando e ouvindo as referências dos saberes acadêmicos e tradicionais, aprendendo sobre os saberes locais, deixando que elas me mostrassem o que significava ser mulher tornando-se mãe dentro de processos de saúde que são também comunicacionais.

Foi um exercício gigante de fazer com elas, experienciando diálogos, intervenções, escolhas sobre as quais eu não tinha nenhum domínio, mas sentia como ponto mais alto da minha capacidade de atenção e aproximação dos fenômenos infligidos a outras pessoas que não eu. O que acontecia nos consultórios e eu registrava em meu diário de campo me levava a lugares nunca antes navegados de empatia e identificação. Quanto mais eu permitia que as experiências de cuidado me tocassem, nos tempos que lhe eram peculiares, mais eu me sentia parte de tudo,

vivendo com elas, aquelas mulheres tão diversas quanto intrigantes - às vezes sem definir bem os limites entre a mulher, a jornalista e a pesquisadora que eu era, tudo junto e misturado. Se a ética humana morasse em qualquer necessidade de limitação, eu estaria metida numa boa confusão.

Para encerrar ou recomeçar de novos lugares

Ao longo dos últimos 15 anos, tenho encontrado muitas maneiras de pensar e problematizar a ética, ou os aspectos éticos, do agir comunicacional. Como assessora, como pesquisadora ou apenas como observadora dos fenômenos do mundo, sempre me interessaram os movimentos que fazemos para captar e nos conectar com as experiências dos outros. No debate sobre a saúde, essa conexão passa, ao meu ver, por entender, ou melhor, enxergar, como as lógicas estruturadas de acesso às ações e serviços podem transformar as vidas das pessoas. No caso das mulheres gestantes acompanhadas na tessitura da tese, observar o modo como se comunicavam em rede em busca de melhores cuidados com o desenvolvimento da gravidez, me mostrou muito sobre ética, comunicação e saúde como movimentos interligados, modos de dar sentido às experiências no mundo.

Acredito que a perspectiva do outro, ouvida e reconhecida como algo comum a nós, e por isso tão capaz de nos tocar e nos mobilizar na direção desse fazer com, é uma perspectiva ainda pouco explorada dos estudos na área de comunicação, embora radicalmente humanizadora. Talvez porque esvazie um pouco as fronteiras entre campos e entre mundos, ainda tão presentes e delimitadas no mundo do conhecimento e da produção científica - até aqui é comunicação, a partir daqui é antropologia, dali adiante é filosofia, e por aí vai. Talvez, também, porque subverta um pouco a lógica de midiaticização na qual estamos atolados, sentindo, acompanhando e narrando toda nossa trajetória a partir de telas, *posts*, *stories*, *reels*, que vão reinventando o que antes eram contatos mais vividos e menos apresentados. Ainda é possível pensar em ética e comunicação em saúde como instâncias de compartilhamento de nossa experiência comum. Essa nota é um movimento sensível na direção dessa potência.

Referências

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Comunicação e saúde**. 20. ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2007.

BONDÍA, J. L. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. **Revista Brasileira de Educação** [online], n. 19, p. 20-28, jan/fev/mar/abr. 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-24782002000100003>. Acesso em: 30 abr. 2022.

CAVALCANTE, C. C.; LERNER, K. Duas faces do mesmo Sistema? Um estudo dos sentidos do Sistema Único de Saúde no jornal Diário do Nordeste. *Revista Brasileira de Pesquisa em Saúde/Brazilian Journal of Health Research*, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 25-34, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/rbps/article/view/21229>. Acesso em: 30 abr. 2022.

Ensaio sobre como a crise sanitária da Covid-19 está salvando o jornalismo profissional brasileiro da pandemia de notícias falsas

Emerson Urizzi Cervi

O presente ensaio tem por objetivo organizar uma apresentação sobre a relação entre a pandemia de covid-19 e a recuperação da presença do jornalismo profissional na organização da agenda pública de debates, para o tema de discussão da mesa "Ética e Comunicação na Saúde", que integra o 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Em primeiro lugar, uma advertência: dada a formatação e tempo para intervenção em mesas de eventos científicos, o ensaio proposto aqui não pretende ser exaustivo sobre o tema. Além disso, não tem por objetivo apresentar respostas, mas questões que podem contribuir para uma agenda de pesquisa em jornalismo no Brasil pós-pandemia.

Para se vincular ao tema da mesa, adota-se aqui o conceito de ética aplicado ao comportamento humano no interior de sociedades. Interessa especialmente a parte do conceito de ética como modelador de comportamentos que se encontram dentro de níveis aceitáveis para o bom funcionamento de grupos sociais e garantidor de uma convivência pacífica em sociedade. Ética aqui está presente no indivíduo, mas contida na sociedade. Tal definição, quando subjetivada, passa a ser "ética do jornalismo", "ética política", "ética médica" e mesmo assim mantém a função principal de modelar comportamentos para garantir convivência social pacífica. Ao agregar especificidades de área de atuação, indica elementos próprios do jornalismo, da política, da medicina, por exemplo, que contribuem para uma norma ética geral de convivência. Evidente que se trata de um recorte, pois o

conceito de ética, e sua área específica de estudo no campo da filosofia, é muito mais amplo do que o utilizado aqui.

Além disso, dois conceitos presentes na literatura científica que trata de jornalismo industrial do século XX são centrais no argumento desenvolvido aqui. O de gatekeeping, entendido como o processo de seleção de fatos que estão aptos a se transformar em notícia, a partir de critérios pessoais e organizacionais (Souza, 2002; Shoemaker & Vos, 2009). Trata, portanto, do que acontece durante a produção das notícias. E o de agendamento temático (agenda-setting), entendido como a capacidade de influenciar o conjunto de temas que irá compor o elenco de assuntos que serão discutidos pelo público (McCombs, 2009). Outros conceitos como o de mídia hostil, exposição seletiva e efeito de 3ª pessoa também são apresentadas como indicadoras dos atuais comportamentos em espaços de debates e conversações sobre temas públicos.

O texto está organizado em três partes a partir daqui. Na primeira é feita uma apresentação das principais características do que se convencionou chamar de modelo industrial de jornalismo. Predominante no século XX, este modelo de jornalismo apresenta um conjunto de características estruturais, que se sustentavam nos pilares da presença física de grandes conglomerados de comunicação e não apenas em seus produtos finais; na formatação comercial de um sistema de financiamento por espaço publicitário e não diretamente pelo consumo do público; e na capacidade de se comportar como o principal definidor da agenda de debates sobre temas de interesse público em uma sociedade (Park, 2008).

Em seguida são demonstradas as condições pelas quais o modelo dominante de jornalismo do século XX entrou em crise, como tratado por Wolton (2007). Uma crise que começou já nos anos 1990, quando a internet reduziu a quase nada a relevância da presença física dos grandes conglomerados de comunicação; se acentuou na década seguinte com a acelerada migração das fontes de financiamento publicitário dos meios tradicionais para as páginas da web, criando novas métricas de faturamento – o clique –, transformando o que era uma questão conjuntural em crise estrutural; ganhou contornos definitivos com a chegada das Redes Sociais Online (RSO) e seus influenciadores que disputam espaço com o jornalismo profissional na definição da agenda de temas e enquadramentos para o debate público.

Na terceira e última parte do ensaio são apresentados alguns elementos que indicam uma possível retomada da ética preconizada pelo jornalismo profissional em função das demandas geradas pela crise sanitária da pandemia de covid-19. Assim como o público muda seu comportamento na busca e retransmissão de informações, abre-se uma janela de oportunidade para que o jornalismo profissional reassuma a ética do modelo anterior com destaque para produção de reportagens factuais e investigativas em detrimento da maior visibilidade de espaços destinados à interpretação ou meramente opinativos, com destaque para a nova versão de polemicistas, os chamados influenciadores.

Até o final do século XIX o modelo predominante de jornalismo ocidental se caracterizava pelo afastamento do Estado. Ele pretendia se distinguir do jornalismo oficial e exclusivo estatal. O jornalismo alternativo de então pretendia ser segmentado, não dirigido ao grande público, e produzido em organizações pequenas, os jornais de fundo de quintal (Schudson, 2010). O importante para eles era manter a independência e atender as demandas de segmentos específicos da sociedade. Não pretendia chegar à massa, mas representar visões de mundo específicas. Os grupos que se sentiam representados pelos jornais também os financiavam. O financiamento por publicidade era residual (Park, 2008).

O modelo dominante da indústria midiática no século XX apresentou como principal característica a profissionalização e formatação de um campo social específico, o campo do jornalismo. Surgem as grandes empresas de comunicação que buscam atender os interesses da massa. A representação de visões de mundo específicas cede espaço para a necessidade de atender um gosto médio geral. Sem um público específico para custear o sistema, a fonte de financiamento é substituída pelos espaços publicitários para venda de produtos. Assim, quanto maior o público, mais renda com publicidade. Define-se como um modelo de jornalismo imparcial e independente e incorpora elementos populares para ganhar espaço e ampliar o público-alvo (Park, 2008). A tecnologia é uma ferramenta central para promover a transformação do jornalismo tradicional do século XIX para o jornalismo industrial do século XX.

A imprensa industrial do século XX é também consequência da urbanização das sociedades, da padronização das atividades profissionais e intensificação dos contatos sociais. Em sociedades onde há formação política prévia, discute-se cidadania, responsabilidade social, nacionalismo e outros temas para além dos debates partidários, a imprensa profissional desempenha o principal papel de limitar temas, organizar e dar prioridade a determinadas abordagens (Traquina, 2004). É o clássico papel desempenhado pelo jornalismo profissional do século XX nos Estados Unidos, que serve de modelo para o jornalismo comercial brasileiro do mesmo período.

Em sociedades como a brasileira, onde o jornalismo industrial se desenvolve nos centros urbanos do século XX, porém, a população não cultua o hábito da discussão política em outros espaços, a imprensa cumpre o papel de organizador do debate e, ao mesmo tempo, formador de debatedores entre os integrantes do público. Mais do que agendar e estabelecer os enquadramentos dos temas, o jornalismo profissional cumpriu no século XX a função de formação de público debatedor de temas públicos, institucionalmente organizados. Historicamente, na sociedade brasileira não se faz formação política nas instâncias convencionais. Também não existe uma relação orgânica e permanente dos partidos políticos com setores da sociedade que eles pretendem representar. Era o jornalismo profissional que organizava o debate público nos limites institucionais. As manifestações que "fugiam" da

capacidade de agendamento e enquadramento temático eram episódicas e se justificavam em momentos muito específicos. A materialização dessa forma não institucionalizada de participação se dava principalmente pelas manifestações de rua. Nesses casos a imprensa convencional cumpria o papel de "domesticar" as manifestações de rua, institucionalizando os temas, novos personagens e formas de enquadramento temático.

Pelos motivos expostos acima, o jornalismo industrial "encobriu", no Brasil, a não formação de valores coletivos, de cidadania e formação política mais abrangente. O que sobrava no caso do público brasileiro era uma formação de militância partidária que atingia parte reduzida da sociedade e, além disso, em determinados momentos a criminalização da política incluía a criminalização dos partidos políticos. Logo, mais do que um guardião de valores democráticos, a imprensa convencional no Brasil desempenhou o papel de contenção de valores antidemocráticos. O enfraquecimento do jornalismo profissional abre espaço para que comportamentos e manifestações antidemocráticas se estabeleçam no debate público.

No próximo tópico será discutida a superação do modelo de jornalismo industrial do século XX e as consequências disso para o debate público brasileiro. Mas, é preciso considerar que apesar da mudança no tipo predominante de jornalismo, o público não deixou de buscar *gatekeepers*. A questão é que o jornalismo convencional não controla mais o processo de *gatekeeping*, que continua existindo. Ainda que tenha alterado processos produtivos da notícia, a web não teve efeitos danosos tão grandes no papel do jornalismo profissional quanto a pós-web e as plataformas digitais das Redes Sociais Online (RSO). Uma das novas condições para o debate público é a da saturação de conteúdos circulando nas RSO. Se antes o problema era a limitação temática e de visões, agora temos a condição inversa. E isso não resulta apenas no tipo de debate público que temos hoje, mas também gera consequências sobre o comportamento dos integrantes do público, alterando os princípios éticos que originalmente busca níveis aceitáveis de convivência pacífica para um comportamento conflitivo permanente.

II

Até o jornalismo tradicional do século XIX os jornalistas desempenhavam o papel de representantes do Estado frente à sociedade. No jornalismo tradicional do final do século XIX os jornalistas passaram a representar determinados segmentos sociais frente ao Estado e à sociedade como um todo. No século XX, o jornalismo profissional transforma os jornalistas em representantes de organizações de comunicação frente ao Estado e à sociedade. No século XXI os conglomerados de comunicação cedem espaço para plataformas de transmissão de conteúdos e os jornalistas passam a ser mais um dos intermediadores de conteúdos para o debate público e sofrem concorrência de outros produtores de conteúdos não jornalísticos que alimentam o debate sobre temas públicos.

Na segunda década do século XXI, com a pós-web e a centralização das redes sociais online, o modelo de jornalismo industrial do século XX entra em uma nova fase da crise iniciada no final do século passado. A crise, então, passa a ser estrutural e não mais conjuntural. O jornalismo tradicional se dobrou à necessidade de caçar cliques em função das novas métricas de financiamento e distribuição das cotas de publicidade. Os veículos impressos foram substituídos por portais e estes não conseguem sobreviver sem estarem ligados a múltiplas plataformas de redes sociais online. O modelo de jornalismo industrial sem concorrência para a difusão de informações no formato de notícias é substituído e passa a enfrentar múltiplos concorrentes com força comercial e capacidade de distribuição de conteúdos políticos. As grandes "catedrais" que sediavam meios de comunicação tradicionais perderam a exemplaridade e o valor cultural que tinham tido no século anterior.

Em paralelo à crise estrutural do jornalismo tradicional, novas fontes de conteúdos não vinculadas institucionalmente deixam de apresentar os constrangimentos éticos e deontológicos do jornalismo tradicional. Somado a isso, o novo modelo de financiamento nas plataformas digitais estimula comportamentos radicais, com forte conteúdo emocional, apelando a reações imediatas dos seguidores/consumidores/difusores de conteúdos. Os conteúdos que mais circulam nas RSO deixaram de ser as notícias jornalísticas. Conteúdos não jornalísticos, tendenciosos, que usam partes de fatos, interpretando, distorcendo e completando-os com interpretação própria. As notícias falsas passam a concorrer em pé de igualdade com as notícias jornalísticas nas conversações que acontecem nos ambientes digitais.

Importante aqui é evitar o determinismo tecnológico para explicar as alterações no jornalismo industrial do final do século XX. Antes mesmo da centralidade da web e da chegada das plataformas digitais como espaço para conversações sobre temas públicos nas RSO Mutz (2006) demonstra como ainda no século XX como os direcionamentos ideológicos de veículos jornalísticos, em especial as emissoras de televisão nos Estados Unidos, foram em busca de públicos específicos, dividem e não agregam o público. No cenário europeu, onde o partidarismo jornalístico nunca saiu de moda, as pesquisadoras Poletti Et Brants (2010) utilizam o conceito de jornalismo cínico aplicado à produção jornalística italiana do final do século XX. Em oposição à ideia de jornalismo cívico, o jornalismo cínico representa um tipo de produção jornalística sem a preocupação com o factual e a busca da objetividade na representação dos acontecimentos. As pesquisadoras estudam o jornalismo feito nas empresas que compõem o conglomerado pertencente a Silvio Berlusconi e que alavancaram a imagem pública do empresário para a sua entrada na esfera política (Poletti e Brants, 2010).

Se por um lado as decisões e procedimentos de jornalistas já vinham alterando as características do modelo de jornalismo predominante no século XX, por outro, as condições estruturais da sociedade também permitiram mudanças exógenas ao sistema e que impactavam diretamente nele. A redução de barreiras e de custos para produzir, armazenar, difundir e acessar dados e informações públicas, para além das estruturas estatais, produziu

uma mudança significativa no tipo de democracia em que vivemos, segundo Keane, que define esse novo tipo de democracia de "monitory democracy", trata-se de um modelo onde a novidade é a figura do "monitor", que está fortemente relacionado com sociedades saturadas de multimídia (Keane, 2009). A abundância comunicativa molda diferentes forças para intervir no debate público. Essas forças, materializadas em organizações sociais ou até do próprio Estado abrem espaço para o monitor democrático. O monitor é aquele que está inserido no debate, porém, não para tratar do tema, e sim para monitorar as atitudes e manifestações dos atores que participam do debate público em relação a determinado tema. Os monitores podem ser celebridades, especialistas no tema ou anônimos que se apresentam para fiscalizar ou monitorar as atitudes e comportamentos dos demais integrantes do debate público (Keane, 2009).

Para o que nos interessa aqui, a democracia monitorada é um desafio adicional ao jornalismo profissional. Há, pela primeira vez, monitores que permanentemente fiscalizam a atuação dos jornalistas ao invés de participar das discussões sobre o assunto propriamente dito. Por exemplo, no tema da preservação do meio ambiente, jornalistas/comentaristas, especialistas/cientistas e políticos/decisores entram no debate para apresentar suas posições. Os monitores não participam tratando do tema propriamente dito. A participação deles é voltada para fiscalizar a ação dos outros atores, inclusive do jornalismo profissional. Não se trata apenas de uma crítica sobre o jornalismo, mas de um acompanhamento monitor do comportamento jornalístico sobre qualquer tema do debate público. A democracia monitorada é um desafio ao jornalismo profissional que antecede a plataformação das discussões sobre temas públicos e das manifestações via RSO.

A radicalização presente em ambientes digitais é a mesma registrada nas mobilizações de rua brasileiras a partir de 2013. Sem a possibilidade de contenção institucional pelo jornalismo tradicional, as conversações em espaços digitais e nos debates públicos radicalizaram. Ao mesmo tempo em que as instituições representativas tinham seu papel questionado em manifestações com grande peso social. Aquele público sem formação política prévia sai às ruas com o intuito de manifestar-se como fim e não como meio de participação. A manifestação por si é inconsequente se não leva a um fortalecimento dos canais institucionais de participação e canalização de demandas. A manifestação pode fortalecer a democracia, quando meio para garantir participação consequente no sistema representativo. Mas a manifestação também pode enfraquecer a democracia, quando limita-se a si mesma e não busca consequências institucionais. Por exemplo, o discurso do combate à corrupção é legitimador da democracia quando apresenta consequências institucionais a partir de manifestações de rua. Mas o mesmo princípio do combate à corrupção pode ser usado de forma antidemocrático quando as instituições são desqualificadas ou quando as manifestações de ruas não produzem consequências efetivas de participação no combate à corrupção.

Passa-se à formação política no momento da ação e a ação está circunscrita à participação em manifestações contra as instituições representativas. A ponto de termos manifestações pelo fechamento do STF. A explicação para o tipo de participação política que temos atualmente no Brasil não é apenas conjuntural, mas também estrutural. Nasce da ausência de espaços institucionalizados nos círculos primários e secundários de contatos para formação política e de cidadania. Manifesta-se na ausência de instituições que organizem, controlem e apresentem enquadramentos em favor do debate e não apenas da conversação a partir de posições pré-determinadas. A inexistência de experiência de participação cidadã ou de formação política institucionalizada, somada à queda de barreiras às manifestações e à falta de meios de controle e organização do debate público levam a um cenário de conflitos permanentes entre versões cada vez mais radicalizadas sobre temas públicos.

Pesquisas que consideram o agendamento temático completam no próximo ano meio século de existência. Uma característica presente nesta longa agenda de pesquisa é a manutenção da pergunta central de pesquisa proposta por McCombs em 1972. O que interessava a ele era "quem estabelece a agenda pública?" Depois de três décadas de trabalhos e antecipando a crise estrutural do modelo de jornalismo predominante no século passado, McCombs propõe uma alteração à pergunta para: "quem estabelece a agenda noticiosa" (McCombs, 2009). Se até meados do século passado era possível pensar em uma coincidência entre agenda jornalística e agenda pública, já no final do século XX isso não seria mais possível. A agenda noticiosa é apenas mais uma das agendas presentes no debate público. Aplicando ao caso brasileiro temos não só a competição entre diferentes formadores de agenda - noticiosa e não noticiosa -, mas também o estímulo da radicalização de posições para garantir financiamento por visualizações.

Devido as transformações exógenas e endógenas dos sistemas de comunicação e especificamente do jornalismo profissional, outros conceitos foram sendo incorporados pelos pesquisadores para explicar os fenômenos relacionados à comunicação. Não necessariamente são conceitos novos, mas que são mais úteis para explicar os comportamentos atuais na produção, difusão e interpretação de conteúdos dentro dos ambientes digitalizados. Entre eles, os que mais importam aqui são o conceito de "mídia hostil", teorizado por Vallone et al (1985). Trata-se do resultado do processamento de conteúdos da mídia com base em seus valores pessoais anteriores ao invés de considerar o conteúdo propriamente dito. A mídia é hostil quando o público considera mais relevante as crenças e conhecimentos que ele já possuía do que o conteúdo veiculado pelos jornalistas. Assim, se o conteúdo não coincide perfeitamente com os valores prévios do público a conclusão é que a mídia está enviesada.

Um conceito complementar ao de mídia hostil e que se aplica aos ambientes com abundância comunicativa é o de exposição seletiva. Também no final dos anos 1970, com base em estudos experimentais, pesquisadores constataram que quando exposto a diferentes versões sobre o mesmo fato, o público tende a adotar aquela que se

aproxima de suas crenças e valores anteriores. Então, a seleção se dá por valores prévios quando é possível ter acesso a diferentes fontes de conteúdos. Messing & Westwood (2014) constatam que em ambientes de mídia social e plataformas digitais com abundância comunicativa a força de crenças pessoais é ainda maior no momento de selecionar as fontes de informação.

Outro conceito que nos ajuda a entender o momento atual de grande participação em favor de posições extremadas e radicais é o chamado "efeito de 3ª pessoa", segundo o qual há um sentimento de que a mídia enviesada tem um efeito mais forte sobre os outros do que sobre si mesmo. Então, é o outro que sofre influência da mídia hostil e quanto mais distante estiver a posição e opinião do outro, maior o estímulo para participação na discussão pública com o objetivo de alterar a posição do outro e nunca a de si mesmo. Sendo assim, a participação não será em busca do consenso e de possível alteração da posição inicial do participante. Ao contrário, o crescimento da participação está diretamente relacionado à necessidade de manter a posição inicial para tentar mudar a opinião do outro (Chung & Moritz, 2015).

Aplicando ao caso brasileiro, as transformações internas do sistema de comunicação e as mudanças estruturais exógenas às estruturas de produção de notícia, o monitoramento do jornalismo confunde-se facilmente com hostilidade em relação à mídia e o efeito de 3ª pessoa, quando aplicado a debatedores sem formação prévia e sem limites. O que nasce como um desejo de corrigir os rumos do outro, pode se transformar na aversão à diferença e necessidade de eliminação do outro no debate público. No entanto, é possível que a pandemia de covid-19 tenha alterado este processo e permitido uma retomada da importância do jornalismo profissional para o debate público e da ética da convivência em substituição do conflito – ainda que temporariamente.

III

Em condições normais o ciclo se manteria estável, com maior participação de influenciadores de RSO na definição da agenda, crescimento do volume de notícias falsas em circulação, crenças se sobrepondo a fatos, participantes das conversações cada vez mais radicalizados e o jornalismo profissional incapaz de oferecer uma alternativa legítima à polarização. A pandemia de Covid-19 abriu uma janela de oportunidade para o jornalismo profissional oferecer uma versão dos fatos acima das opiniões, crenças e impressões dos participantes interessados. Em primeiro lugar, a pandemia da Covid-19 deu oportunidade para que posições radicais em defesa de valores individuais fossem substituídas por uma ação conjunta em busca do bem coletivo. Isso não significa a totalidade dos indivíduos em concordância com ação conjunta, mas uma oportunidade para que parte significativa dos participantes do debate público colocasse suas preferências individuais em segundo plano em favor de um comportamento favorável à solução do problema que atinge igualmente toda sociedade.

A consequência imediata desse tipo de comportamento é o crescimento da importância das informações factuais e de fontes comprometidas com a solução do problema. Embora a ciência seja permanentemente confrontada durante a pandemia, ela passou a ocupar o centro do debate sobre saúde pública novamente. As opiniões enviesadas, presentes em notícias falsas ou as mentiras sobre o tema enfrentaram uma confrontação que até então não tinha força suficiente para se contrapor. As notícias falsas e os posicionamentos radicais deixaram o centro da esfera pública e passaram a ocupar "corners" onde conseguem sobreviver, porém, sem conseguir ocupar espaços majoritários.

Outra consequência é o ressurgimento do jornalismo profissional, com aquela deontologia predominante no século XX. No início, para apresentar as fontes mais confiáveis e as versões mais factíveis sobre a pandemia, os efeitos da doença na crise sanitária, os desdobramentos econômicos, além de apresentar as possíveis saídas. Em seguida o jornalismo investigativo volta a atuar em denúncias de desvios e corrupção envolvendo o combate à pandemia pelo poder público federal, estaduais e municipais. As denúncias vão desde favorecimento a fornecedores inidôneos para compras superfaturadas pelo Ministério da Saúde, até fura-fila de vacinação em pequenos municípios brasileiros, passando por gestão duvidosa de hospitais de campanha por governos estaduais.

Os espaços abertos pelos veículos jornalísticos a comentaristas e articulistas sem compromisso ético com o debate público continuam existindo, mas agora existe a oportunidade de retomada da centralidade do trabalho jornalístico de reportagens com especialistas. Polemicistas começam a enfrentar restrições às posições negacionistas ao longo da pandemia enquanto trabalhos de reportagem profissional ganharam visualizações e interações nas plataformas digitais e nos meios tradicionais. A denúncia da *Prevent Senior*, resultado de jornalismo investigativo é um recente exemplo. Isso não significa que o negacionismo tende a desaparecer. Não! A crise estrutural do jornalismo profissional é um fato. A facilidade em difundir conteúdos noticiosos em plataformas digitais, seja em redes abertas, semiabertas ou fechadas, é outro fato. A baixa formação do público e o domínio de uma cultura política paroquial é característica estrutural no Brasil.

Ainda é cedo para afirmar um movimento contínuo de revalorização do jornalismo profissional pelo público brasileiro, mas se considerarmos os resultados de pesquisas de opinião dos últimos 30 anos, percebe-se pelo menos uma mudança na curva de confiança na imprensa, que passou de queda constante nas últimas três décadas para uma estabilidade nos últimos anos. Em abril de 1992, em pesquisa de opinião pública com amostra nacional, o Ibope perguntou se os entrevistados confiavam ou não confiavam nos jornais. 64% responderam confiar. Em maio de 1999 o Ibope repetiu a mesma pergunta em relação aos jornais e o percentual de confiança ficou em 49%. Já em 2013, no mês de setembro, a pesquisa CNT/MDA incluiu a pergunta sobre confiança na imprensa e apenas 35% optou pela resposta "confia". Mais recentemente, em setembro de 2021, o instituto Ipespe apresentou a mesma pergunta de confiança na imprensa e o percentual de respostas confia ficou em 38%.

Se compararmos os resultados das pesquisas de opinião, nas duas décadas que separam as perguntas de 1992 e 2013 houve uma queda de 29 pontos percentuais de confiança na imprensa, o que representa uma redução de metade dos respondentes em 2013, quando comparado a 1992. Este foi o período de digitalização das plataformas de circulação de notícias e outros conteúdos informativos. Já na última década, entre 2013 e 2021 o percentual apresentou estabilidade, com pequena oscilação, para cima, de três pontos percentuais entre as duas pesquisas. É verdade que não houve, pelas pesquisas, crescimento da confiança da opinião pública na imprensa brasileira. Também não é possível indicar como causa da estabilidade na confiança o período de pandemia sanitária. No máximo pode-se especular sobre associação temporal, pois os dois eventos coexistem no tempo. Ainda assim é evidente a diferença entre as décadas anteriores, quando o percentual de confiança cai 30 pontos percentuais em 20 anos enquanto na última década ele permanece estável desde 2013.

Em forma de conclusão, aqui não se defende que a pandemia da Covid-19 permitiu uma retomada do modelo de jornalismo do século XX, mas a possibilidade do público reconhecer a diferença entre diferentes tipos de conteúdos e as distâncias entre posições pré-estabelecidas por crenças e os fatos, quando se trata de debate sobre temas públicos. O que a pandemia permite é a retomada do comportamento ético como busca de condições mínimas de coexistência, inclusive nas discussões públicas e no uso de fontes de informação – inclusive as jornalísticas. Isso vale para qualidade da democracia, para o combate à corrupção ou para a superação da crise sanitária. Ou seja, não há motivo para pensar na atualidade da pergunta inicial de McCombs. Ainda precisaremos formular nossas questões de pesquisa em torno de “quem define a agenda pública?”. O jornalismo profissional é um dos atores que ajudam a definir a agenda e o enquadramento dos temas, mas não mais voltará a ser o principal definidor. A crise da pandemia permitiu ao sistema noticioso entender que replicar o modelo de produção e circulação de conteúdos enviesados e radicais não o fortalece. Ao contrário, tende a fazê-lo desaparecer no oceano de influenciadores-militantes de posições ideológicas.

Referências

CHUNG, M.; MUNNO, G.J.; MORITZ, B. **Triggering participation: exploring the effects of third-person and hostile media perceptions on online participation.** *Computers in Human Behavior*, n. 53, 2015. (p. 452 a 461).

KEANE, John. **Monitory democracy and media-saturated societies.** *Griffith Review. Participation Society*: 24, 2009.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a Mídia e a Opinião Pública.** Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

MESSING, S. & WESTOOD, S. J. **Selective exposure in the age of social media: endorsements trump partisan source affiliation when selecting news online.** *Communication Research*, n. 41 (p. 1042 a 1063), 2014.

- MUTZ, Diana C. **How media divide us.** In D Brady e P. Divola (ed.). Red and blue nation. Washington DC: Brooking Institution Press, 2006. http://repository.upenn.edu/asc_papers/126
- PARK, Robert. **A história natural do jornal.** In BERGER, Christa & MAROCCO, Beatriz (org). A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008 (p. 33 a 51).
- POLETTI, Monica & BRANTS, Kees. **Between partisanship and cynicism: italian journalism in a state of flux.** Journalism, nº 11: 3, 2010.
- Schoemaker, Pamela & Voz, Tim. **Media Gatekeeping.** In Stacks, Don & Salwen, Michael. An integrated approach to communication theory and research. Routledge- Communication Series: Wisconsin University, 2004.
- SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a Notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos.** Petrópolis: Editora Vozes, 2010.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da Notícia e do Jornalismo.** Florianópolis: Editora Argos, 2002.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: Porque as notícias são como são. Volume I.** Florianópolis: Insular/UFSC, 2004.
- VALLONE, R.P., ROSS, I. & lepper, M.R. (1985). **The hostile media phenomenon: biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre.** Journal of Personality and Social Psychology, n. 49 (p. 577 a 585).
- WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Porto Alegre – RS: Editora Sulina, 2007.

O presidente e a pandemia: respostas imunológicas e deontológicas do jornalismo brasileiro

Rogério Christofolletti

Em 11 de março de 2020, o diretor geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), Tedros Adhanom anunciou que o planeta estava entrando em estado de pandemia por conta do alastramento de contágios pelo vírus SARS-CoV-2. Nem os olhos habitualmente expressivos por trás dos óculos de aros grossos puderam atenuar a gravidade no semblante de Adhanom. A OMS monitorava o avanço da doença há meses e seu corpo técnico tinha parâmetros de outras recentes epidemias: a síndrome respiratória aguda grave (SARS) em 2002-2004, e a síndrome respiratória do Oriente Médio (MERS) entre 2012 e 2015.

Nos idos de março de 2020, possivelmente, os especialistas da OMS já imaginavam as condições que enfrentaríamos nos meses seguintes. Por outro lado, é pouco provável que os setoristas que cobrem a organização multilateral tivessem noção do que viria pela frente. Até mesmo os mais experientes jornalistas poderiam pensar se tratar de uma condição alarmante, mas passageira, a ser vencida em algumas semanas.

Para além das suposições, mais de um ano e meio depois, é possível afirmar que a pandemia de Covid-19 não só alterou hábitos e calendários. A epidemia global transformou profundamente nossos modos de viver, obrigando a adoção de novos cuidados e rotinas, promovendo alterações no convívio coletivo, e impactando a própria compreensão sobre os laços que sustentam as sociedades contemporâneas. Governos e sistemas de saúde foram desafiados, empresas e trabalhadores sentiram efeitos devastadores da interrupção dos fluxos de produção e

consumo, pessoas e famílias sofreram mudanças drásticas em seus cotidianos. Em outubro de 2021, estatísticas davam conta de que 238 milhões de pessoas foram infectadas e que mais de 4,8 milhões delas morreram da doença e suas consequências diretas⁹. Mais de 220 países ou territórios no globo registraram casos, o que posiciona a pandemia de Covid-19 como um fenômeno de contornos inéditos, tragicamente histórico.

Para compreender certos cenários, é comum recorrer a aproximações, e os tempos da pandemia são frequentemente comparados aos anos da Segunda Guerra Mundial e à epidemia da gripe espanhola de cem anos atrás. O sofrimento generalizado, a alta taxa de mortalidade, o alarme social, as privações pessoais e as consequências coletivas ajudam a moldar o evento com traços dramáticos e que tendem a marcar indelevelmente o imaginário coletivo. É o maior desafio das nossas gerações, repetiram governantes, artistas e empresários, recitando de diversas formas a necessidade de conjugarmos resistência e resiliência, buscando nos adaptar para sobreviver.

Para piorar

O sofrimento e a angústia são desses ativos incomparáveis. Não existe uma escala confiável que permita dizer que uma pessoa sofreu mais que outra, ou que sua dor prevalece sobre as demais. Apesar disso, tanto o sofrimento como a angústia podem ser atenuados ou intensificados pelas circunstâncias que os cercam. Neste sentido, enfrentar a pandemia de Covid-19 assume outras proporções no Brasil, tendo em vista as condições políticas, econômicas, sociais e culturais derivadas das ações e inações do governo de Jair Bolsonaro no período.

O insistente negacionismo sobre os riscos da doença e a implementação de políticas hesitantes e erráticas de enfrentamento contribuíram inevitavelmente para que o Brasil se tornasse um foco de preocupação mundial, com o segundo quadro mais letal entre os países observados.

Além disso, as torrentes de desinformação, a estratégia de permanente tensionamento político e a vocalização de discursos inflamatórios ajudaram a cindir a população nos primeiros meses da epidemia. Aliados políticos e agentes do governo - como ministros, por exemplo -, além do próprio presidente da República dificultaram a formação de uma unidade nacional com disposição para combater a doença. Diferente de outros países - como Inglaterra, França e Nova Zelândia -, onde parecia subsistir um espírito coletivo e gregário que identificava na Covid-19 um inimigo comum, no Brasil, não pudemos contar com um amálgama social deste tipo.

⁹Dados obtidos em <https://coronavirus.jhu.edu/map.html> Acesso em 12 de outubro de 2021.

A ultra-polarização política e o abandono de orientações científicas em detrimento de uma ideologia teimosa retardaram as ações efetivas para deter o espalhamento do vírus. Revelações jornalísticas e investigações da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI da Covid) do Senado demonstraram que houve atraso na compra de vacinas e de ingredientes farmacêuticos ativos, problemas no fornecimento de insumos e suprimentos a hospitais, recomendação de tratamentos e medicamentos comprovadamente ineficazes, desarticulação nas ações com governos estaduais e municipais, dificuldades à transparência de estatísticas e dados oficiais, e até movimentos que apontam para malversação de recursos públicos e atos de corrupção.

Se era esperado um clima de tensão em meio à pandemia, esta atmosfera tornou-se ainda mais tóxica no país para alguns profissionais, entre os quais os trabalhadores da saúde – que se expunham ao perigo cotidianamente e se ressentiam da falta de uma política mais homogênea de combate – e os jornalistas que foram escalados para cobrir os entornos da Covid-19 e do governo Bolsonaro.

Desde o primeiro dia de mandato, o presidente da República não escondeu que o jornalismo crítico e não alinhado seria um inimigo. Na cerimônia de posse em janeiro de 2019, repórteres e correspondentes internacionais foram destratados como nunca antes desde a redemocratização em 1985. A tensão só aumentou à medida que o tempo foi passando, e o presidente não economizou ofensas, grosserias e até ameaças àqueles que acompanhavam seu trabalho. Cobrir o entorno presidencial tornou-se uma atividade de risco para as equipes de reportagem dada a hostilidade dos apoiadores bolsonaristas, a agressividade do próprio presidente da República e algum descaso das autoridades – entre as quais o Gabinete de Segurança Institucional e a Casa Civil – que poderiam coibir essas práticas ou garantir condições dignas de trabalho desses profissionais.

A pandemia de Covid-19 não interrompeu a guerra de Bolsonaro contra o jornalismo não domesticado. Monitoramentos da violência contra jornalistas, feitos por entidades classistas e organizações não-governamentais que defendem direitos humanos, mostram uma escalada de casos num período muito curto. A situação local é alarmante, e está muito distante dos naturais conflitos entre governantes e seus fiscais.

Em 2019, primeiro ano da gestão Bolsonaro, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) contabilizou 208 ataques a repórteres, editores e produtores de conteúdo, uma alta de 54,07% se comparada ao ano anterior. Dessas ocorrências, 121 delas foram protagonizadas pelo presidente da República (FENAJ, 2019). Em 2020 – primeiro ano da pandemia! – a federação registrou 428 ataques, mais que o dobro dos números anteriores. Jair Bolsonaro respondeu por 175 deles¹⁰ (FENAJ, 2020).

¹⁰Essas agressões se davam em entrevistas coletivas improvisadas, em atos públicos e nas situações vexatórias do chamado Cercadinho do Alvorada, espaço na saída da residência oficial do presidente da República, cercado por gradis, onde se aglomeravam apoiadores bolsonaristas e repórteres em busca de informações (cf. FENAJ; OBJETHOS, 2022).

A Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) também publica relatórios anuais do tipo, embora adote outra metodologia de contagem. Mesmo que os números destoem, a explosão de violência contra os jornalistas está expressa num aumento de 167,85% dos ataques em 2020 comparados a um ano antes (ABERT, 2021). No levantamento, o presidente da República é mencionado várias vezes, intimidando, ofendendo, fustigando ou ameaçando jornalistas. Jair Bolsonaro, aliás, entrou para a lista de 37 maiores predadores mundiais da liberdade de imprensa, elaborada pelos Repórteres Sem Fronteiras (RSF)¹¹.

No ranking da liberdade de imprensa da RSF, o Brasil ocupa o 111º lugar e nunca esteve em posição tão ruim desde o início da classificação em 2013¹². A tendência não era nada positiva no primeiro semestre de 2021 – segundo ano da pandemia –, quando as agressões do presidente contra a imprensa foram 74% mais numerosas que o segundo semestre de 2020.

Os registros demonstram que o presidente da República não agride sozinho os profissionais e os meios de comunicação críticos. Seus filhos políticos, ministros e subordinados também o fazem, utilizando inclusive expedientes estatais para enquadrar e atingir jornalistas, como a extinta Lei de Segurança Nacional e ações de intimidação vindas do Ministério da Justiça (MJ), Procuradoria Geral da República (PGR), Advocacia Geral da União (AGU) e Polícia Federal (PF). O volume e a constância dos ataques, a forma como estão distribuídos ao longo do tempo – nem a pandemia ofereceu um intervalo! – e o uso de forças e recursos governamentais me levam a caracterizar a ofensiva de Bolsonaro como um tipo próprio de violência de Estado, ao arrepio da lei, da vida democrática e do modo republicano que autoridades devem tratar instâncias de fiscalização¹³.

O governo agride, descredibiliza e persegue o jornalismo. Alimentando uma lógica adversarial e recorrendo à truculência, o presidente dá maus exemplos no exercício do cargo, e encoraja parcelas da sociedade a também hostilizar os jornalistas e veículos de imprensa. Neste contexto, a cobertura da pandemia de Covid-19 não pode ser analisada sem considerar as condições insalubres de fazer jornalismo no país durante o governo Bolsonaro e tudo o que ele emana e representa.

¹¹A inclusão à lista aconteceu em julho de 2021. Disponível em < <https://rsf.org/pt/noticia/velhos-tiranos-duas-mulheres-e-um-europeu-rsf-revela-sua-edicao-2021-dos-predadores-da-liberdade-de>> Acesso: 22 de setembro de 2021.

¹²Disponível em <<https://rsf.org/pt/brasil>> Acesso em 22 de setembro de 2021.

¹³Desenvolvo melhor este argumento no texto “Violência de Estado contra jornalistas: impactos práticos e éticos das perseguições do governo Bolsonaro”, apresentado no 19º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da SBPJOR, em novembro de 2021 (CHRISTOFOLETTI, 2021).

Mutações e anomalias

Como em todos os quadrantes da vida social, a pandemia exigiu esforços rápidos de adaptação dos jornalistas e das empresas do setor para enfrentar uma realidade inédita. Tradicionais *loci* de trabalho, as redações e os estúdios foram esvaziados para evitar que se tornassem ambientes de aglomeração e eventual contágio. Enquanto repórteres, redatores e editores reajustavam suas rotinas em ambientes improvisados, líderes e gestores encontravam novas formas de organizar, apoiar e coordenar suas equipes. Foi necessário ainda comprar e distribuir equipamentos de proteção individual, adotar procedimentos para garantir o autocuidado dos jornalistas e o distanciamento preventivo e seguro das fontes de informação, além de dobrar os esforços de higienização de equipamentos e ambientes, por exemplo.

Habitualmente pressionados pela dinâmica da profissão – marcada por prazos curtos e alta exigência de qualidade técnica –, os jornalistas reagiram à pandemia, adaptando-se a necessidades inéditas e ainda desconhecidas. Isso não impediu o avanço implacável da precarização da profissão, conforme já detectam estudos brasileiros (FÍGARO, 2021), e não evitou que a categoria se convertesse num triste alvo da doença.

Segundo a Fenaj (2021), o jornalismo foi uma das profissões mais afetadas pela pandemia do SARS-CoV-2. Em 2020, foram 8,5 mortes por mês, em média, estatística agravada em 2021, quando se contabilizavam 28,6 mortes médias só nos primeiros três meses. Um levantamento do primeiro trimestre deste ano mostra que o Brasil foi o país com mais jornalistas mortos por Covid-19 no período: 86 óbitos. Somados às vítimas de 2020, morreram 169 profissionais no país devido à doença.

À medida que uma nova realidade se impunha – com alongamento das jornadas no trabalho doméstico, exaustão física e emocional, e temor real de infecções –, o jornalismo era cada vez mais demandado por audiências famintas por informação confiável e por soluções efetivas que pudessem devolver alguma normalidade às suas vidas. O isolamento social contribuiu para o crescimento do consumo médio de conteúdos jornalísticos, já que o confinamento doméstico por mais horas diárias permitia e incentivava tal tendência. A epidemia de desinformação – que Poseti e Bontcheva (2020a; 2020b) caracterizam como “desinfodemia” – aumentou a ansiedade coletiva por relatos verificados e mais realistas, o que pode ter impactado positivamente na credibilidade da *mainstream media*. Em março de 2020, estudo em dez países (incluindo o Brasil) mostrava que as fontes de informação mais confiáveis eram os veículos da grande imprensa (EDELMAN, 2020). De acordo com a medição, os meios jornalísticos tradicionais tinham quase duas vezes mais credibilidade que autoridades sanitárias nacionais ou organismos globais, como a OMS.

Os índices positivos foram alentadores para a indústria jornalística nos primeiros meses, mas na segunda metade de 2020, foi possível detectar um refluxo no consumo de conteúdos informativos aliado a alguma fadiga cognitivo-emocional de certos contingentes populacionais. Os números de mortos e infectados só cresciam, o horizonte do retorno às velhas rotinas estava cada vez mais longe, e as pessoas começaram a ficar exauridas por tantas incertezas e notícias ruins.

Mudanças ágeis foram uma condição de sobrevivência para o jornalismo, mas em meio às mutações, também pudemos observar anomalias, materializadas em erros de cobertura, decisões editoriais questionáveis e posicionamentos temerários. Essas anomalias não são apenas desvios da técnica jornalística, mas encarnam também deslizamentos éticos, capazes de contribuir para a deterioração da credibilidade de profissionais e veículos, minando ainda mais a confiança no jornalismo como serviço contínuo de provimento de informação de qualidade às sociedades.

Um evento que provocou estragos na credibilidade de alguns veículos se deu em fevereiro de 2021, quando oito dos maiores jornais brasileiros publicaram anúncios que incentivavam o tratamento precoce de Covid-19 à base de substâncias comprovadamente ineficazes. Assinada por um coletivo chamado Médicos pela Vida, a publicidade estampou meias páginas de Folha de S.Paulo, O Globo, Correio Braziliense, Zero Hora, O Povo, Jornal Correio, Estado de Minas e Jornal do Commercio, alcançando, portanto, os principais mercados consumidores do país.

A decisão de publicação foi criticada por leitores e especialistas, tendo em vista a flagrante incongruência do gesto: enquanto os jornais alardeiam que combatem as *fake news*, também recebem dinheiro ao vender espaços publicitários para quem propaga conteúdos desinformantes como aqueles que administravam remédios inofensivos e defendiam terapias duvidosas. Constrangida e irritada, a ombudsman da Folha de S.Paulo, Flávia Lima, queixou-se em sua coluna semanal: "É desanimador combater desinformação na página par e disseminá-la na ímpar"¹⁴.

Não bastasse termos que engolir uma incoerência que atinge o próprio coração da atividade jornalística – e sua alma desejada, a credibilidade –, fomos todos surpreendidos no final de julho, quando a CPI da Covid no Senado trouxe à tona que a campanha publicitária foi assinada pelos Médicos pela Vida, mas paga por uma empresa produtora de ivermectina, justamente uma das substâncias recomendadas nos anúncios.

¹⁴"Mais uma vez, a cloroquina" (28/02/2021). Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/flavia-lima-ombudsman/2021/02/mais-uma-vez-a-cloroquina.shtml>> Acessado em 24 de setembro de 2021.

Para se ter uma ideia, a Vitamedic registrou crescimento de 1230% entre 2019 e 2020, chegando a comercializar mais de 75 milhões de caixas do remédio, segundo informações fornecidas aos senadores. Aproveitando-se de credenciais dos especialistas médicos, a empresa investiu nos jornais para ir mais longe. Era um flagrante conflito de interesses entre a prescrição médica e a intenção da empresa de alavancar vendas do produto. Mas também um seríssimo problema ético para os jornais que veicularam os anúncios, pois sabiam quem estava arcando com aquelas despesas¹⁵. Não fosse o requerimento aprovado na CPI, instando os jornais a informarem detalhes da venda dos espaços publicitários, talvez nunca soubéssemos do que estava por trás da campanha.

Após a revelação na CPI, foi difícil manter o caso às escuras. A maioria dos jornais não tocou no assunto, mas a Folha de S. Paulo publicou reportagem, ouvindo o Conselho Federal de Medicina sobre eventuais conflitos éticos na prática dos médicos¹⁶. Em nenhum momento, tratou de conflitos éticos no jornalismo que praticava e como isso poderia abalar a credibilidade de seus atos¹⁷...

Mas as anomalias jornalísticas resultantes da pandemia não estão restritas aos contornos da grande mídia. A indústria jornalística é heterogênea, e desvios das funções primárias também são percebidos em contextos menores, seja na forma do abandono do exercício crítico e responsável, no afrouxamento do rigor de apuração e apego aos fatos, ou ainda no mal-disfarçado alinhamento ideológico que implica, inclusive, na difusão de conteúdos desinformantes, falsos ou manipuladores.

Em julho de 2020, por exemplo, o jornal catarinense ND publicou editorial defendendo o que chamou de "liberdade para se tratar"¹⁸. Ocupando página inteira impressa e sendo reproduzido na versão online e lido nos telejornais da NDTV – retransmissora da TV Record –, o texto dizia ser alarmante o número de infectados pela Covid-19 em Santa Catarina, sendo necessário não "aceitar mais a tutela do Estado". Em seguida, o grupo de mídia defendeu que pacientes e médicos decidissem sozinhos os melhores caminhos para se buscar a cura da doença, não se guiando mais por orientação única das autoridades sanitárias.

¹⁵Comento este caso com mais detalhes em "A CPI revela e a ética dos jornais derrete", disponível em < <https://objethos.wordpress.com/2021/08/05/a-cpi-revela-e-a-etica-dos-jornais-derrete/> >

¹⁶A matéria "Produtora de 'kit Covid' bancou anúncios de associação pró-tratamento precoce e que atua no gabinete paralelo" saiu em 16 de julho de 2021. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/07/produtora-de-kit-covid-bancou-anuncios-de-associacao-pro-tratamento-precoce-e-que-atua-no-gabinete-paralelo.shtml>> Acessado em 24 de setembro de 2021.

¹⁷Voltei à carga neste assunto em "Não atirem no próprio pé", onde discuto consequências da veiculação da campanha e como isso poder contribuir para repensarmos o esquema Igreja-Estado que orientou as práticas na grande imprensa nos últimos cem anos. Disponível em <<https://bemditojor.com/nao-atirem-no-proprio-pe/>> Acessado em 24 de setembro de 2021.

¹⁸"Liberdade para se tratar" foi publicado em 15 de julho de 2020. Disponível em <<https://ndmais.com.br/opiniao/editorial/liberdade-para-se-tratar/>> Acessado em 24 de setembro de 2021.

De forma explícita, a retórica em torno da liberdade individual para a tomada de decisão estava apoiada em ignorar as indicações de órgãos de especialistas, argumento negacionista bastante usado pelo governo federal e por seus aliados. À época da publicação do editorial, inclusive, os números de mortos e infectados cresciam aceleradamente no país, gerando aflição e desespero de doentes e seus familiares, que perseguiam as mais diversas soluções. Uma profusão de indicações médicas especulativas era difundida, como a da terapia de ozônio retal, propagada pelo prefeito de Itajaí, cidade no litoral norte do Estado.

É este o contexto de publicação da opinião do Grupo ND em julho de 2020, cujo editorial termina prometendo usar todas as suas plataformas de comunicação para promover "um amplo debate sobre a pandemia", o que efetivamente não aconteceu. Vozes contrárias à liberdade de se tratar não foram ouvidas nos canais do grupo midiático nos meses seguintes. Pelo contrário: o grupo se aproximou ainda mais dos interesses do governo federal, passando a republicar diariamente colunas de jornalistas alinhados como Alexandre Garcia, Luis Ernesto Lacombe, Ricardo Fiúza e Rodrigo Constantino.

Sistema imunológico e reações

Adaptar-se a novos contextos exige a combinação em partes nem sempre iguais de resiliência e resistência, maleabilidade e firmeza. Em circunstâncias excepcionais, os processos adaptativos precisam ser ágeis e a margem de erro fica muito mais estreita. Em contextos totalizantes, é impossível evitar esforços de adaptação porque eles significam justamente movimentos de subsistência, de permanência no jogo.

Em dezembro de 2020, *The Economist* fez um balanço do seu noticiário no ano e comprovou como a pandemia se apossou da agenda social. No mês de março, 80% dos textos publicados pela revista mencionaram a doença ou seu vírus, e é importante lembrar que o foco da publicação não é saúde e medicina, mas economia, negócios e finanças. Em gráficos, os editores compararam a epidemia com a Segunda Guerra Mundial, e afirmaram que cobrir o espalhamento do SARS-CoV-2 é o maior desafio jornalístico dos últimos tempos. Talvez seja a maior história que muitos de nós irá contar, concluiu a revista¹⁹.

Para o jornalismo brasileiro, este desafio tem sido duplo: atravessar a pandemia e sobreviver às investidas de um governo que o elegeu como inimigo.

¹⁹Disponível em <<https://www.economist.com/graphic-detail/2020/12/19/only-the-world-wars-have-rivalled-covid-19-for-news-coverage>> Acessado em 26 de setembro de 2021.

Combinadas, as crises política, econômica e sanitária pressionam a indústria e os profissionais que vem reagindo de modo espasmódico, mas que merece atenção. É bem verdade que o setor não é homogêneo, e que existem jornalistas e meios alinhados ao bolsonarismo, lenientes e até aderentes ao negacionismo anticientífico do governo federal. Esse contingente mereceria um texto à parte, detalhando suas ações. Na impossibilidade de dar conta de todo o terreno, opto por destacar o que acredito ser um conjunto disperso de reações do jornalismo crítico que funciona como respostas deontológicas ao cenário desafiador atual.

Recorrendo a uma metáfora médica, imagino que o jornalismo não totalmente domesticado pelo bolsonarismo se sentiu ameaçado e precisou reagir, adotando algumas práticas para fortalecer seu sistema imunológico. Nos organismos vivos complexos, um sistema como este é um sistema de defesa e de resposta, acionado para preservar e garantir a sobrevivência. Diante das ameaças atuais, as respostas dadas por empresas e profissionais estão diretamente ligadas à reafirmação de uma deontologia jornalística, que está ancorada em práticas idealizadas, autoimagem desejada, e tentativas de atendimento de expectativas sociais.

Como já disse anteriormente, o setor jornalístico não é homogêneo, o que afasta a possibilidade de que as respostas tenham sido conscientes e coordenadas. Algumas foram resultado de conserto, outras de decisões individuais. Outras ainda se deram em circunstâncias bem definidas, apresentando-se como as reações possíveis naqueles momentos. É ainda cedo para afirmar que essas respostas sejam mudanças efetivas no jornalismo, com o abandono de certos procedimentos e a adoção de outras práticas. O passar o tempo dará mais condições para julgar suas influências e permanências. Por isso, considero que essas respostas deontológicas para o fortalecimento do sistema imunológico do jornalismo sejam espasmódicas. Observar e discuti-las nos permite compreender melhor como operam as relações entre jornalismo, governo, sociedade e fatores externos, como o imponderável da epidemia.

Um dos primeiros movimentos de autofortalecimento do setor foi uma **rara unidade de classe**. A constância e a insistência dos ataques do presidente da República contra jornalistas, destacadamente mulheres, gerou desconforto e revolta entre os profissionais que evoluiu para manifestações coletivas de solidariedade dos colegas, inclusive rivais na cobertura. A cada episódio de constrangimento ou ofensa sofrida, declarações públicas em redes sociais davam apoio às vítimas, gerando uma espécie de indignação coletiva²⁰. Notas de repúdio de entidades de classe como Fenaj e Abraji ajudavam a galvanizar essa unidade, que – sejamos francos – é tradicionalmente incomum na categoria no país. Jornalistas são habitualmente competitivos, tendem ao individualismo e bastante desunidos.

²⁰Patrícia Campos Mello, Constança Rezende e Juliana Dal Piva foram algumas das jornalistas que sofreram ataques de Bolsonaro e seus aliados, e que receberam apoio público de colegas de profissão e formadores de opinião.

Inesperada, essa resposta de fortalecimento partiu dos profissionais e, em nenhum momento, foi liderada pelas empresas de notícia ou seus empregadores. Durante a pandemia, com o alto contágio e o acúmulo de mortes pela doença entre os jornalistas, a solidariedade *interna corporis* alcançou outros patamares, estreitando os laços corporativos.

Esta inesperada unidade de classe pode ter contribuído para a emergência de outras duas respostas deontológicas para fortalecimento do sistema imunológico do jornalismo: a **reafirmação ética da transparência e a disposição à colaboração**.

Três meses depois do surto global, a maior autoridade sanitária federal não só atrasava as estatísticas como culpava os governos estaduais pela falta de transparência dos dados públicos. Em junho de 2020, frente à desorganização ou ao descompromisso do Ministério da Saúde, um grupo de veículos decidiu não mais depender dos anúncios oficiais para informar. G1, O Globo, Extra, O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo e UOL formaram um consórcio²¹ para colher junto às secretarias de saúde os dados de contaminação e óbitos.

Uma força-tarefa como esta é uma iniciativa incomum na paisagem brasileira, tendo em vista que reúne concorrentes diretos como G1 e UOL, por exemplo. Entretanto, a resposta vem se mostrando muito vantajosa, pois se beneficia de uma capacidade operacional única, apoiada na integração de equipes, na troca de experiências e na soma de esforços para se alcançar uma grande capilaridade e alcance público. Com organização e método, os veículos do consórcio de imprensa mantiveram a rotina de informar a evolução da doença, fortaleceram a credibilidade de suas marcas, e reduziram suas dependências dos dados sistematizados pelo governo federal.

Se o empecilho criado pelo Ministério da Saúde era comum ao setor, a solução buscada foi coletiva e tem se mostrado bem sucedida e suficiente. A inesperada unidade de classe diante dos ataques aos jornalistas pode ter ajudado a derrubar resistências que antes impediam esforços colaborativos no jornalismo brasileiro. Não se sabe se, após a pandemia, ações consorciadas semelhantes poderão surgir no cenário local, mas a queda das barreiras iniciais e os aprendizados acumulados desta primeira força-tarefa não poderão ser ignorados.

À medida que os meses foram passando e diante da aceleração dos números negativos da doença e do enfrentamento errático da pandemia pelo governo federal, o jornalismo não totalmente alinhado teve que revisar algumas práticas cristalizadas. A regra canônica de ouvir os lados não deixou de prevalecer, mas precisou ser melhor calibrada. Se antes a prática se materializava em dar espaços idênticos a vozes discordantes, alguns meios passaram a se questionar internamente se o procedimento não estava automatizado a tal ponto de causar distorções. Numa reportagem sobre tratamento da Covid-19, seria legítimo dar os mesmos espaços a

²¹Disponível em <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.ghtml>> Acessado em 26 de setembro de 2021.

epidemiologistas experientes em imunização e a aliados do governo como o deputado Osmar Terra (MDB-RS) que defendiam o uso de cloroquina? Num debate, seria correto dar as mesmas condições de argumentação entre médicos e adeptos do movimento antivacina?

Questionamentos do tipo contribuíram para o que vem se tornando um **progressivo (mas ainda descontinuo) abandono do doisladismo**. O termo "doisladismo" se refere criticamente à tendência mecânica de conceder mesmo tratamento jornalístico a fontes de informação díspares (e às vezes, desniveladas) apenas para manter a aparência de isenção ou imparcialidade. Nos Estados Unidos, há uma expressão semelhante: "*both-side journalism*". O doisladismo ajuda a criar falsas equivalências, estabelece simetrias distorcidas, e cria debates ou celeumas que seriam insustentáveis em circunstâncias de maior rigor analítico. O doisladismo atua na superficialidade e funciona para manter a impressão de que todos os lados legítimos, devidamente credenciados estão sendo ouvidos, e na mesma proporção. É um falso balanço, um equilíbrio artificial, que em casos como o atual pode contribuir para a desinformação e a desorientação do público.

É importante destacar que o afastamento progressivo do doisladismo não implica necessariamente na parcialidade dos relatos, já que se busca ouvir os lados da história, mas conforme suas relevâncias, participações e contribuições para a compreensão dos fatos. Não meramente para ocupar lacunas protocolares, pré-estabelecidas.

A reflexão sobre esta prática resulta numa resposta de abandono progressivo do doisladismo ou de vigilância sobre eventuais distorções no noticiário. Isso também permite outras duas respostas deontológicas para fortalecer a imunologia do jornalismo, que se mostram relacionadas: a **necessidade da precisão terminológica e alguma impaciência dos moderados**.

Ao mesmo tempo em que veículos influentes passaram a evitar falsas equivalências e equilíbrios arrançados, também perceberam que não poderiam ser genéricos, vagos ou ambíguos em suas narrativas. Nas redações, frisava-se que era preciso "dar nomes aos bois" ou "colocar os pingos nos is".

Não foi à toa, portanto, que jornais e sites passaram a dizer que o ex-ministro da Saúde Eduardo Pazuello mentiu na CPI da Covid no Senado²², que o presidente da República provocou aglomerações sociais em seus passeios de motocicleta²³, que defendeu substâncias incapazes de tratar a doença²⁴, etc.. Em outras ocasiões, os

²²Um exemplo em O Globo: <https://oglobo.globo.com/politica/pazuello-mente-ao-dizer-que-tratecov-foi-mostrado-em-manaus-como-plataforma-em-desenvolvimento-1-25024922> Acessado em 26 de setembro de 2021.

²³No G1: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2021/05/23/bolsonaro-faz-passeio-de-moto-com-apoiadores-no-rio-de-janeiro.ghtml> Acessado em 26 de setembro de 2021.

²⁴Na CNN Brasil: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-defende-hidroxicloroquina-e-ivermectina-apos-criticas-na-cpi/> Acessado em 26 de setembro de 2021.

veículos não titubearam para afirmar que Jair Bolsonaro distorceu dados sobre vacinas²⁵ e que mentiu na ONU²⁶ ou em sua *live* semanal²⁷, e fizeram questão de mostrar contradições²⁸ e desmentir aliados do governo²⁹, inclusive jornalistas alinhados. Foi o caso de Alexandre Garcia, contrariado diversas vezes por colegas ao vivo e demitido da CNN Brasil por “reiterar a defesa do tratamento precoce contra a Covid-19 com o uso de medicamentos sem eficácia comprovada”, o que significa não honrar o “compromisso com os fatos” da emissora³⁰.

Nas últimas décadas, o comportamento geral dos grandes veículos brasileiros é evitar grandes embates com os poderes políticos e econômicos, adotando tom moderado e linguagem atenuadora. Eufemismos têm sido frequentes na tentativa de se desviar de rotas de colisão frontal. No entanto, essa espécie de pudor vem sendo deixada de lado por jornalistas e meios, inclusive em episódios mais recentes, quando estampam manchetes sobre “atos golpistas do presidente” ou “negacionismo do governo federal”. Incomum na história do jornalismo brasileiro, esse despudor sinaliza que, em meio à guerra das narrativas, não basta informar ou corrigir, sendo necessário também apontar que o outro lado está mentindo, desautorizando seu discurso.

Este tipo de resposta deontológica para fortalecimento da imunologia do jornalismo alcança até mesmo quem reiteradamente se mostrou moderado ou refratário a atritos que pudessem afetar seus negócios ou pretensões. Um exemplo bem acabado dessa inflexão é o editorial lido no Jornal Nacional de 19 de junho de 2021³¹, quando o país contabilizou 500 mil mortes por Covid³².

Escasso em manifestações públicas de suas opiniões, o maior telejornal do Brasil deixou de lado a postura alheia para marcar posição: “Tudo tem vários ângulos e todos devem ser sempre acolhidos pra discussão, mas há exceções. Quando estão em perigo coisas tão importantes como o direito à saúde, por exemplo, ou o direito de viver numa democracia, em casos assim não há dois lados. E é esse o norte que o jornalismo da Globo continuará a seguir”. O recado era claro e tinha endereço: o governo Bolsonaro, seus aliados, o combate desastroso à peste e os testes de estresse constante que esses atores políticos vêm submetendo a democracia brasileira.

²⁵No UOL: <https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2021/08/26/bolsonaro-distorce-dados-de-vacinas-marco-temporal-e-inflacao.htm> Acessado em 26 de setembro de 2021.

²⁶Um exemplo do Congresso em Foco: [https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/bolsonaro-mente-e-distorce-informacoes-pelo-menos-15-vezes-em-discurso-na-onu/Acessado em 26 de setembro de 2021.](https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/bolsonaro-mente-e-distorce-informacoes-pelo-menos-15-vezes-em-discurso-na-onu/Acessado%20em%2026%20de%20setembro%20de%202021.)

²⁷Na revista IstoÉ: <https://istoe.com.br/bolsonaro-mente-em-live-e-diz-que-nunca-chamou-covid-19-de-gripezinha/> Acessado em 26 de setembro de 2021.

²⁸Um exemplo em Veja: <https://veja.abril.com.br/blog/radar/ao-invocar-incertezas-sobre-vacina-chinesa-bolsonaro-cai-em-contradicao/> Acessado em 26 de setembro de 2021.

²⁹Na Carta Capital: <https://www.cartacapital.com.br/saude/pazuello-mente-ao-negar-seu-incentivo-a-prescricao-de-cloroquina/> Acessado em 26 de setembro de 2021.

³⁰Disponível em < <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/09/24/alexandre-garcia-e-demitido-da-cnn-apos-ser-desmentido-no-ar.htm> > Acessado em 26 de setembro de 2021.

³¹Disponível <<https://globoplay.globo.com/v/9619882/>> Acessado em 26 de setembro de 2021.

³²Samuel Pantoja Lima parte deste episódio para discutir valores deontológicos em “Jornalismo e Ativismo: ainda cabe falar em “objetividade”, “neutralidade” e “imparcialidade”?”, disponível em < <https://objethos.wordpress.com/2021/07/26/jornalismo-e-ativismo-ainda-cabe-falar-em-objetividade-neutralidade-e-imparcialidade/> > Acessado em 26 de setembro de 2021.

O primeiro princípio editorial professado pelos veículos do Grupo Globo é a isenção³³. O editorial de 19 de junho de 2021 parece significar que esse valor foi reponderado, mas não suspenso, tendo em vista que não se pode confundir isenção com omissão. Essa compreensão leva necessariamente à escolha de um lado, a ocupação de um lugar no enredo. O tempo poderá mostrar se o editorial do JN foi um ponto fora da curva, um soluço em sua história, ou se foi um sinal de que os moderados também perderam a paciência neste inflamado cenário de crises. Por ora, ousou incluir o episódio dentro desse conjunto disperso de respostas deontológicas para defender o jornalismo.

É um reforço na imunidade, tardio, é verdade. Mas que ajuda o organismo a reagir diante de ameaças externas. Se na pandemia não basta apenas estar saudável para evitar a doença - sendo necessário vacinar-se, usar máscara e álcool gel, e manter o distanciamento social -, no jornalismo, tampouco, sabemos se essas respostas serão suficientes para protegê-lo. De qualquer maneira, não estamos num completo estado de letargia.

Referências

ABERT. **Violações à liberdade de expressão - Relatório Anual 2020**. Brasília, 2021.

CHRISTOFOLETTI, R. **Violência de Estado contra jornalistas: impactos práticos e éticos das perseguições do governo Bolsonaro**. Inédito, a ser apresentado no 19º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, novembro de 2021.

EDELMAN. **Edelman Trust Barometer 2020: Confiança e o Coronavírus – Resultados brasileiros**. Março de 2020. Disponível em <https://www.edelman.com.br/sites/g/files/aatuss291/files/2020-03/Edelman%20Trust%20Barometer%202020_Coronavirus_Brasil%20com%20Global.pdf> Acessado em 22 de setembro de 2021.

FENAJ. **Dossiê Jornalistas Vitimados pela Covid-19**. Brasília: **Federação Nacional dos Jornalistas**, 1º trimestre de 2021. Disponível em <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2021/04/DOSSIE-FENAJ-COVID19_MARCO_2021.pdf> Acessado em 20 de setembro de 2021.

FENAJ; OBJETHOS. **Ataques ao Jornalismo e ao Seu Direito de Informação**. Florianópolis: UFSC, 2022.

FENAJ. **Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil - Relatório 2019**. Brasília, 2019.

FENAJ. **Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil - Relatório 2020**. Brasília, 2020.

FÍGARO, R. (coord.) **Relatório da pesquisa - Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19... 1 ano e 500 mil mortes depois**. São Paulo: ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021.

³³Ver: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html> Acesso em 26 de setembro de 2021.

POSETI, J.; BONTCHEVA, K. **Desinfodemia**: Descifrando la desinformación sobre el COVID-19. Policy Brief 1. UNESCO, 2020a.

POSETI, J.; BONTCHEVA, K. **Desinfodemia**: Descifrando la desinformación sobre el COVID-19. Policy Brief 2. UNESCO, 2020b.



2ª PARTE
Comunicação e a pedagogia
libertadora de
Paulo Freire

Educomunicação e Direitos Humanos: um diálogo amoroso

Andrea de Lima Trigueiro de Amorim

Introdução

Paulo Freire é, sem dúvidas, um dos pensadores da educação mais influentes no nosso século. Em uma rápida pesquisa no Google, serviço de buscas online mais utilizado no mundo, mais de 6.370.000 resultados são retornados ao utilizar a pesquisa com seu nome entre aspas, função que mostra conteúdos que correspondem apenas ao texto exato de seu nome e sobrenome: Paulo Freire. Como medida comparativa, seu nome retorna mais conteúdos que Jean Piaget (1896-1980), com 4.590.000, e Lev Vygotsky (1896-1934), com 800.000³⁴. Há centros de pesquisa com seu nome nas Américas, Europa e África e, segundo levantamento de Elliott Green (2016), ele é o terceiro teórico mais citado do mundo em pesquisas acadêmicas das Ciências Humanas indexadas na plataforma *Google Scholar* (ou Google Acadêmico, como conhecido em português).

³⁴Busca comparativa realizada no dia 28 de julho de 2021 através do endereço www.google.com

Pensador brasileiro mais galardoado com prêmios, Freire soma mais de 35 títulos de doutor honoris causa. No País, é reconhecido como patrono da educação, apesar dos esforços para destituí-lo do posto empreendido pelo atual presidente (GAMBA; MARIZ, 2019)³⁵, mundialmente conhecido pela pior gestão da pandemia de Covid-19 no mundo³⁶, recorrentes ataques à educação, ciência e pesquisa³⁷ e busca de desmantelamento da democracia³⁸. Perseguido por alas ultraconservadoras nominadas por alguns autores (LÖWY, 2020; CRUZ, 2019; MARTINS BARREIRA, 2019; APÚBLICA, 2019) como neofascistas – especialmente a partir de teorias da conspiração, propagação de *fake news*, louvor a práticas autoritárias ditatoriais e busca de eliminação de minorias políticas da vida pública – Freire tem uma obra pioneira em diversos sentidos³⁹ e, dado o espírito do tempo em que vivemos, que permanece atual.

O trabalho freireano destaca-se, em seu tempo, por exceder os limites dos olhares direcionados ao campo em sua época. Em vez de pensar o processo de ensino-aprendizagem apenas de forma cognitiva, neurocientífica, interacional, Freire extrapolou a perspectiva de uma relação entre sujeito cognoscente e objeto cognoscível para criar um enlace em camada mais profunda da educação e as ciências sociais, situando os sujeitos como indivíduos com identidades complexas inseridos em um contexto social, econômico, político e cultural com o qual exercem interação dialética. Essa perspectiva complexa de mundo na educação tem como impacto direto a percepção da aprendizagem não como memorização, mas como capacidade crítica de interpretação e leitura dos saberes de mundo. Além disso, situa as questões dos afetos, aponta para a relação de troca entre professor(a) e estudante, para o imperativo da reflexão sobre os interesses de estudantes e professores postos em relação dialética, para o olhar sobre a dimensão das relações de poder, para a consciência das mediações culturais como fatores decisivos para o desenvolvimento pleno da prática educacional.

Freire (1967; 1968; 1979) desloca o indivíduo de um lugar passivo em sua realidade para um papel de protagonista não só do seu processo de aprendizagem, mas do seu papel de intervenção no mundo. Como desdobramentos, o conhecimento do indivíduo sobre si e sobre sua realidade, a consideração de seus interesses em face das dinâmicas de mundo, a valorização de sua bagagem cultural e a construção de sua autonomia passam a

³⁵<https://exame.com/brasil/paulo-freirevenerado-la-fora-exilado-no-brasil-a-trajetoria-do-educador-paulo-freire/>

³⁶Como visto em <https://www1.folha.uol.com.br/internacional/en/scienceandhealth/2021/01/brazil-is-the-worst-country-in-managing-the-pandemic-according-to-analysis-by-98-governments.shtml> e <https://www.npr.org/sections/goatsandsoda/2021/03/23/980391847/brazil-is-looking-like-the-worst-place-on-earth-for-covid-19> e <https://www.aa.com.tr/en/americas/brazil-had-worst-pandemic-response-study/2127796>

³⁷Como destacado aqui <https://www.nature.com/articles/d41586-021-01031-w> e <https://opinio.estado.com.br/noticias/notas-e-informacoes,a-deterioracao-da-educacao-basica,70003630351> e <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2021/02/sob-bolsonaro-gasto-do-mec-com-investimentos-e-o-menor-desde-2015.shtml>

³⁸Como destacado aqui: <https://english.elpais.com/usa/2021-07-23/the-bolsonaro-playbook-how-to-dismantle-a-democracy-in-slow-motion.html>

³⁹Roberto Lent, neurocientista brasileiro, em artigo chega a aventar a possibilidade de antevistas de Freire, a partir das leituras sociais, sobre aprendizagens na neurociência: <https://oglobo.globo.com/sociedade/artigo-paulo-freire-a-neurociencia-24158841>

se tornar objeto fundamental da educação, excedendo a percepção de que o papel do processo educativo é despejar informação de forma vertical sobre um indivíduo, ignorando sua identidade complexa, com uma finalidade positivista de formação de mão de obra, o que o autor chama de educação bancária (FREIRE, 2017).

Para Freire (2017), "ninguém educa ninguém, ninguém educa a si mesmo, os homens se educam entre si, mediatizados pelo mundo" (FREIRE, 2017, p. 95). E esse pensamento é a síntese da conexão criada pelo autor entre a educação e o campo das ciências sociais – que traz frutos para áreas como a Antropologia, Psicologia, Sociologia e Comunicação, por exemplo. Isso porque, ao observar as camadas de complexidade que compõem o indivíduo e sua relação com o mundo, o autor mobiliza o pensar, também, para a quebra do mito de neutralidade dos modelos de ensino–aprendizagem, destacando que todo saber e direcionamento de poder em um fluxo de construção obedecem a uma ordem regida por uma cosmovisão específica.

Ao observar tais características, é interessante analisar o já indicado ranking de citações feito por Elliott Green (2016) e perceber como logo acima de Freire no ranking está Everett Rogers, com a obra *Difusão de inovações*, justamente uma obra adotada no campo da Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) e geralmente aplicada como lógica vertical de persuasão, ou como estratégia bancária para adoção de terminadas técnicas por populações rurais específicas. Lógica esta, inclusive, que Freire (1979) irá contrapor com a reflexão em forma de obra *Extensão ou comunicação?*.

O modo de pensar do educador é geralmente conhecido a partir do destaque do episódio de Angicos, cidade no Rio Grande do Norte, quando alfabetizou centenas de trabalhadores e trabalhadoras em cerca de 40 horas ao utilizar a associação dos fonemas com palavras que faziam parte das rotinas desses indivíduos e, além disso, falando de aplicações práticas desses saberes. Lembro-me, ao pensar sobre esse episódio, de enunciações de minha sogra, Rosemary Amorim, professora de Matemática na educação básica, que certa vez me contou sobre um estudante que, envolvido em trabalho infantil na feira de seu bairro, conseguia indicar o troco a ser dado na compra de laranjas, mas tinha dificuldades profundas em realizar a mesma operação matemática em um cenário abstrato e apenas numérico. No entanto, como já indicado e exemplificado até aqui, para além desse feito e desses indicativos do papel das dimensões social, política, econômica e cultural na educação, a perspectiva de uma pedagogia dialógica freireana (FREIRE, 2017; FREIRE, 1979; FREIRE, 2003) tem fundamental reverberação em outras disciplinas, e aqui refletiremos, em especial, sobre duas delas (para além da Educação): Comunicação e Direitos Humanos.

Para introduzir sua influência de forma mais ampla, poderíamos citar aproximações do psicólogo Carl Rogers (2001) com ideias de Freire em seu *Sobre o poder pessoal*, originalmente publicado em 1977, e os usos de ambos em autores como Mauro Amatuzy (1989) e César Góis (1994) em uma interface de construção de uma Psicologia Comunitária no Brasil. Poderia falar da interface com o teatro de Augusto Boal ou de seu impacto nos estudos

culturais latino-americanos, a partir de autores como Nestor García Canclini e Jesús Martín-Barbero, este último que, inclusive, indicou a obra de Freire como a primeira teoria latino-americana da comunicação (MARTÍN-BARBERO, 2002). Poderia, ainda, falar da importância de seu legado para a comunicação popular e comunitária, tão bem sistematizada no Brasil por Círcia Peruzzo, que me é referência. Ou citar o professor Venício Lima (2011), que tão bem contextualizou impactos da obra freireana na cultura e comunicação e seu imenso potencial a ser explorado. Mas, seguindo a provocação de Lima (2011) sobre as potencialidades de seu pensamento a serem exploradas, meu recorte específico vai no sentido dos saberes que têm sido o norte de minha práxis: Educomunicação e Direitos Humanos.

É fato que a obra de Freire não se dedica a trabalhar direitos humanos diretamente como conceito e prática. No entanto, como não olhar, por exemplo, o exercício da leitura crítica da realidade como uma prática de conhecimento de seus próprios direitos? Ou como não relacionar princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos, como autodeterminação dos povos, liberdade de crença, de associação e outras liberdades com a autonomia e dialogismo freireano? Seu trabalho, enquanto prática libertadora, é uma ponte para a proteção, promoção e reparação de direitos. Além de ser caminho para compreensão da comunicação como direito fundamental. A mesma lógica se aplica à Educomunicação, palavra que nomeia um campo emergente dos saberes da ciência e que nunca foi utilizada pelo autor, mas surgiu a partir de sua matriz de práxis. É por essa razão que dedicamos as próximas linhas a uma articulação da obra de Freire em diálogo amoroso com essas duas áreas do saber, demonstrando, a partir de algumas de minhas experiências construídas no ensino, pesquisa e extensão, exemplos dessa interface como mecanismo de inclusão libertadora e promoção da dignidade humana e cidadania.

Direitos Humanos e Freire no Brasil

A compreensão que hoje temos de Direitos Humanos emerge, de forma mais contundente, da promulgação, em 1948, da Declaração Universal de Direitos Humanos. Sua concepção, complementada em 1966 com a aprovação de dois pactos internacionais – um sobre direitos civis e políticos (basicamente a salvaguarda de não-discriminação de minorias políticas e representativas, como pessoas negras, indígenas, mulheres, LGBTQIA+ entre outros, e direitos de votar e ser votado, ou seja, de participar da vida política) e outro pacto sobre direitos econômicos, sociais e culturais (trabalho, renda, direito à vida, educação, saúde, meio ambiente saudável, ir e vir, entre outros) –, não teve efeito de lei, mas de recomendação aos países signatários, uma espécie de símbolo ideal de ética universal, que inspirou legislações nacionais, tratados e decisões de vários tribunais, inclusive a Constituição Federal de 1988, no Brasil, logo após o fim da ditadura civil-militar implantada com um golpe de estado em 1964.

A Declaração de 1948 compreende a liberdade numa dimensão política e individual. Ela afirma a democracia como único regime político compatível com o respeito pleno aos direitos humanos, ao mesmo tempo em que deixa subentendido que a ausência desses direitos representa uma ameaça à democracia. Os diversos pactos que lhe sucederam tiveram como papel afirmar e contextualizar as dimensões dos direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais, além de criar mecanismos eficientes de cobrança e reconhecimento de seu caráter universal, integral e indivisível. Como nos coloca Hector Gros Espiell (1986):

Só o reconhecimento integral de todos os direitos pode assegurar a existência real de cada um deles, já que, sem a efetividade de gozo dos direitos econômicos, sociais e culturais, os direitos civis e políticos se reduzem a meras categorias formais. Inversamente, sem a realidade dos direitos civis e políticos, sem a efetividade da liberdade entendida em seu mais amplo sentido, os direitos econômicos, sociais e culturais carecem, por sua vez, de verdadeira significação (ESPIELL, 1986, p. 16-17).

Ainda hoje, com avanços e transformações nas dinâmicas sociais aceleradas pelas tecnologias digitais e, sobretudo, a internet, novas camadas específicas de percepção e reivindicação desses direitos são observadas. Nesse sentido, podemos destacar, por exemplo, a recente massificação do debate sobre privacidade online e proteção de dados pessoais que resultou na promulgação de leis como a Lei de Privacidade do Consumidor da Califórnia – CCPA (nos Estados Unidos), Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados – GDPR (na União Europeia), Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (no Brasil) e Lei de Proteção de Informação Pessoal – POPI (África do Sul), especialmente depois de vazadas evidências de espionagem governamental⁴⁰ e manipulação de informações virtualmente para fins políticos e antidemocráticos⁴¹. Até mesmo documentários de grande audiência foram produzidos, como Privacidade hackeada; Sujeito a termos e condições; O dilema da redes; O quinto poder; e Snowden: herói ou traidor.

Essas transformações trazidas pelas novas dinâmicas do digital, ao passo que permitiram maior acesso a informações relacionadas aos direitos humanos, também têm lhe trazido novos desafios, como evidenciado nas questões tratadas no parágrafo acima. Vivemos, utilizando o termo de Jenkins (2009), uma cultura de convergência em um momento que alguns autores, sem um consenso ou maior aprofundamento do debate, têm chamado de era da pós-verdade, a partir da dicionarização do termo pelo dicionário Oxford, que o escolheu como palavra do ano em 2016⁴². Independentemente do conceito ou percepção, no entanto, é fato que estamos em um

⁴⁰<https://www12.senado.leg.br/emdiscussao/edicoes/espionagem-cibernetica/contexto-a-guerra-nao-declarada/denuncias-de-snowden-revelam-amplio-monitoramento>

⁴¹<https://brasil.elpais.com/noticias/caso-cambridge-analytica/>

⁴²https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/16/internacional/1479308638_931299.html

momento histórico complexo em que o valor das decisões, dos fatos e dos objetos é, mais do que nunca, definido pela capacidade de articulação discursivas sobre estes.

Poderíamos falar sobre como a lógica de hiper segmentação ou personalização em nichos ultra específicos, a partir de algoritmos, impacta nesse processo (DARMODY; ZWICK, 2020; KOTRAS, 2020), ou ainda pensar essa construção sob a perspectiva da psicologia de consumo e seus apontamentos de uma irracional previsibilidade de alguns comportamentos humanos (ARIELY, 2020; THALER; SUNSTEIN, 2019), temas sobre os quais aprendo e converso com meu marido, jeffe Amorim. Mas, talvez, para pensar nossa era, ainda precisemos de melhor sistematização e avanços para conseguir dar conta do hoje como Hobsbawn (1995) fez com o século XX. Por isso mesmo, limito-me aqui a olhar alguns dos impactos diretos desse movimento – e das tensões de seus extremos – nos Direitos Humanos.

O Brasil experimenta, atualmente, um conturbado momento político, social e cultural, em meio a uma pandemia, com mais de 50% da população em insegurança alimentar em algum nível (GALINDO et al., 2021) no último ano. Sendo uma democracia jovem, passando por intervalos de governos autoritários e supressão de direitos no último século, o País há muito apresenta déficits na implementação do acesso a direitos. Apesar de a Constituição de 1988 ser considerada uma das mais avançadas do mundo em garantia de direitos (OAB DF, 2013), o país é comumente categorizado como em permanente violação de direitos humanos⁴³. Fatores como ausência de regulações específicas de alguns direitos, corrupção, baixa transparência e ausência de mecanismos de monitoramento e fiscalização são de grande impacto nesse campo. No entanto, contribuem também para isso a desinformação a respeito do tema⁴⁴ e campanhas⁴⁵, especialmente de grupos ultraconservadores, contra esse universo no País.

Nos últimos anos, o Brasil assistiu a um crescimento no ataque a jornalistas e à liberdade de imprensa e expressão (pela primeira vez indo à zona de vermelha em ranking do Repórteres Sem Fronteiras)⁴⁶, ataques à estrutura democrática de direitos, aumento de perseguição de minorias políticas, desestruturação de políticas de saúde e de educação (CIDH / OEA, 2021; ANISTIA INTERNACIONAL, 2021). Tal movimento, acentuado a partir das eleições de 2018, tem como motor um crescimento do autoritarismo associado aos movimentos ultraconservadores que, como apontam dados, também são responsáveis por uma mobilização constante e sistemática⁴⁷ de *fake news*⁴⁸ em favor do atual governo⁴⁹ e de suas pautas ideológicas, inspirados por táticas de

⁴³Declaração da Anistia Internacional em divulgação de relatório. https://brasil.elpais.com/brasil/2016/02/23/politica/1456259176_490268.html

⁴⁴<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45138048>

⁴⁵<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43465988>

⁴⁶<https://rsf.org/pt/brasil>

⁴⁷<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/05/decisao-de-moraes-para-operacao-contr-fake-news-cita-gabinete-do-odio-e-assessores-de-bolsonaro.shtml>

⁴⁸<http://www.cpop.ufpr.br/portal/eleicoes-2018-a-relacao-entre-fake-news-e-os-candidatos-jair-bolsonaro-e-fernando-haddad/>

⁴⁹<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/90-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditaram-em-fake-news-diz-estudo.shtml>

nomes como Steve Bannon⁵⁰. Até 90% dos eleitores da atual gestão federal foram influenciados por notícias falsas, de acordo com levantamento da Avaaz, e 87,5% das fakes eleitorais identificadas por levantamento do Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública da UFPR beneficiavam a atual gestão. O próprio presidente⁵¹ foi incluído em inquérito de *fake news*⁵²⁵³.

Tais mobilizações e ataques aos direitos humanos, articuladas majoritariamente por razões ideológicas e extremistas, também são direcionadas ao legado de Paulo Freire. Não é de se estranhar, uma vez que, como se pode constatar na leitura da obra de Freire e tem sido levantado em estudos recentes (GERBASI, 2021; ALVES LOPES; MIRANDA, 2021), seu legado está intimamente ligado à promoção de direitos. Além disso, sua proposta de compreensão da educação e comunicação como campos indivisíveis, expressada na máxima "a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados" (2002, p. 69), associada à lógica de diálogo como reflexão crítica sobre um tópico (FREIRE, 2002), apresenta-se como um caminho de interpretação crítica de processos comunicacionais, ferramenta útil, por exemplo, para superação de mecanismos que favorecem a circulação de *fake news*. Não à toa uma recente publicação do Instituto Paulo Freire se dedica à interface entre Freire e *fake news* (ABREU; PADILHA, 2020).

É, aliás, a interface realizada por Freire entre educação e comunicação que sedimentou o caminho para que se construísse o que hoje conhecemos como Educomunicação. Foi a partir das ideias freireanas que autores como Célestin Freinet e Jesús Martín-Barbero aprofundaram essa conexão, e foi o pesquisador Mario Kaplún o primeiro a referendar o verbete, apesar de compreendê-lo, àquela altura, apenas como leitura crítica de mídia (SOARES, 2009). A partir de então, o professor Ismar de Oliveira Soares deu prosseguimento aos estudos sobre o tema e foi o responsável por lapidar o conceito, definindo-o como

Toda experiência de envolvimento dos agentes sociais, suas empresas e organizações, na implementação de ações voltadas para o planejamento e desenvolvimento de ecossistemas comunicativos abertos, democráticos e participativos, tendo como meta a promoção da cidadania mediante o exercício da expressão comunicativa, possibilitada pela mediação tecnológica e pelo acesso e gestão democrática dos recursos da informação (SOARES, 2006, p. 179).

⁵⁰<https://brasil.elpais.com/brasil/2020-08-20/os-lacos-do-cha-bolsonaro-com-steve-bannon.html>

⁵¹<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/11/bolsonaro-da-1-declaracao-falsa-ou-imprecisa-a-cada-4-dias-veja-o-bolsonometro.shtml>

⁵²<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-58070438>

⁵³<https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/08/04/apos-ser-incluido-no-inquerito-das-fake-news-bolsonaro-ameaca-agir-fora-da-constituicao.ghtml>

A Educomunicação representa uma inovação conceitual, como passo adiante na relação estruturada por Freire entre Educação e Ciências Sociais. E carrega como diretrizes: a) promover o acesso democrático à produção e à difusão de informação; b) facilitar a percepção crítica da maneira como o mundo é editado nos meios; c) facilitar o ensino/aprendizado através do uso criativo dos meios de comunicação; e d) promover a expressão comunicativa dos membros da comunidade em questão (SOARES, 2004). Por suas características, essa área de intervenção emergente guarda grande relação com a perspectiva dos direitos humanos e pode ser vista, também, como importante ferramenta para sua promoção. Por essa compreensão, apresentamos, a seguir, mais das ideias da Educomunicação e seu caráter inclusivo e promotor da cidadania.

Educomunicação como prática libertadora para a cidadania

A Educomunicação é um campo de conhecimento com identidade própria, que se insere no espaço comum entre a comunicação e a educação, ora entrecruzando-se, ora sobrepondo-se (ALMEIDA, 2015). Nascida a partir da América Latina, a educomunicação foi estratégia utilizada por movimentos sociais como educação midiática nas décadas de 1960 e 1970. O termo foi utilizado pela primeira vez pelo argentino Mario Kaplún, que se denominava educador, na Venezuela, ainda nos anos 1980, quando lecionava fotografia, audiovisual e jornalismo popular no Centro de Serviço e Ação Popular – CESAP. Para ele, o conceito se associa ao fortalecimento da comunicação comunitária e à democratização dos meios de comunicação.

Mas foi a partir da década de 1990 que o professor Ismar de Oliveira Soares sistematizou o conceito como hoje o conhecemos. Adilson Citelli (2000) destaca que se trata

de um campo de reflexão decorrente dos novos modos de organizar o conhecimento e a informação, onde termos como educação e comunicação tornam-se convergentes em amplo sentido, não apenas na perspectiva interpessoal, mas também naquela mediada pelas novas tecnologias (CITELLI, 2000, p. 3).

Os princípios balizadores que norteiam a Educomunicação são: alteridade (SCHAUN, 2002); conscientização social; integração social (FREIRE, 1992); cidadania (COVRE, 1991); relações colaborativas (PERUZZO, 1998); aprendizagem como processo coletivo; e a democratização dos meios de comunicação. Nesse sentido, vemos desde já um diálogo com o campo dos Direitos Humanos. Toda a lógica da Declaração Universal e pactos que a sucederam está firmada em uma perspectiva de alteridade empática e conscientização social do lugar do eu e do outro, das liberdades individuais em troca com as garantias sociais, buscando integração social, efetivação da

cidadania e uma ambiência fraterna e colaborativa. Além disso, ao não hierarquizar saberes ou culturas, os direitos humanos não podem prescindir da compreensão da aprendizagem como direito e processo coletivo, nem de um fluxo de comunicação democrático que torne as trocas discursivas e manutenção da memória e tradição possíveis. No entanto, é possível estabelecer ainda outros pontos de contato.

Metodologicamente, a Educomunicação é dividida em sete áreas de intervenção, que não são estanques ou acabadas em si, e contribuem para o planejamento e avaliação das intervenções dentro do campo educacional. As áreas são: 1) epistemologia da Educomunicação; 2) gestão da comunicação; 3) produção midiática; 4) expressão comunicativa através das artes; 5) pedagogia da comunicação; 6) mediação tecnológica na educação; e 7) educação para a comunicação (SOARES, 2014; ALMEIDA, 2015). Abaixo, descrevemos cada uma destas e avaliamos suas aproximações com as lógicas dos direitos humanos.

A epistemologia da educação, como sugerido pelo nome, é área onde se pretende “a compreensão de conceitos, valores, objetivos e metodologias educacionais, estudando sua aplicabilidade nas diferentes regiões e ambientes e observando os resultados alcançados” (ALMEIDA, 2015, p. 15). Articulamos, por exemplo, neste artigo, uma epistemologia da aproximação entre a Educação e a promoção dos direitos humanos como um legado conjunto dos direcionamentos libertários freireanos. E advogamos que, uma vez que objetivam a emancipação cidadã, as práticas educacionais só se podem efetivar de fato em um sentido que fortaleça o tecido de direitos. Assim como, em sentido inverso, para pensar práticas e políticas de fortalecimento dos direitos humanos, a educação se apresenta como caminho capaz de não só alcançar esse objetivo, mas de fazê-lo de forma plenamente consonante com esse fim. Desenvolvemos essa ideia adiante, nas articulações entre as demais áreas de intervenção e suas implicações.

A gestão da comunicação tem o objetivo de implantar e manter ecossistemas comunicativos abertos. Nestes espaços, o direito à voz não deve ser cerceado por estruturas hierárquicas ou por interesses políticos e econômicos. Assim, potencializa-se a aprendizagem e a construção de conhecimento de forma colaborativa e inovadora (SOARES, 2014; ALMEIDA, 2015). Ao relacionarmos com os direitos humanos, vemos a característica de ecossistema aberto da educação como um meio de efetivação mais direta da comunicação como um direito (GOMES, 2007), garantia de pluralidade de vozes no espectro comunicacional – como lógica que pode inspirar regimentos, por exemplo, para a regulamentação dos princípios constitucionais que regem a radiodifusão – e promoção da liberdade de expressão de forma responsável e compromissada com o exercício ético da cidadania.

A produção midiática segue essa mesma esteira e envolve “ações, programas e produtos da mídia elaborados a partir do parâmetro educacional” (SOARES, 2014, p. 138). Contempla o trabalho dos profissionais que se

dedicam a "renovar a linguagem e os conteúdos de programas massivos de interesse educativo" (SOARES, 2003, p. 9) e se trata de um meio efetivo de pensar modos de produzir mais plurais, alinhados à perspectiva da comunicação como direito.

A expressão através das artes traz em sua área de intervenção linguagens artísticas e artes midiáticas. Elas são incentivadas com objetivo de permitir a construção da identidade dos sujeitos abrindo, desta forma, "caminhos para a conscientização social, para a descoberta dos direitos, das obrigações de cada um" (BARBOSA, 2015). O próprio descritivo conecta a prática ao direito à educação, ao desenvolvimento da ludicidade em consonância com o direito ao lazer e a reflexão sobre as interações sociais a partir da expressão.

A pedagogia da comunicação consiste em facilitar a construção dos conhecimentos utilizando a comunicação dialógica na relação entre as pessoas, com estratégias que favoreçam a interação em um grupo de aprendizagem, incentivando, assim, a participação de todos. Ao mediador/facilitador da aprendizagem é recomendado que, além de dominar o conteúdo, esteja em sintonia com os atores envolvidos expressando-se de forma simples e objetiva, com exemplos e vocabulário que façam parte do cotidiano deles do grupo. Trata-se de uma perspectiva de ações "que qualificam a aprendizagem, criando condições de alteração – para melhor – da própria prática pedagógica" (SOARES & ALMEIDA, 2012, P. 123). Tal perspectiva aponta para a promoção de direitos em um prisma freireano, possibilitando a educação para uma comunicação cidadã e que faz uso dos saberes e características de identidade inerentes aos sujeitos envolvidos.

A mediação tecnológica é a área de intervenção em que se trabalha, na educação, "com a presença das tecnologias como elemento interveniente nas mediações culturais que mobilizam a sociedade, com influências nos modos de perceber o mundo e de produzir cultura" (SOARES, 2014, P. 12). Considerando o atual desafio de combate à desinformação, propagação de fake news e reestruturação dos diálogos e relações sociais a partir da internet, este campo de intervenção ganha ainda mais relevância. Afinal, trata-se de uma perspectiva emancipatória que leva em consideração não apenas o viés de inclusão das populações no contexto das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), mas a sua educação para o uso ético e capaz de interpretação de suas dinâmicas.

Conectada a esse sentido, a educação para a comunicação apresenta como seu objeto a própria comunicação, enfocando uma consciência crítica quanto aos meios de comunicação com, segundo Soares (2014, p. 138), "práticas voltadas à sensibilização e a formação das audiências para a convivência com os meios de comunicação".

Ao observarmos esse diálogo e compreendermos, para além dessas aproximações, a educação como direito social e a comunicação como direito social em construção, podemos articular a educomunicação – em uma interface entre esses campos – como um caminho metodológico para efetivação não só destes, mas de outros

direitos humanos, através de um fazer que é, em si, a expressão da promoção e proteção dessas garantias universais. E essa articulação não é apenas conceitual, mas prática. Como forma de contextualizar, apresentamos, a seguir, algumas experiências desenvolvidas sobre esse fundamento.

Educomunicação e direitos humanos: ecos do diálogo amoroso na prática

Desde a descoberta da Educomunicação, que foi tema de minha dissertação de mestrado em Educação, tenho me dedicado a estudar e trabalhar o tema em minhas práticas de ensino, pesquisa e extensão. Sempre no horizonte de sua articulação com os direitos humanos. Esse caminho me possibilitou criar ferramentas, caminhos e experiências que tenho, aos poucos, organizado de forma mais sistemática. Como objeto de reflexão para a proposta deste escrito, selecionei três das atividades mais recentes que unem, em si, o tripé indissociável que fundamenta as lógicas do nosso Ensino Superior. A saber, as atividades, em que tive papel de orientação e mediação, são o Rádio na Real; o Ganhando Asas; e a EducomDH.

O *Rádio na Real* – educação para os direitos humanos nas ondas da web é uma ação de extensão com práticas educacionais que surgiu a partir da vivência em sala de aula da disciplina de Radiojornalismo do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). Inicialmente pensado como programa de rádio e, em seguida, transformado em podcast, o Rádio na Real foi uma experiência que envolveu estudantes de Jornalismo e da educação básica de escolas públicas do Recife, participantes do projeto Imprensa Mirim, na produção de um podcast. A partir dos conteúdos trabalhados em sala de aula, sob orientação docente, os discentes de radiojornalismo mediaram oficinas de produção de mídia sonora com as e os estudantes da educação básica, que escolheram em fórum as temáticas e conteúdos que gostariam de trabalhar. A partir dessa escolha, o grupo procedeu à concepção, divisão de tarefas, sistematização de processos, gravação e edição do podcast. Tudo de forma colegiada, em um ecossistema comunicativa horizontalizado e aberto. No semestre seguinte, a experiência foi replicada, e, ao todo, 09 programetes com temas ligados aos direitos humanos foram realizados.

Os estudantes de Jornalismo puderam vivenciar a troca de conhecimentos adquiridos durante a graduação, utilizando métodos poucos usuais nas salas de aulas brasileiras, reforçando aprendizados e refletindo sobre o encontro entre comunicação e educação e sua relação dialógica, que se empenha na transformação constante da realidade. A experiência amplificou a percepção sobre a função social da comunicação como um todo a partir do compartilhamento do conhecimento entre os sujeitos envolvidos. Para estudantes do ensino fundamental, a experiência proporcionou um aumento das suas respectivas habilidades de se comunicar, um melhor desenvolvimento para trabalhar em grupo e crescimento no desempenho escolar, engajando-os em seu próprio processo educativo, efetivando o direito à comunicação.

O Rádio Real foi o vencedor nacional do Expocom na categoria Rádio, TV e Internet⁵⁴; venceu um edital da Frei Caneca FM, rádio pública municipal do Recife, para veiculação na programação⁵⁵; e suas etapas de trabalho podem ser melhor conhecidas através da sistematização inicial publicada em artigo apresentado ao Congresso da Intercom⁵⁶ e em livro⁵⁷.

O Ganhando Asas, que se utilizou de processos similares ao Rádio na Real, foi um podcast que surgiu a partir da atuação no projeto de extensão Ganhando Asas Através da Comunicação e da Arte, da Unicap em parceria com a empresa EBrasil. O projeto de extensão teve como público jovens e adultos com síndrome de Down e, em sua grade, previu oficinas e formações em diversos campos, entre eles mídia sonora. Como parte do processo, estudantes de radiojornalismo foram integrados às atividades, mediando oficinas com orientação docente e acompanhamento da psicopedagoga do projeto, Flávia Ferraz. De modo análogo ao que houve no Rádio na Real, estudantes de graduação mediarão, sob orientação, oficinas que culminaram na gravação de 08 episódios. Os estudantes do Ganhando Asas – pessoas com Down – foram protagonistas na escolha do tema, abordagens e direcionamentos temáticos, produtores de matérias e entrevistas, mantendo a lógica da presença dos campos de intervenção da educomunicação.

A experiência do Ganhando Asas, que foi finalista do Expocom Nordeste e teve programetes veiculados na Rádio Frei Caneca FM⁵⁸ e da Rádio Universitária FM⁵⁹ de Pernambuco, retornou como resultados a constatação de como o radiojornalismo pode ser um forte aliado do desenvolvimento das habilidades de fala e expressão dos jovens com Down. Além disso, é evidente como a integração entre estudantes de Jornalismo e os estudantes com Down, através de práticas educacionais, favorece sobretudo o desenvolvimento de habilidades intrapessoais e relacionais de ambos, contribuindo, como consequência disso, com a melhora de aspectos da vida profissional, além de fortalecerem a aprendizagem curricular dos estudantes de jornalismo e garantirem representatividade às

⁵⁴<https://www.portalintercom.org.br/publicacoes/jornal-intercom/2019-2/01-2-2-2/ano-15-n-448-sao-paulo-22-de-janeiro-de-2019-issn-1982-372/chamadas-1308/especial-expocom-conheca-tres-vencedores-de-2018>

⁵⁵<http://www.freicanecafm.org/radionareal>

⁵⁶TRIGUEIRO et al. Podcast Rádio na Real Especial Política: interação entre estudantes de Jornalismo e da Rede Municipal do Recife na multiplicação das práticas educacionais. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba/PR – 04 a 09/09/2017. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2832-1.pdf>>. Acesso em 10 jun 2021.

⁵⁷TRIGUEIRO, Andrea; SILVA, Manuela Cavalcanti Licínio da; LIMA, Acsa Tamires Santana de. Webradiojornalismo, educomunicação e juventude: integração entre Academia e Rede Municipal de Ensino na produção do Podcast Rádio na Real – Política. In: MOURA, Assis Souza de; JÚNIOR, Ozonias de Oliveira Brito; COSTA, Rosemary Rodrigues Moraes. Pesquisas: teorias e práticas – Série Pesquisas, vol. 9. Sapé: Centro de Estudos Multidisciplinares, 2018.

⁵⁸<https://jc.ne10.uol.com.br/canal/cultura/imagem-e-som/noticia/2018/04/24/radio-frei-caneca-divulga-lista-de-programas-selecionados-336652.php>

⁵⁹https://www.ufpe.br/agencia/noticias/-/asset_publisher/dlhi8nsrz4hK/content/ganhando-asas-estrela-na-radio-universitaria-fm/40615

peças com Down, suas pautas, seu direito humano à comunicação. A experiência está sinteticamente analisada em artigo apresentado no recente Congresso da ALAIC⁶⁰.

No que tange às práticas educomunicativas, resta-nos evidente a sua viabilidade como instrumento de fortalecimento de vínculos de confiança e potencialização do processo de aprendizagem, podendo ser aplicadas em experiências de inclusão e que envolvam as novas TICs. Ficou-nos, como indagação, o questionamento sobre o quanto é viável a personalização do acompanhamento para pessoas Down em casos com menos voluntários ou pessoas na intervenção. Além disso, de aprendizagens, compreendemos o papel fundamental do suporte de uma equipe especializada para eventuais intervenções.

Tanto no Rádio na Real quanto no Ganhando Asas é possível identificar 6 das 7 áreas de intervenção da Educomunicação e em ambos os casos os direitos humanos aparecem como temática fim e também como atividade-meio. Os métodos e técnicas de intervenção, em ambos os casos, são análogos e compõem um escopo que está sendo sistematizado por nós em futura publicação, como processo referencial estruturado que possa guiar práticas similares. A epistemologia da Educomunicação é, em ambos os casos, a área de intervenção não trabalhada nas experiências, mas que pode ser vista no terceiro exemplo que apresentaremos a seguir: a EducomDH.

A Escola de Educomunicação e Direitos Humanos (EducomDH) é um projeto de Extensão do curso de Jornalismo da Escola de Comunicação da Unicap em parceria com a Cátedra Unesco/Unicap de Direitos Humanos Dom Helder Camara e a Dialógica Comunicação Estratégia. Foi criada em março de 2021, em meio à pandemia do novo coronavírus, reunindo cerca de 12 estudantes dos cursos de Jornalismo e de Direito. Como uma escola focada na convergência entre Educomunicação e Direitos Humanos, parte do trabalho desenvolvido é instrumentalizar conceitualmente o grupo de estudantes e estabelecer uma formação continuada em um processo horizontalizado de produção.

A EducomDH é responsável pela produção de conteúdo digital para os perfis no Instagram: @educomdh, @catedradomhelder, @programatvdh.unicap e @expressaolivredh. No perfil próprio e no da cátedra, são publicadas matérias, quadros fixos e newsletter com informações sobre temas e eventos ligados aos direitos humanos. No do Programa TVDH são publicados conteúdos relacionados ao programa, que vai ao ar no canal do Youtube da Cátedra Dom Helder⁶¹. O programa, parceria com a Cátedra Luiz Beltrão de Comunicação/Unicap, tem

⁶⁰TRIGUEIRO, Andrea; BARBOSA, Jefte Fernando de Amorim; ALBUQUERQUE NETA, Maria Alice; BARBOSA NETO, João Cruz. Práticas educomunicativas no Ganhando Asas: como jovens com Síndrome de Down se tornaram podcasters. In: ALAIC 2020 – DESAFÍOS Y PARADOJAS DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA: las ciudadanías y el poder. Memorias. Mefellin-virtual, 9-13 noviembre. ISSN 2179-7617. Disponível em: <<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/8688/GT4.%20Comunicaci%C3%B3n%20y%20Educaci%C3%B3n.pdf?sequence=6&isAllowed=y>>. Acesso em 16 jun 2021.

⁶¹<https://www.youtube.com/channel/UCujQ03U10GA1y465u9KenKg>

duração média de 50 minutos e despertou o interesse para veiculação na grade da TV Pernambuco, que integra a comunicação pública no estado. E no perfil do Expressão Livre são veiculados materiais relacionados ao podcast, atualmente distribuído para plataformas de streaming.

Através de formações com profissionais especialistas em Educomunicação e Direitos Humanos e em técnicas de webjornalismo (parceria com a ABPEducom/NE e Dialógica Comunicação Estratégica), os estudantes passam a produzir conteúdos multimídia ligados aos temas deste universo. Eles realizam reuniões de pauta semanais a partir de tabelas no Google Drive onde sugerem conteúdos a partir do calendário dos Direitos Humanos. As pautas são discutidas na reunião (via Google Meet), quando são definidas a abordagem, as fontes e personagens, e, assim, os estudantes escrevem, de forma mais simples e direta, os temas propostos. Todos os conteúdos têm supervisão docente.

Como fruto desse processo, estudantes protagonizam suas próprias experiências de aprendizado ao escolherem as equipes que querem integrar e que habilidades querem desenvolver (texto, vídeo, áudio, design). Na interação, compartilham e aprimoram a leitura dos fatos. E devolvem o conhecimento construído em forma de matéria jornalística multimídia. As reuniões de pauta são espaços de diálogos, reflexões e escolhas de forma horizontalizada. Muitos deles estão diante do contexto dos direitos humanos pela primeira vez, então, desmistificam conceitos pré-concebidos. Com isso, é possível observar o exercício prático de relações colaborativas, melhoria no senso de alteridade, conscientização e integração social e promoção de um modo cidadão de fazer mídia.

Considerações finais

Paulo Freire é um dos autores das Ciências Humanas mais importantes para a história do Brasil. Seu legado, celebrado ao redor do mundo, tem como mérito a ligação direta feita entre Educação e Ciências Sociais, fazendo pensar o processo de ensino-aprendizagem para além dos aspectos cognitivos e subjetivos e acrescentando camadas de complexidade identitárias, culturais, políticas, sociais e econômicas. É possível citar um sem-número de reverberações de sua obra, e ainda hoje seu pensamento permanece atual e mobilizando estruturas. A Educomunicação é um campo que intersecciona saberes da comunicação e educação e se configura, talvez, como a mais potente inovação de base freireana nos modos de pensar o fazer comunicacional.

Em um mundo em crise, quando tem se tornado um imperativo ético retomar a importância da garantia de direitos universais, podemos articular a educomunicação como um caminho metodológico para efetivação dos direitos humanos, através de um fazer que é, em si, a expressão da promoção e proteção dessas garantias

universais. E essa articulação não é apenas conceitual, mas prática. Com a reflexão aqui apresentada, advogamos que, uma vez que objetivam a emancipação cidadã, as práticas educacionais só se podem efetivar de fato em um sentido que fortaleça o tecido de direitos. Assim como, em sentido inverso, para pensar práticas e políticas de fortalecimento dos direitos humanos, a educação se apresenta como instrumento capaz de não só alcançar esse objetivo, mas de fazê-lo de forma plenamente consonante com esse fim.

Em uma analogia, ao passo que se estabelece a democracia como único sistema atual capaz de preservar a natureza dos direitos humanos, compreendemos os direitos humanos como único norte possível para práticas que se pretendam educacionais, assim como compreendemos a educação como meio potente – e necessário a estes tempos – para a efetivação do direito à comunicação e promoção dos demais direitos. As experiências aqui exemplificadas compõem uma pequena amostra dos caminhos práticos possíveis de serem trilhados na esteira desse diálogo amoroso. Mas podem, e devem, ser ampliadas, remixadas, avaliadas, desconstruídas e adaptadas a contextos diversos como forma de imprimir avanços nessa interface promotora de cidadania.

Referências

- ABREU, Janaina M.; PADILHA, Paulo Roberto. Paulo Freire em tempos de fake news. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2020.
- ALMEIDA, Lígia Beatriz Carvalho de. As áreas de intervenção educacionais. v. 1.2, 22 set 2015. Campina Grande/PB: 2015. Disponível em: < https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4653029/mod_resource/content/1/As%20%C3%A1reas%20de%20interven%C3%A7%C3%A3o%20LIGIA.pdf >. Acesso em 01 set 2020.
- ALVES LOPES, C. V.; MIRANDA, K. A. S. N. PAULO FREIRE E OS DIREITOS HUMANOS: POR UM DIÁLOGO EFETIVO. *Cenas Educacionais*, v. 4, p. e9348, 9 fev. 2021.
- AMATUZZI, Mauro. O resgate da fala autêntica: filosofia da psicoterapia e da educação. Campinas, SP: Papirus, 1989.
- ANISTIA INTERNACIONAL. Informe 2020/21: o estado de direitos humanos no mundo. Amnesty Internacional: Londres, 2021.
- APÚBLICA. "O bolsonarismo é o neofascismo adaptado ao Brasil do século 21". Disponível em: <<https://apublica.org/2019/07/o-bolsonarismo-e-o-neofacismo-adaptado-ao-brasil-do-seculo-21/>>. Acesso em: 18 jul 2021.
- ARIELY, Dan. Previsivelmente irracional. Rio de Janeiro: Sextante, 2020.

BARBOSA Bia; MODÉ, Giovanna (Ed.). A Sociedade ocupa a TV: o caso Direitos de Resposta e o controle público da mídia. - São Paulo: Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2007.

CIDH / OEA. Situação dos direitos humanos no Brasil. OEA: 2021.

CITELLI, Adilson. Comunicação e Educação. A linguagem em movimento. São Paulo: Senac, 2000.

COVRE, Maria de Lourdes Manzini. O que é cidadania. São Paulo: Brasiliense, 1991.

CRUZ, Natalia dos Reis. Neofascismo e conspiracionismo brasileiro. O Mídia Sem Máscara e o Eixo do Mal. Rev. hist. comp., Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 216-257, 2019.

DARMODY, A.; ZWICK, D. Manipulate to empower: Hyper-relevance and the contradictions of marketing in the age of surveillance capitalism. *Big Data & Society*, 2020. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2053951720904112>>. Acesso em: 10 jul 2021.

FREIRE, Paulo Pedagogia da Indignação: cartas pedagógicas e outros escritos. São Paulo: UNESP, 2000.

FREIRE, Paulo; GUIMARÃES, Sérgio. Sobre educação (Diálogos). vol. 2. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

FREIRE, Paulo. Educação como prática da liberdade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1967.

FREIRE, Paulo. Extensão ou comunicação? 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

FREIRE, Paulo. Ninguém educa ninguém, ninguém educa a si mesmo, os homens se educam entre si, mediatizados pelo mundo. In: Pedagogia do oprimido. 64. ed. Rio de Janeiro / São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2017. p. 95-101.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da esperança: um reencontro com a pedagogia do oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da Esperança: um reencontro com a Pedagogia do Oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

FREIRE, Paulo. Pedagogia do Oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.

GALINDO, Eryka; et al. Efeitos da pandemia na alimentação e na situação da segurança alimentar no Brasil. Food for Justice Working Paper Series, no. 4. Berlin: Food for Justice: Power, Politics, and Food Inequalities in a Bioeconomy, 2021. Disponível em: <https://refubium.fu-berlin.de/bitstream/handle/fub188/29813/WP_%234_final_version.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. Acesso em: 27 jul 2021.

GAMBA, Karla; MARIZ, Renata. Bolsonaro diz que vai mudar patrono da Educação brasileira, título conferido a Paulo Freire. Jornal O Globo, Rio de Janeiro, 29/04/2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/bolsonaro-diz-que-vai-mudar-patrono-da-educacao-brasileira-titulo-conferido-paulo-freire-23630439>>. Acesso em: 27 jul 2021.

GERBASI, L. B. Paulo Freire e os direitos humanos: indicadores nas pesquisas da pós-graduação brasileira. *Filosofia e Educação*, Campinas, SP, v. 12, n. 2, 2020. DOI: 10.20396/rfe.v12i2.8660579. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rfe/article/view/8660579>. Acesso em: 9 ago. 2021.

GÓIS, César Wagner de Lima. *Noções de Psicologia de Psicologia Comunitária*. Fortaleza: Editora Viver, 1994.

GÓIS, César Wagner de Lima. *Psicologia Comunitária no Ceará: uma caminhada*. Fortaleza: Instituto Paulo Freire de Estudos Psicossociais, 2003.

GOMES, Raimunda Aline Lucena. *A Comunicação como direito humano: Um Conceito em Construção*. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Centro de Artes e Comunicação, UFPE, Recife, 2007.

GREEN, Elliott. What are the most-cited publications in the social sciences (according to Google Scholar)? London, The London School of Economics and Political Science, 05/12/2016. Disponível em: <<https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2016/05/12/what-are-the-most-cited-publications-in-the-social-sciences-according-to-google-scholar/>>. Acesso em: 10 fev 2020.

HOBSBAWN, Eric J. *Era dos Extremos: o breve século XX: 1914–1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOTRAS, B. Mass personalization: Predictive marketing algorithms and the reshaping of consumer knowledge. *Big Data & Society*, 2020. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2053951720951581>>. Acesso em: 10 jul 2021.

LIMA, Venício A. de. *Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire*. 2ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília / Fundação Perseu Abramo, 2011.

LÖWY, Michael. Extrema direita e neofascismo: um fenômeno planetário: o caso Bolsonaro. In: FARIA, Fabiano Godinho; MARQUES, Mauro Luiz Barbosa (Org.). *Giros à direita: análises e perspectivas sobre o campo liberal-conservador*. Sobral-CE: Editora SertãoCult, 2020, p. 13–19.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2002.

MARTINS BARREIRA, Marcelo. O neofascismo como esvaziamento da tradição filosófico-política da democracia liberal. *Eleuthería - Revista do Curso de Filosofia da UFMS*, v. 4, n. 07, p. 129 – 141, 22 maio 2020.

OAB DF. *Constituição brasileira é uma das mais avançadas do ocidente em relação à garantia de direitos*. 18/10/2013. Disponível em: <<https://oabdf.org.br/noticias/destaque/constituicao-brasileira-e-uma-das-mais-avancadas-do-ocidente-em-relacao-a-garantia-de-direitos-2/>>. Acesso em: 14 jul 2021.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. *Comunicação nos movimentos Populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1998.

ROGERS, Carl. Sobre o poder pessoal (W. Pentead, Trad.). São Paulo: Martins Fontes, 2001.

SCHAUN, Angela. Educomunicação: Reflexões e Princípios. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SOARES, Ismar de Oliveira. A Educomunicação e suas áreas de intervenção. Educom/TV, tópico 1, ECA/USP, 2002c. Disponível mediante senha em: <<http://www.educomtv.see.inf.br/>>. Acesso em 3 nov. 2003.

SOARES, Ismar de Oliveira. Comunicação/Educação: a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais. Contato: Revista Brasileira de Comunicação, Educação e Arte. Brasília: UNB, ano 1, n. 2, p. 5-75, jan./mar., 1999.

SOARES, Ismar de Oliveira. Construção de roteiros de pesquisa a partir dos livros da coleção Educomunicação (Editora Paulinas). Comunicação & Educação, Brasil, v. 19, n. 2, p. 135-142, set. 2014.

SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. Comunicação & Educação, Brasil, v. 19, n. 2, p. 15-26, set. 2014a.

SOARES, Ismar de Oliveira. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. In: BACCEGA, M. A. (Org.). Comunicação & Educação. São Paulo: ECA/USP/Salesiana, n.23, p.16-25, jan./abr., 2002a.

SOARES, Ismar de Oliveira. Metodologias da Educação para Comunicação e Gestão Comunicativa no Brasil e na América Latina. In: BACCEGA, M. A. (Org.). Gestão de Processos Comunicacionais. São Paulo: Atlas, 2002b.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. Gêneros e formatos na televisão brasileira. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

TAYLOR, Luke. 'We are being ignored': Brazil's researchers blame anti-science government for devastating COVID surge. Nature, 27/04/2021. Disponível em: <<https://www.nature.com/articles/d41586-021-01031-w>>. Acesso em: 02 maio 2021.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.

TRIGUEIRO, Andrea. Educação para os direitos humanos na televisão: Um estudo sobre as práticas educacionais do programa TV Solidária. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil, 2011.

Comunicação popular e a pedagogia libertadora de Paulo Freire⁶²

Cicilia M. Krohling Peruzzo

Introdução

Este texto objetiva discutir aspectos do pensamento de Paulo Freire que tangenciam os conceitos e práticas da comunicação popular e comunitária, entendendo-a como aquela inserida no contexto dos movimentos sociais, comunidades e demais atores dessa linhagem cidadã. Uma comunicação que se caracteriza na autonomia – criação de processos comunicacionais, canais e linguagens próprios – e está inserida nas lutas por direitos e por participação na arena do debate político público, protagonizadas por esses tipos de atores coletivos de caráter cívico.

⁶²Palestra proferida no Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 05 de outubro de 2021, evento on-line transmitido desde a Universidade Católica de Pernambuco, Recife-PE.

Ao retomar a leitura de obras de Paulo Freire em 2021, por ocasião das comemorações do seu centenário de nascimento, me certifiquei e revisei alguns pressupostos de seu pensamento, inicialmente tratados no texto "Ideias de Paulo aplicadas à comunicação Popular"⁶³, os quais passei a nomear como categorias. Quais seriam essas categorias – ou ideias força – que marcam a pedagogia freireana? Entre outras que certamente podem ser identificadas, apresento as cinco seguintes: Ser sujeito, conscientização, diálogo, emancipação/libertação e transformação social. Não vou abordar cada uma neste espaço, tendo em vista o limite de tempo de exposição, pois quero avançar na discussão de algumas das aplicações do método Paulo Freire à educação popular.

As referidas categorias perpassam as várias obras de Paulo Freire (1977, 1979, 1981, [1968] 2019) que mostra uma coerência interna em seus argumentos e, em última instância, defende a necessidade de o ser humano libertar-se da condição de objeto nas mãos dos detentores do poder, a partir de sua posição crítica, construtiva e capaz de mudar a própria visão política e, por meio da reflexão-ação, em conjunto com outras pessoas, transformar o mundo que o cerca.

Esse processo é perpassado pela comunicação que está na base de sua pedagogia: a comunicação é o mecanismo que permite a realização do diálogo entre educador e educando, tanto na educação formal quanto em outros âmbitos que também são educativos. Não é só a escola que educa... E como a educação ocorre em todos os âmbitos da vida em sociedade, ela pode servir também para a domesticação. Ele propõe uma educação emancipadora, aquela que favorece a conscientização e participação do educando como sujeito do processo de desenvolvimento do conhecimento.

Para a consecução desses elementos pedagógicos, Freire explica que estes vêm acompanhados de valores, ou seja, de princípios ontológicos alimentados pelos protagonistas dos processos educativos, que se distanciam do autoritarismo e da arrogância. Esses princípios ontológicos são: diálogo, amor, esperança, humildade, fé e confiança. São princípios que se entrelaçam desde uma práxis educativa interessada no desenvolvimento do conhecimento intelectual dos educandos, um conhecimento situado e crítico, o que quer dizer o desenvolvimento da capacidade de ser sujeito.

Essa pedagogia remete a um método, o método desenvolvido inicialmente para a alfabetização de adultos, pois Freire estava preocupado com as pessoas que não desfrutavam de condições de frequentar regularmente os bancos das escolas e das universidades que translada para todo o universo da educação formal, mas também para os âmbitos da atuação civil que resulta na educação popular informal e não formal.

⁶³Publicado na Revista Famecos, v.24, n.1, jan./abr.2017, disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/24207#:~:text=Objetiva%20aproximar%20os%20pressupostos%20b%C3%A1sicos,processo%20de%20constru%C3%A7%C3%A3o%20do%20conhecimento.>

O método freireano na comunicação popular

A educação popular é aquela que acontece no contexto dos movimentos sociais e demais forças, que no campo progressista se dão em benefício da conscientização e da mudança das condições opressivas e destrutivas da vida humana, mas também de outras formas de existência. Ela se dá essencialmente no universo da educação informal e não formal e se mescla às atividades voltadas à resistência às desigualdades e em favor da liberdade de proferir a palavra e da constituição de uma sociedade com justiça e um modo de bem viver para todas as pessoas.

Nesse âmbito, o método Paulo Freire ([1968] 2019; 1979; 1981) é absorvido, mas não literalmente, porque na alfabetização se trabalha com palavras geradoras extraídas da realidade concreta dos educandos, e partir delas para fonemas e a formação de frases. Na educação popular são incorporados os conceitos e os princípios pedagógicos do método, quais sejam:

a) Ter como ponto de partida a realidade dos grupos com os quais se desenvolve o trabalho de formação, o que significa levantar e discutir os assuntos e problemas que afetam a vida cotidiana dos mesmos;

b) Instituição de relações dialógicas no desenvolvimento do conhecimento valorizando o saber popular que é colocado em interrelações com o saber especializado e científico;

c) Valorização do pensar crítico sobre a realidade e os acontecimentos, o que contribui para a formação de visão política levando à compreensão das causas dos antagonismos extrapolando visões no nível do senso comum;

d) Incentivo à ação proativa cidadã facilitada pela participação ativa dos membros em iniciativas de intervenção social com vistas à solução de problemas identificados pelos próprios atores populares e por estes protagonizadas a partir de seus próprios interesses e habilidades. É o agir que se dá com base na leitura do mundo em que se vive e que se desenvolve na práxis, na ação-reflexão-ação, que Freire coloca como base do diálogo. Os atores cívicos que mais se destacaram historicamente nesse sentido, por exemplo, na Igreja Católica – na linha da Teologia da Libertação –, são as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), o Movimento de Educação de Base (MEB), a Pastoral da Terra e a Pastoral Operária, e o Grito dos Excluídos, entre outras tantas iniciativas igualmente relevantes. Fora dela, segmentos das religiões cristãs tradicionais e muitos outros atores, como os movimentos sociais, as organizações não governamentais, institutos, fundações, associações e segmentos de universidades, além de sindicatos e alguns partidos políticos, também desenvolveram e desenvolvem atividades de formação popular com base em princípios emancipadores.

A comunicação popular e comunitária, uma vez constituída nos contextos da práxis desses atores coletivos cívicos que absorvem os princípios pedagógicos de Freire, também incorpora os sentidos didático-pedagógicos capazes de:

a) Desenvolver o ser *sujeito*, pois tem como estratégia a facilitação de processos em que as pessoas possam ser protagonistas da comunicação: geram suas formas e meios de comunicar para satisfazer as próprias necessidades mobilizadoras;

b) Trabalha interconectada aos processos de conscientização durante todo o tempo, pois seu forte é estar em sintonia nas dinâmicas de leitura crítica da realidade e sobre os direitos e deveres;

c) Desenvolve a comunicação dialógica entre sujeitos, pois a participação ativa é fruto das relações cooperativas, troca de conhecimento e na comunicação como coordenação de ações, além do uso de canais mediáticos;

d) É espaço privilegiado para a participação ativa no fazer comunicacional, uma vez existente essa proximidade identitária, seja do morar, da vivência de problemas e os interesses na mudança;

e) Ajuda na constituição de processos de emancipação dos oprimidos ao participar de toda uma dinâmica de educação para a cidadania que envolve a educação informal e não formal na dialética consciência-organização-ação;

f) A razão de ser dos movimentos sociais e dos demais atores cívicos já referidos e em relações de reciprocidade com os mesmos, a comunicação popular e comunitária inserida nesse seio é a transformação social. A finalidade é mudar tanto a realidade concreta dos segmentos com e pelos quais se atua quanto mexer com a cultura política de modo a incentivar a participação política ativa para alterar as estruturas da sociedade: modificar a formulação de políticas públicas em favor do interesse social comum, bem como desenvolver alternativas para melhorar a vida e a convivência no e com o planeta.

Contudo, apesar desse potencial político-pedagógico, ora concretizado nas práticas sociais, ora almejado nos conceitos, gostaria de ponderar que Paulo Freire inspira a práxis cidadã, mas paralelamente incomoda muita gente, em especial, os setores conservadores, melhor dizendo, aqueles setores extremistas reacionários e fascistas do conservadorismo, mas também a outros segmentos nos quais ainda respingam valores da educação tradicional e até o patriarcalismo, com seus persistentes vestígios de discriminação machista e autoritarismo. Um indicativo dessa situação é que o seu método nem chegou a ser incorporado explicitamente nas diretrizes oficiais da educação nacional.

Por um lado, sempre houve o embate entre as correntes do pensamento educacional, em meio à diversidade de posições, e a convivência que se assenta na busca de consensos, segundo cada momento histórico. Por outro lado, também na educação popular as ideias desse pensador brasileiro não ressoam como unidade, afinal é um campo em que também respingam visões autoritárias e dirigismo político, uma vez capitaneado por outras forças distintas provenientes de setores religiosos, político-partidárias e governamentais que disputam os espaços de influência e interferem ou desenvolvem projetos e programas de intervenção social junto a determinados segmentos sociais e na política local, regional e nacional.

Mas a sociedade é movimento constante, de idas e voltas, de construção e desconstrução da esperança de transformação. Só que a esperança não se conjuga com o verbo esperar, mas esperarçar (FREIRE, 1976), que implica na ação pela metamorfose societária em vista à construção do comum (DARDOT; LAVAL, 2017).

O momento histórico brasileiro é difícil diante da incivilidade antes mais latente e que agora manifesta. Essa situação tem a ver com a política nacional destrutiva ora implementada, mas também como desdobramento da crise do civilismo liberal, na perspectiva de Sodré (2021) que vem no bojo do capital financeiro, da mídia e da cultura algorítmica.

Contudo, no conjunto da sociedade existem sinais inovadores concretos da existência do exercício do esperarçar. Por exemplo, as novas perspectivas da educação inclusiva que refletem a conscientização e o grito por justiça daquelas pessoas com espírito humanitário desenvolvido, as leis protetoras dos direitos humanos de segmentos discriminados, e as lutas das forças progressistas por justiça, respeito aos direitos, inclusive de liberdade de comunicar, que não cessam e se qualificam cada vez mais.

Considerações finais

Paulo Freire vive nas práticas sociais comunitaristas, dos conceitos e das ideias no universo da Comunicação Popular, mesmo que com o passar do tempo pouco seja citado nominalmente.

A animação na retomada de sua obra que efervesceu como reação à negação de suas ideias, a partir da campanha eleitoral para a presidência da República de 2018, sob a liderança de Jair Bolsonaro⁶⁴, e em seguida a partir de 2021, ano de seu centenário, pelas dezenas de homenagens públicas e de lembranças de sua obra em cerca de duas dezenas de eventos acadêmicos. Foram realizados seminários, colóquios, cursos, congressos científicos no Brasil e no exterior, que parecem recolocar Paulo Freire no seu devido lugar. Ele é o Patrono da Educação Brasileira e desfruta de uma enorme aceitação internacional e brasileira de sua obra. Recebeu, pelo menos, 39 títulos de *Doutor Honoris Causa*, além de outra dezena de outras honrarias (prêmios, medalhas, condecorações) prestadas por universidades e outras organizações do Brasil e de outros países (VEIGA, 2019). Também foi referenciado como "o educador mais importante da segunda metade do século 20" (CARNOY, 2004, p. 7) e chamado de "o Rousseau do século 20" (BHATTACHARYA, 2011, p. 101), e de "o John Dewey da era presente" (KANPOL, 1997, p. 13), além de criador de uma teoria do conhecimento (BRANDÃO, 2006). Há centros educativos e

⁶⁴Que colocou na plataforma de sua campanha a promessa de banir as ideias de Paulo Freire e, posteriormente, o desqualificou ideologicamente e xingou por nomes incoerentes. Seus correligionários tentaram, via Congresso nacional, cancelar o título de Patrono da Educação Brasileira, conferido em 2012 pela Lei 12.612, mas que não tiveram êxito.

de pesquisa com seu nome em uma dezena de países: Finlândia, África do Sul, Áustria, Reino Unido, Alemanha, Holanda, Portugal, Estados Unidos e Canadá (VEIGA, 2019), e ainda na Espanha e Peru, além de existirem mais de três centenas de escolas públicas e particulares com seu nome de norte a sul do Brasil (BRANDÃO, 2006).

Freire é homenageado também com esculturas pelo mundo. Uma estátua muito sugestiva está na Praça de Estocolmo⁶⁵, na Suécia, e também em Joanesburgo, na África do Sul, na qual aparece ao lado de outras seis personalidades famosas como Pablo Neruda e Ângela Davis.

No Brasil, ele é imortalizado em murais e estátuas, especialmente bustos, espalhados pelo país, como no Rio Grande do Norte⁶⁶, em Pernambuco⁶⁷, no Rio Grande do Sul⁶⁸ e no Paraná⁶⁹.

O livro de Freire, *Pedagogia do Oprimido*, publicado em primeira edição em espanhol no ano de 1970, enquanto estava exilado no Chile, escrito entre 1964 e 1968, e publicado no Brasil em 1968, mas proibido de circular até 1974 pela ditadura militar instaurada em 1964. Como se sabe, e Carlos Rodrigues Brandão (2006, p.15) registra: "durante boa parte dos anos dos governos militares no Brasil, os seus livros foram proibidos, as suas ideias foram consideradas perigosas e o seu próprio nome foi impedido de ser pronunciado em nossas escolas e universidades". Mas, apesar desse cerceamento e com a redemocratização do país suas ideias continuaram a repercutir. Em 2019, o livro *Pedagogia do oprimido* já estava em sua 71ª edição, pela Editora Paz e Terra. Este livro é o terceiro mais citado em trabalhos de ciências humanas no mundo, segundo o Instituto Paulo Freire (2016), e foi traduzido para mais de 30 idiomas (ARAUJO FREIRE, 2018). É o único livro de autor brasileiro a constar da lista dos 100 títulos mais indicados por professores nas bibliografias das universidades de língua inglesa (Estados Unidos, Reino Unido, Austrália e Nova Zelândia) pesquisadas pelo projeto Open Syllabus (apud VIEIRA, 2021). Outras obras suas também foram traduzidas para mais de 20 idiomas⁷⁰.

⁶⁵Ver: https://pt.wikipedia.org/wiki/Efter_badet.

⁶⁶Ver: <https://blogdobarreto.com.br/governo-do-rn-inaugura-escultura-em-homenagem-ao-centenario-de-paulo-freire/>.

⁶⁷Ver: <https://www.cnte.org.br/index.php/menu/comunicacao/posts/noticias/69924-em-homenagem-dos-educadores-latino-americanos-estatua-de-paulo-freire-e-inaugurada-em-recife>.

⁶⁸Ver: <https://www.brasildefato.com.br/2021/07/04/mst-celebra-centenario-de-paulo-freire-com-bustos-em-escolas-e-assentamentos>.

⁶⁹Ver: <https://www.camaracascavel.pr.gov.br/comunicacao/noticias/centro-de-eja-paulo-freire-e-homenageado-com-busto-do-educador/>.

⁷⁰Quase todos os livros de Freire estão traduzidos para o Inglês e o Espanhol. Muitos deles também foram traduzidos para o Italiano, o Francês e o Alemão. Há traduções também para Valenciano, Coreano, Finlandês, Japonês, Hindu, lídiche, Hebraico, Sueco, Holandês, Indonésio, Dinamarquês, Ucrainiano, Paquistanês, Basco, Árabe e Sérvio (ARAUJO FREIRE, 2018).

Referências

- ARAÚJO FREIRE, Ana M. de Araújo. **Paulo Freire: uma história de vida**. São Paulo: Paz e Terra, 2018.
- BHATTACHARYA, A. **Paulo Freire: Rousseau of the Twentieth Century**. Rotterdam: Sense Publishers, 2011.
- BRANDÃO, C. R. **Paulo Freire, educar para transformar: fotobiografia**. São Paulo: Mercado Cultural, 2006.
- CARNOY, M. F.; FREIRE, P. **Pedagogy of the heart**. New York, NY: Continuum, 2004.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. **Ensaio sobre a revolução do século XXI**. São Paulo: Boitempo, 2017.
- FREIRE, P. **Ação cultural como prática da liberdade e outros escritos**. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1976.
- FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
- FREIRE, P. **Conscientização**. Teoria e prática da libertação. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979.
- FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. 12. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 71. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, [1968] 2019.
- INSTITUTO PAULO FREIRE. Paulo Freire é o terceiro pensador mais citado em trabalhos pelo mundo. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 08 jun.2016. Disponível em: <https://www.paulofreire.org/noticias/463-paulo-freire-%C3%A9-o-terceiro-pensador-mais-citado-em-trabalhos-pelo-mundo> Acesso em: 20 maio. 2021.
- KANPOL, B. **Critical Pedagogy: An Introduction**. (Critical Studies in Education & Culture). Westport: Praeger Publishers, 1997.
- SODRÉ, M. **A sociedade incivil: mídia, liberalismo e finanças**. Petrópolis: Vozes, 2021.
- VEIGA, E. Paulo Freire: como o legado do educador brasileiro é visto no exterior. **BBC News Brasil**. 12 jan.2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46830942>. Acesso em: 20 abr.2021.S
- VIEIRA, Karina L. Bildung e pedagogia do oprimido: análise e reflexão dos elementos formativos da práxis para a liberdade. **Olhar de professor**, Ponta Grossa, v. 24, p. 1-23, e-16737.017, 2021. Disponível em: <https://revistas2.uepg.br/index.php/olhardeprofessor> Acesso em: 12 out.2021.

Comunicação e a pedagogia libertadora de Paulo Freire

Ismar de Oliveira Soares

Introdução

No contexto de um evento cujo tema central nos remete à figura do Patrono da Educação Brasileira - celebrado no centenário de seu nascimento - a INTERCOM propõe uma reflexão específica sobre "**Comunicação e a pedagogia libertadora de Paulo Freire**".

Dada a natureza do objeto, em permanente construção, opto por trazer à memória dos leitores os estudos que foram sendo elaborados ao longo das últimas décadas, apontando para o crescente reconhecimento da contribuição de Paulo Freire⁷¹ para a interface Comunicação/Educação, na perspectiva dialógico-libertadora. Falaremos de Paulo Freire e de como seu pensamento inspirou e deu sustentação epistemológica à prática da Educomunicação, na América Latina e no Brasil.

1. Adeus a Aristóteles, 1978

A primeira reflexão de caráter internacional sobre a obra do educador brasileiro foi produzida em 1978 pelo pesquisador boliviano Luiz Ramiro Beltrán, na época vice-presidente da *IAMCR (International Association for Media and Communication Research)*, em relatório sobre a produção e circulação da comunicação no âmbito mundial.

O documento - intitulado *Communication between the United States and Latin America: A Case of Cultural Domination* - destinava-se especificamente a uma conferência sobre a mídia, a ocorrer em Nova York, naquele mesmo ano. O autor partia de um contexto político que clamava por uma nova ordem mundial da informação e da comunicação, contestando as relações de poder no uso dos recursos da informação, em nível global⁷². Ao

⁷¹ - Dados biográficos de Paulo Freire, reunidos por ZITKOSKI, contam que o celebrado filósofo da educação era formado em Direito. Contudo, após a sua primeira causa como advogado, desiste da carreira e se dedica ao magistério, convertendo-se em professor de Língua Portuguesa no Colégio Oswaldo Cruz, em Recife, o mesmo em que havia estudado durante a sua formação no secundário. Em 1947, quando convidado para trabalhar no setor de Educação e Cultura do SESI, Freire faz contato com a educação de adultos trabalhadores, sentindo de perto os problemas da educação ou da falta dela no Brasil. Com doutorado em Filosofia e História da Educação, defende a tese intitulada "Educação e atualidade brasileira", o que garante a sua posse como professor na Universidade do Recife, em 1961. Freire extrapola a área acadêmica e institucional e exerce um engajamento nos movimentos de Educação Popular. Torna-se, então, fundador do Movimento de Cultura Popular (MCP) do Recife. A convite do então Ministro da Educação, Paulo de Tarso Santos, vai para Brasília trabalhar no planejamento de uma campanha nacional de alfabetização de jovens e adultos. A atividade faz nascer, sob sua coordenação, o Programa Nacional de Alfabetização. Freire teve fortes ligações com a Igreja e principalmente com a Teoria da Libertação. Trabalhou no Conselho Mundial das Igrejas, em Genebra, na Suíça, como consultor no departamento de Educação. Lá, colabora nos percursos de uma educação para a paz e para a libertação dos processos opressores a que estavam submetidos os povos de países atingidos por guerras, crises econômicas e ditaduras militares. Em 1980, ao retornar ao Brasil, é convidado pelo Prof. Ismar de Oliveira Soares para participar do Congresso Brasileiro de Comunicação Social que a UCBC realizou no campus do Instituto Metodista de Ensino Superior, passando a exercer influência decisiva no projeto de *Leitura Crítica da Comunicação* (ZITKOSKI, 2007). Em 13 de abril de 2012, o Congresso Nacional outorgou a Freire o título de Patrono da Educação Brasileira.

⁷² - Informava Beltrán na introdução de seu relatório: "A comunicação internacional era, em grande parte, um território de águas tranquilas. Já não é mais. Converteu-se nesta década em motivo de controvérsia, às vezes bastante quente, como parte de confrontações mais extensas e crescentes entre os países desenvolvidos e os que estão em vias de desenvolvimento... Os países do Terceiro Mundo não lutam hoje em dia apenas para acabar com o colonialismo por meio de tratamento justo no comércio e na ajuda externa. Procuram ao mesmo tempo uma nova ordem econômica e uma nova ordem internacional da informação. (BELTRÁN, 1981: 05). E, mais adiante: "As manifestações desse conflito ocorrem em diferentes níveis e lugares, principalmente em discussões públicas que, desde a metade da década, adquirem características explosivas. Um bom exemplo foi a conferência intergovernamental sobre políticas nacionais de comunicação na América Latina sob o patrocínio da UNESCO, na Costa Rica, em 1976. Esta reunião aprovou recomendações para se alcançar o equilíbrio no fluxo internacional da informação e dotar a região de uma agência independente de notícias capaz de aliviar, pelo menos, as consequências do quase monopólio exercido pela UPI e pela AP. Esta reunião, do começo ao fim, esteve sob o ataque conjunto e virulento das organizações internacionais de comunicação que a consideraram ameaça à liberdade de informação" (BELTRÁN, idem: 06).

reproduzir o percurso histórico da formulação das teorias sobre a comunicação social, a partir de autores europeus, canadenses e norte-americanos, Beltrán deu foco particular à reflexão latino-americana sobre a necessidade de uma revisão dos entendimentos sobre o fenômeno⁷³, com destaque particular para a proposta inovadora de um educador brasileiro: Paulo Freire.

O texto de BELTRÁN circulou pela América Latina com o título de *Adiós a Aristóteles: comunicación horizontal*⁷⁴, questionando a linearidade hegemônica de uma visão sobre o fenômeno da Comunicação, centrada em suas funções e efeitos, para privilegiar os papéis dos sujeitos nos processos comunicativos, na base da sociedade. Passou da "comunicação social" com todos os seus jargões clássicos para o "processo comunicativo", como um fenômeno humano dialético e dialógico.

Em seu arrazoado, Beltrán explicava didaticamente que as tentativas de definir comunicação até aquele momento remontavam, de alguma forma, a Aristóteles, para quem a "retórica" compunha-se de três elementos: locutor, discurso e ouvinte, com o propósito de "buscar todos os meios possíveis de persuasão" (BELTRÁN, 1981: 07). Após dedicar seguidas páginas à revisão das teorias da comunicação, especialmente na perspectiva norte-americana, o autor boliviano afirmava: "O que ocorre seguidamente sob o nome de comunicação é pouco mais do que um monólogo dominante em benefício do iniciador do processo. A retroalimentação não é empregada para proporcionar a oportunidade de diálogo autêntico. O receptor das mensagens é passivo e está submetido, uma vez que quase nunca se lhe dá a oportunidade adequada para atuar também como verdadeiro e livre emissor; seu papel consiste em escutar e obedecer. Tão vertical, assimétrica e quase-autoritária relação social constitui, no meu modo de ver, uma forma antidemocrática de comunicação. ...Devemos ser capazes de construir um novo conceito de comunicação, um modelo humanizado, não-elitista, democrático e não-mercantilizado" (BELTRÁN, Idem: 23).

Ainda que contestada por estudos posteriores - como o livro *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia* (1987), do espanhol radicado na Colômbia Jesús Martín-Barbero - a perspectiva defendida por Beltrán, na linha da Escola de Frankfurt, teve o mérito de impulsionar uma mobilização em torno à prática comunicativa comunitária no continente, garantindo que era possível resistir!

⁷³ - Coincidindo com a apresentação do artigo de BELTRÁN, em Nova York (setembro de 1978), ocorria, na América Latina, uma série de eventos destinados a debater a comunicação popular e crítica, tais como: (1) o VII Congresso Brasileiro da UCBC - União Cristã Brasileira de Comunicação Social, com o tema "Comunicação e Consciência Crítica", em Bragança Paulista, SP, no mesmo mês de setembro; (2) o I Seminário Latino-americano de Comunicação Cooperativa (Garanhuns, PE, Brasil, igualmente em setembro), bem como o I Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria (Quito, Equador, em novembro), reunindo, este último, parte significativa dos autores relacionados na referência bibliográfica do texto do autor boliviano, como: Miguel AZCUETA, Juan Diaz BORDENAVE, Francisco GUTIÉRREZ, Mario KAPLUN, María Cristina MATA, Antonio PASQUALI, João Bosco PINTO, Fernando REYES MATTA, Rafael RONCAGLILO, Juan SOMAVÍA, entre outros.

⁷⁴ - O texto, traduzido para o português, foi publicado em 1981, pela revista Comunicação & Sociedade, do Instituto Metodista de Ensino Superior, de São Bernardo do Campo (SP). Em 2007, a Revista da ALAIC (Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación) republicou o texto em espanhol.

E o caminho da resistência, Beltrán foi encontrá-lo no educador Paulo Freire, que em seus clássicos *Extensão ou Comunicação?* (produzido em Santiago, Chile, em 1969) e *Pedagogia do Oprimido* (produzido em Genebra, Suíça, em 1970)⁷⁵, oferecia "um ponto de partida, abrindo uma avenida fértil de novas perspectivas". Comentava o autor sobre a figura emblemática do brasileiro: "Sua compreensão da educação como instrumento de libertação para as massas da opressão das elites trouxe-lhe o exílio de seu país na metade da década. Desde então, escrevendo inicialmente do Chile e depois de Genebra, presenciou o alastramento de suas ideias e a prática das mesmas até na África". (BELTRÁN, 1981: 24).

E continuava: "Embora Freire tenha concentrado o seu pensamento em princípios e métodos de educação - novos a nível de grupos e de maneira especial em contextos rurais - suas propostas tiveram, especialmente na América Latina, significativo impacto sobre a teoria da comunicação em geral, incluindo a correspondente aos formatos dos meios de comunicação de massa" (Idem)

A nova pedagogia garantia que a pior opressão é a que toma conta da alma do homem, convertendo-o na sombra do seu opressor. Beltrán lembra Freire quando advertia: "Nenhuma pedagogia verdadeiramente libertadora pode permanecer distante dos oprimidos, tratando-os como desafortunados e oferecendo-lhes modelos forjados pelos opressores. Os oprimidos devem ser seus próprios exemplos na luta pela redenção". (BELTRÁN, 1981: 25)

À luz das críticas examinadas, das propostas inovadoras que circulavam no período não apenas na América Latina, mas em outras partes do mundo, Beltrán apresenta sua definição para o fenômeno comunicativo: *A comunicação é o processo de interação social democrática baseado no intercâmbio de símbolos mediante os quais os seres humanos compartilham voluntariamente suas experiências sob condições de acesso livre e igualitário, diálogo e participação. Todos têm direito à comunicação com o propósito de satisfazer suas necessidades de comunicação por meio da utilização dos recursos da comunicação* (BELTRÁN, 1981: 31).

E foi justamente no *processo de interação social democrática* que as práticas dos movimentos sociais latino-americanos passaram a celebrar a "comunicação horizontal" proposta por Beltrán, na promoção de uma "educação popular libertadora" na linha indicada por Freire, aproximando irremediavelmente a Comunicação e a Educação, numa perspectiva de mútuas mediações.

⁷⁵ - As edições consultadas por Beltrán circularam em espanhol (*¿Extensión o Comunicación?* Santiago de Chile: ICIRA, 1969) e em inglês (*Pedagogy of the Oppressed*, New York: Herder & Herder, 1970). No presente artigo, usamos a primeira edição em português do livro *Extensão ou Comunicação?*, de 1971 e a 17ª. edição do livro *Pedagogia do Oprimido*, de 1987, conforme registrado nos Referenciais, no final do artigo.

2. Paulo Freire e a comunicação

Segundo Marques de Melo (1991), foi justamente ao rever a teoria da comunicação que Paulo Freire lançou as bases para uma nova pedagogia. Para este, na perspectiva da educação libertadora, comunicação não é apenas um mero conjunto de recursos didáticos, levando em conta que, para ele, a inter-relação de seus elementos básicos permite, até mesmo, certa autonomia ao próprio processo educativo, bastando para tanto que, no encontro educador-educando, ocorra uma relação social igualitária e dialogal, que produza conhecimento (LIMA, 1996). A Comunicação em Freire é, pois, a relação que se efetiva pela coparticipação dos sujeitos no ato de conhecer, sendo indispensável, nesse processo, o manejo democrático dos meios de informação.

É importante lembrar, ainda, que Freire já havia buscado, na década de 60, fundamentar o ensino-aprendizagem em ambientes interativos, usando o rádio em seus programas de alfabetização a distância, através do MEB – Movimento de Educação de Base⁷⁶. Foi, contudo, na passagem da década de 60 para a de 70, que o mestre aproximou definitivamente a Educação da Comunicação. No livro *Comunicação ou Extensão?*, o pensador reflete sobre o trabalho do agrônomo como educador e abre a discussão sobre o binarismo: técnica ou pedagogia participativa e criativa! (FREIRE, 1971: 24).

Freire deixa clara a importância da comunicação no processo de conhecimento, sendo contundente ao afirmar que a tarefa do educador é a de problematizar, junto aos educandos, o conteúdo que os mediatiza. Na década de 80, Freire se preocupa com a leitura das imagens e a penetração da informática. Para ele, o contato com o audiovisual demandaria uma certa e indiscutível experiência, possível graças a uma efetiva educação para a convivência com a mídia. Em seu diálogo com Sérgio Guimarães (*Sobre Educação – Diálogos*, 1984), Freire demonstrou entender que o audiovisual já constava no cardápio cultural das crianças de periferia, mesmo que fosse através do cinema de seu bairro, ou da televisão na venda da esquina. O que importava para a educação – segundo ele – era saber como é que os pequenos estariam reagindo, qual estaria sendo a leitura que faziam das imagens que tanto prendiam suas atenções.

Em termos de educação formal, enfatizava que a solução não estaria apenas em trazer os meios de comunicação para dentro das escolas, em processos regulares de análise crítica de sua programação, mas em saber a quem estes meios estariam servindo. Lembrava, nesta linha, ser indispensável reconhecer, por exemplo, que existe uma sociedade fortemente atravessada pelo mercado que marca a produção das palavras, ao ponto de oferecer e demandar “conhecimentos” específicos para a sua decifração. Passou a usar, por outro lado, a figura do

⁷⁶Ver: Memorial da Democracia – Movimento de Educação de Base < <http://memorialdademocracia.com.br/card/cnbb-lanca-movimento-de-educacao-de-base#>>

Cavalo de Tróia para alertar sobre os possíveis perigos da presença desassistida das tecnologias no espaço escolar. Por isso, reconhecia a necessidade de formação dos professores para o domínio de certas "competências específicas" para que estivessem a par, pelo menos, de alguns dos novos e emergentes meios comunicacionais, sobre eles dialogando com seus alunos. (Gadotti, 1996: 97).

É importante lembrar que o pensamento de Freire havia alcançado, no final dos anos de 1990, o centro geográfico da reflexão europeia sobre *Media Education*. Foi nesse período que floresceu, na Inglaterra, o debate em torno da necessidade (ou não) de se criar ou manter programas de educação para os meios que colocassem em debate o próprio sistema midiático. Len Masterman, um dos mais ouvidos representantes ingleses em torno ao tema, defendia, na época, um processo de educação continuada para a área da *Media Education*, visando não apenas uma "inteligência crítica", mas sobretudo uma "autonomia crítica" (para fora da sala de aula, para o futuro, para a vida). Masterman enfatizava, sobretudo, a educação política, levando em conta que, numa democracia, a maioria das decisões são tomadas em base à presença dos meios e a sua influência sobre os cidadãos e eleitores. Para ele, a educação para os meios devia ser avaliada em termos da redistribuição política e social do poder. No campo metodológico, o pensador britânico apoiava-se justamente no "enfoque filosófico" de Paulo Freire, valorizando o diálogo, a reflexão e a ação, entendidos de uma forma dialética (MASTERMAN, 1985: 31-33). É importante lembrar – como documentou José Martinez-de-Toda, em sua tese doutoral junto à Universidade Gregoriana de Roma – Len Masterman passou a ser contestado, na época, em seu país, por autoridades na área, como Cary Bazalgette, especialmente pela "ênfase ideológica" de sua proposta, alinhada com o pensamento do autor brasileiro. (MARTINEZ-DE TODA, 1988: 68).

A contestação ao pensamento de Freire, na Inglaterra dos anos 80 e 90 ou no Brasil, desde então até os dias de hoje, deve-se à sua concepção do fenômeno comunicativo, como inerente ao processo de busca pela autonomia dos sujeitos, inclusive frente ao "messianismo tecnológico" que passou a reger a denominada "inovação pedagógica".

3. Que comunicação para qual libertação?

No livro *Extensão ou Comunicação?*, Freire focaliza o processo comunicacional como um elemento essencial ao agir pedagógico libertador, afirmando que o homem é um "ser de relação" e não só "de contatos", e que não está apenas "no mundo", mas "com o mundo" (FREIRE, 1971: 43). Sob esta perspectiva, a comunicação passa a ser vista como relação, e não exatamente como recurso informativo/persuasório: "Ser dialógico é vivenciar o diálogo,

é não invadir, é não manipular, é não *sloganizar*", afirma o pensador. O diálogo é "o encontro amoroso dos homens que, mediatizados pelo mundo, o pronunciam, isto é, o transformam e, transformando-o, o humanizam" (Freire, Idem). Na verdade, para o saudoso educador não é possível compreender o pensamento fora de sua dupla função: a cognoscitiva e a comunicativa.

Vivenciar o diálogo comunicativo era (é) justamente a meta do conceito aplicado, no território latino-americano, pelos agentes da educação popular, ao optarem por práticas da comunicação colaborativa, participativa e solidária para tocar seus empreendimentos em favor da cidadania e dos direitos humanos. Uma prática que - sistematizada sob a designação de Educomunicação, cumpre a função do **agir pedagógico libertador**, alcançando romper muros resistentes, ao converter-se, no Brasil, em políticas públicas, em diferentes territórios, em áreas como as da educação formal (ensinos infantil e básico), da educação midiática, da educação ambiental (Educomunicação socioambiental), da educação em saúde e da educação para os direitos humanos e a cidadania.

A meta de tal pedagogia é justamente a "emancipação a partir da comunicação". Segundo Freire, em *Educação e Mudança*, a prática educativa é uma busca permanente, porque o homem sabe-se inacabado. Cabe, porém, a ele a iniciativa de ser o sujeito dessa busca e não objeto dela. Por ser sujeito e não estando sozinho, o homem - ele próprio - é essencialmente comunicação (FREIRE, 1979).

4. A comunicação libertadora, ao alcance de todos

Os trabalhos de Paulo Freire tinham como proposta fundamental a emancipação por meio da educação, e este foi o pressuposto fundante do método para a alfabetização de jovens e adultos: alfabetizar para ler o mundo. Segundo o mestre, é a consciência, por intermédio da capacidade de refletir e agir, que possibilita o ser de "estar" no mundo bem como a capacidade de se distanciar e de "olhar" para esse mesmo mundo.... Freire acreditava que o ser humano com capacidade de afastamento histórico, ao se reconhecer na história como parte dela, torna-se capaz de pensar e de atuar. Este sujeito é um ser pensante e com capacidade para agir, interferir e principalmente mudar. No decorrer da história, cabe-lhe reconhecer as contradições e, em primeiro lugar, as injustiças, para, assim, partindo da indignação, alcançar o comprometimento com a humanização do homem (FREIRE, 1979).

A tomada de consciência e o comprometimento com a humanização do próprio homem, em Freire, ocorre por intermédio da educação. No entanto, o que emancipa, efetivamente, é o "agir em comunhão", o que se dá mediante uma educação alicerçada na comunicação (FREIRE, 1987). Segundo tal perspectiva, a comunicação libertadora está ao alcance de todos os que se juntam, alimentando a intencionalidade de uma práxis emancipadora, colaborativa e solidária.

A essa Reflexão – Ação, Freire nomeia de Práxis. Lembra, ademais, o pensador, que a Práxis constituída por ação/reflexão/comunicação é inerente ao cotidiano, não necessitando de macro-projetos, tecnicamente articulados para o futuro, mas de algo que se concretiza no cotidiano, ou seja, no dia a dia, "pelo conhecimento crítico e na alegria de viver" (Idem).

Nesta perspectiva, a comunicação jamais seria mera transmissão e sempre se realizaria no plano social. Em *Pedagogia do oprimido* (1987), Freire defende que a comunicação deve ser entendida como o encontro entre homens/mulheres mediados/as pela palavra, justamente para dar nome ao mundo, isto é, para intervir no mundo. Nesta linha, a ação cultural para a liberdade e a revolução dialógica se converte na matriz epistemológica da própria emancipação da palavra, raiz do que denominamos de Educomunicação, como defende Eliany Salvatierra Machado em sua tese doutoral, de 2008⁷⁷. Antes, contudo, de chegarmos ao conceito da Educomunicação, faz-se oportuno resgatar o impacto do pensamento freiriano da prática emancipadora de Mario Kaplún (1923-1998).

5. Kaplún, leitor de Freire

Ainda que não tenha advogado, em nenhum de seus escritos, a existência de um campo autônomo para a interface comunicação/educação, como o fará o Núcleo de Comunicação e Educação da USP, na conclusão de sua pesquisa de 1997/1998, Kaplún foi o criador do neologismo "educador", para designar o profissional ou voluntário em projetos de jornalismo/radialismo alternativos⁷⁸. O radialista foi um dos 25 entrevistados pela pesquisa do NCE/USP⁷⁹, sendo aqui lembrado por haver aplicado a pedagogia freiriana em seus projetos de educação midiática popular.

⁷⁷O tema é abordado com maestria no capítulo "Matrizes epistemológicas: a emancipação e a dialética do esclarecimento" da tese doutoral intitulada *Pelos caminhos de Alice: Vivências na Educomunicação e a Dialogicidade no Educom.TV*, defendida por Eliany Salvatierra Machado (2008), sob orientação do autor deste artigo, junto ao Programa de Pós-Graduação da ECA/USP.

⁷⁸- Para recordar aos educadores a trajetória de Mario Kaplún, as pesquisadoras Fernanda Telles MÁRQUES e Blueth TALARICO ofereceram uma excelente contribuição através do artigo "Da comunicação popular à educomunicação: reflexões no campo da Educação como cultura", publicado em 2016, contando com um subtítulo denominado "Kaplún, Leitor de Freire" (pg 427-432).

⁷⁹Além de Mário Kaplún foram entrevistados: do México, Guillermo Orozco, Martha Collignon e Frank Viveros; da Venezuela: José Martínez-de-Toda y Terrero; da Colômbia: Carlos Cortez e Sara Franky; do Equador: Roland Calle; do Chile: José Luis Olivari; do Uruguai: Cristina Balestra; da Argentina: Daniel Prieto e Daniel Sotero; da Bolívia: Ronaldo Greve; do Brasil: os docentes e pesquisadores da Universidade de São Paulo: Heloisa Dupas Penteadó, Maria Teresa Fraga Rocco, Angelo Piovesan, José Manoel Morán Costas, Maria Felisminda de Rezende e Fusari, Elza Dias Pacheco e Marília Franco, assim como Miguel Angel Bordas (Coordenador do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Educação da Universidade Federal da Bahia), Cesare Fiori de la Rocca (Presidente do Projeto Axé), Paolo Marconi (Diretor Geral do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia), Nelson de Luca Pretto (Coordenador do Núcleo de Comunicação e Educação da UFBA), Nelson Issa (Superintendente do Liceu de Artes e Ofícios, de Salvador) e Marcos Palácios (Diretor da Faculdade de Comunicação da UFBA). Nas entrevistas optou-se pela técnica da história de vida (ou pelo relato do envolvimento do entrevistado com o tema proposto).

Como descrevem MÁRQUES e TALARICO (2016), coube a Kaplún - com sua larga experiência em produção audiovisual e tendo trabalhado em meios de comunicação comerciais na década de 70 - dar início a um "trabalho educacional", por meio do rádio, envolvendo pessoas adultas de origem rural. Seu objetivo era contribuir para a formação de uma consciência crítica, capaz de desvelar os meios de comunicação em relação à sua interferência na visão de mundo e no comportamento político das pessoas e grupos.

Foi em 1959 que Kaplún decidiu implementar um programa alternativo de análise da mídia, através de uma prática de mobilização de trabalhadores rurais mediante a troca de fitas cassete contendo produções e comentários sobre temas de interesse para a classe trabalhadora. O projeto "K7 Fórum" objetivava, na década de 1960, promover uma aproximação entre um dispositivo da Comunicação (alternativa) para prover uma Educação (popular), levando as pessoas das classes populares a falar de comunicação, de si mesmas e de seus problemas⁸⁰.

Na Venezuela, a partir de 1978, o comunicador aderiu radicalmente ao trabalho na área da educação. Tornou-se, então, integrante do *Centro Gumilla*, de Caracas, Venezuela, ministrando cursos para lideranças populares e dirigentes de sindicatos, argumentando que a comunicação, no contexto educacional, não deveria ser vista apenas como instrumento midiático e tecnológico, mas como componente pedagógico e interdisciplinar, no qual "convergem uma leitura da Pedagogia a partir da Comunicação e uma leitura da Comunicação a partir da Pedagogia" (KAPLÚN, 1999, p. 68). Nesta linha, Kaplún propunha que o exercício da prática comunicativo-educativa fosse processual, com o envolvimento direto dos sujeitos sociais que se comunicam e se educam, para a transformação de suas realidades. Na verdade, tal perspectiva corresponde ao modelo pedagógico que Paulo Freire identificou como "educação libertadora", indispensável ao entendimento e à promoção da comunicação popular.

6. O paradigma educacional: visão latino-americana

Na referida pesquisa de 1997-1998, o Núcleo de Comunicação e Educação da USP definiu o conceito da Educação como sendo

⁸⁰Outros projetos, na mesma linha, foram implementados no continente, nas décadas subsequentes, como o PLAN-DENI votado à produção/crítica do cinema por crianças (Equador, Uruguai, Brasil e República Dominicana); o Pedagogia da Comunicação (Costa Rica); o Projeto Berlamino (Chile) e o Leitura Crítica da Comunicação (LCC), da UCBC, no Brasil, já na década de 1980.

um paradigma que norteia as ações multidisciplinares inerentes ao planejamento, execução e avaliação de processos, programas e produtos voltados à criação, reforço e desenvolvimento, em um determinado contexto educacional, de ecossistemas comunicativos abertos e dialógicos, favorecendo a aprendizagem colaborativa baseada no exercício da liberdade de expressão, por meio do acesso e da inserção crítica e autônoma dos sujeitos e de suas comunidades na sociedade da comunicação, visando à prática cidadã em todos os campos da intervenção humana na realidade social (SOARES, 1999).

A partir desta perspectiva, a essencialidade do conceito surge por meio do uso de substantivos como: coletividade, colaboração, participação, transformação, processo. O sentido procedimental da prática nos faz entendê-la como um movimento em busca de uma utopia social, constituída por uma cidadania plena mediada pela transversalidade da ação comunicativa. A Educomunicação apresenta-se, neste contexto, como um teste permanente para o exercício do direito universal à comunicação (Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos).

Pontos de vista semelhantes são confirmados no estudo de MATEUS & QUIROZ (2017), publicado na revista ALAIC - Associação Latino-Americana de Ciências da Comunicação. De acordo com esses autores,

A educomunicação é um campo de estudo fundado pelas correntes teóricas latino-americanas da pedagogia libertadora, da comunicação popular e dos estudos culturais (MATEUS & QUIROZ, 2017: 153).

Segundo estes pesquisadores, os elementos fundamentais da nova prática são: (a) o reconhecimento da intersubjetividade como elemento crítico para a compreensão das interações entre os indivíduos e a mídia; (b) a atenção às práticas culturais comunicativas e sua dimensão política, bem como (c) seu foco centrado nas pessoas ao invés de privilegiar os dispositivos tecnológicos, diferenciando-se, assim, de outras perspectivas mais conservadoras e instrumentalistas.

Reforçando a origem do conceito na prática latino-americana, os referidos autores, ao voltarem-se para o âmbito do ensino, garantem que

A educomunicação propõe um modelo baseado no diálogo, como expressão da comunicação horizontal, e no reconhecimento de contextos políticos e culturais a partir dos quais considera a aprendizagem como um processo libertador que pressupõe que o conhecimento é uma criação coletiva. Apoiar o conceito de que a sociedade é inerentemente mediada e que a escola não pode ser um espectador mudo de tal condição (MATEUS & QUIROZ, 2017: 154).

A interpretação latino-americana para o conceito de Educomunicação chegou à Europa, em 2002, através do verbete *Educomunicazione*, publicado em *La Comunicazione: il dizionario di scienze e tecniche*. Já na segunda década do século, o conceito ganha espaço, na Espanha, em artigos de renomados acadêmicos como registramos no artigo "Educomunicación universal: Derechos y deberes ante las pantallas" (SOARES, 2019).

7. A expansão da prática da educomunicação freiriana, no Brasil

Uma vez sistematizada pela academia (SOARES, 1999), a práxis educacional de inspiração freiriana passou rapidamente à base social, mediante projetos que a levaram:

1º. Ao espaço dos **movimentos sociais** em ações voltadas à educação popular não formal e

2º. Ao espaço das **políticas públicas**, mediante normas e programas, em níveis municipal, estadual e federal.

7.1 – Apropriar-se dos meios de comunicação, em projetos dos Movimentos Sociais

Nos anos iniciais do século XXI, um grupo de organizações dedicadas à relação entre o público infanto-juvenil e a mídia decidiu conformar a Rede CEP – Comunicação, Educação e Participação, compondo um consórcio de 12 instituições com reconhecimento nacional, incluindo um núcleo universitário de pesquisa e extensão⁸¹. A filosofia de trabalho destas organizações, presentes em seis estados da Federação, as uniu em torno da aprendizagem para o uso da comunicação, fato documentado no livro *Educomunicar* (Rede CEP, 2004), coordenado por Alexandre Sayad, que, no final da apresentação dos relatos, afirmava:

Educomunicar não é somente utilizar um computador ou uma câmera digital em sala de aula. É integrar educador e educando no desenvolvimento de produtos de comunicação; é permitir múltiplos olhares do plano pedagógico sobre a educação; é apropriar-se criativamente dos meios de comunicação; é integrar a voz dos estudantes ao "ecossistema comunicativo" (como definiu o espanhol radicado na Colômbia Jesús Martín-Barbero) da escola e é, em última instância, melhorar a gestão do ambiente escolar com a participação dos educandos. Vale lembrar que escolas com bom desempenho na Prova Brasil realizavam programas de integração dos alunos com as questões centrais da gestão – alguns deles utilizando a comunicação. (Rede CEP, 2010: 06)

⁸¹ - Compunham a Rede CEP as organizações denominadas: Auçuba (Recife, PE); Bem TV - Educação e Comunicação (Niterói, RJ); CECIP - Centro de Criação da Imagem Popular - (Rio de Janeiro, RJ); Cidade Escola Aprendiz (São Paulo, SP); Cipó Comunicação Interativa (Salvador, BA); Ciranda (Curitiba, PR), Comunicação e Cultura (Fortaleza, CE), MOC - Movimento de Organização Comunitária (Feira de Santana, BA); Oficina de Imagens (Belo Horizonte, MG); Saúde e Alegria (Santarém, PA); Agência Uga-Uga (Manaus, AM), às quais se associou o NCE- Núcleo de Comunicação e Educação - USP (São Paulo, SP) que,

A Rede CEP não esteve isolada nesse movimento. A partir de São Paulo, em outro exemplo, a organização social denominada Viração passou a mobilizar milhares de jovens em todo o país, com a produção de notícias e o desenvolvimento de projetos formativos, expressamente partir dos referenciais freirianos. É da Viração o *Guia de Educomunicação*, uma forma encontrada pelos seus promotores – jovens profissionais da comunicação, liderados pelo jornalista Paulo Lima, em articulação com adolescentes e jovens dos mais diferentes cantos do país – de disponibilizar, em benefício da coletividade, o caminho percorrido em uma década de ações e reflexões educacionais.

É importante lembrar o papel exercido pela UNICEF na experimentação do conceito e no apoio dado a organizações do terceiro setor no desenvolvimento coerente de projetos na área (VOLPI & PALAZZO, 2010)⁸². O espaço das organizações sociais e das instituições privadas de ensino continua sendo o mais profícuo para a expansão do pensamento freiriano, no Brasil, como o tem sido, igualmente, na América Latina⁸³.

7.2 – A prática freiriana da comunicação dialógica no espaço das políticas públicas, no Brasil

A prática freiriana da comunicação dialógica tem-se convertido em ações de política pública com a adoção do conceito da educomunicação. A afirmação ancora-se no fato de que o novo paradigma tem sido assumido por instâncias governamentais, nas diferentes esferas de governo (municipal, estadual e federal), de forma super-partidária, e com assistência acadêmica, para atender demandas em áreas voltadas à educação formal, à educação em direitos humanos e cidadania, bem como à mobilização social em favor de temas de interesse público (defesa do meio ambiente e da saúde).

Trazemos a este artigo algumas ações pioneiras, que se converteram em excelentes estudos de caso: (1) a Educomunicação implementada na Prefeitura Municipal de São Paulo, a partir do projeto *Educom.rádio* (iniciado em 2001) e vigente ininterruptamente ao longo das últimas duas décadas; (2) a prática da *Educomunicação Socioambiental* adotada pela área de Educação Ambiental do Ministério do Meio Ambiente (a partir de 2005); (3) o Programa Mais Educação, do Ministério da Educação, no contexto do macrocampo “Comunicação e uso de Mídias” (entre 2008-2016); (4) a inclusão da Educomunicação no Plano de Educação em Direitos Humanos do Estado de São Paulo (a partir de 2008) e (5) o projeto Educom.Saúde.SP, em desenvolvimento pela Secretaria de Saúde de São Paulo (2019-2022).

⁸² - É da UNICEF o projeto “Mudando sua escola, mudando sua comunidade, melhorando o mundo!”. Foi desenvolvido no final da primeira década do século XXI, com adolescentes de escolas públicas de São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA), Belo Horizonte (MG) e Fortaleza (CE). A iniciativa envolveu seis instituições vinculadas à Rede CEP – Comunicação, Educação e Participação. O objetivo geral foi o de desenvolver e sistematizar o exercício da prática educacional mediada por organizações não governamentais junto a professores e estudantes de escolas públicas, em diferentes contextos. As ações ocorreram entre 2009 e 2010. O texto, de 125 páginas, conta com a organização final de Mário Volpi e Ludmila Palazzo.

⁸³ - Na América Latina, merece referência especial a REDEDUCOM (<https://www.rededucom.org>), que reúne instituições vinculadas à Igreja Católica, liderada por SIGNIS, com sede no Equador, instituição que carrega uma herança pioneira de estudo e de formação em práticas educacionais, desde a década de 1970.

6.2.1 – O combate à violência no ensino básico: Projeto *Educom.rádio*

O *Educom.rádio* formou 11 mil, entre professores e alunos do município de São Paulo, com o intuito de levar a pedagogia freiriana de educação dialógico-libertadora ao cotidiano de 455 escolas, objetivando a redução ou eliminação da violência nas escolas da capital paulista (SOARES, 2012). Uma lei municipal, aprovada em dezembro de 2004⁸⁴, garantiu o suporte político-administrativo para a manutenção do novo paradigma no cotidiano da rede de ensino pelas décadas subsequentes. Um Núcleo específico de Educomunicação foi introduzido no organograma administrativo da Secretaria, responsabilizando-se pela formação permanente de professores e alunos, no que se refere aos processos e linguagens. Objeto de estudos nacionais e internacionais, a prática implementada em São Paulo foi reconhecida pela UNESCO, em 2019, como referência internacional para o cumprimento da meta do organismo na difusão de seu programa de Alfabetização Midiática e Informacional⁸⁵. A partir da experiência paulista, a metodologia inovadora passou a ser adotada por redes de ensino de diferentes partes do Brasil. O êxito de tais experiências, tem sido atribuído justamente à coerência das ações empreendidas em relação à filosofia educacional de Paulo Freire⁸⁶.

6.2.2 – A mobilização em torno à preservação dos biomas nacionais

Entre as pesquisas defendidas nos últimos anos, encontramos um significativo número de 292 trabalhos voltados à Educomunicação Socioambiental (ALVES & VIANA, 2020), em decorrência da adoção da prática pelo Ministério do Meio Ambiente, a partir de 2005, visando mormente a mobilização das populações locais na defesa das áreas de preservação ambiental⁸⁷. Por outro lado, a prática passou a contar, a partir de 2010, com suporte legal em seis estados da Federação, quais sejam: Alagoas, Sergipe, Bahia, Espírito Santo, São Paulo e Paraná. A política pública a que nos referimos neste parágrafo foi sumariamente extinta quando o governo instalado em Brasília, a partir de 2019, no afã de eliminar obstáculos aos seus propósitos de mercantilizar os biomas nacionais pela exploração predatória - eliminou a área da educação ambiental como uma das atribuições do Ministério do Meio Ambiente. O fato não impediu, contudo, que os educadores comprometidos com o pensamento de Freire continuassem seu trabalho de resistência, aguardando por tempos mais esclarecidos, conforme explicita o artigo "A Educomunicação na perspectiva da pedagogia ambiental: construindo um ecossistema comunicativo entre escola e comunidade", publicado pela REMEA - Revista Eletrônica do Mestrado Em Educação Ambiental, da Universidade Federal do Rio Grande DANTAS; SOARES, & SANTOS (2020).

⁸⁴- Lei nº 13.941, de 28 de dezembro de 2004, que institui o Programa "EDUCOM: Educomunicação pelas ondas do rádio", no Município de São Paulo. O Estado do Mato Grosso e os municípios paranaenses de Andirá e Guarapuava dispõem de dispositivos legais próprios.

⁸⁵- Nota sobre o tema: < <https://abpeducom.org.br/socio-da-abpeducom-vence-premio-global-da-unesco-com-projeto-imprensa-jovem> >.

⁸⁶- Sobre o afirmado, ver o teor dos artigos da Revista Magistério, editado pela Secretaria de Educação do Município, k em 2020: < <https://educacao.sme.prefeitura.sp.gov.br/educunicacao/> >.

⁸⁷- Segue link para o Programa de Educomunicação Socioambiental do MMA: <http://www.daep.com.br/coleativos/adm/download/dt_2_programa_educunicacao_socioambiental_4a-versao_maio_final.pdf>

6.2.3 – O uso colaborativo das tecnologias na escola: o Projeto *Mais Educação*, do MEC

O Programa Mais Educação foi desenvolvido, entre 2008 e 2016, pelo Ministério da Educação (MEC), como intuito de ampliar os espaços de aprendizagem no contraturno escolar, mediante a implantação de dez áreas interdisciplinares de ação educativa, denominadas de "macrocampos", entre os quais "Comunicação e Uso de Mídias", que foi planejado a partir do referencial educomunicativo freiriano. Nesse contexto, para orientar as atividades nas escolas, o MEC ofereceu aos estabelecimentos públicos de ensino um suporte pedagógico⁸⁸ elaborado em parceria com a Rede CEP – Comunicação, Educação e Participação. Segundo PROSPERO (2013), entre 2008 e 2012, um total de 6.527 escolas, em 1.800 municípios brasileiros, contou com este subsídio, beneficiando, potencialmente, mais de 1,2 milhão alunos⁸⁹. O foco em questão chegou a todos os cantos do país: a ação colaborativa, possível graças ao acesso às tecnologias.

6.2.4 – A Comunicação como direito humano fundamental

Em 2017, o CONDEPE – Conselho Estadual de Defesa dos Direitos da Pessoa Humana do Estado de São Paulo incumbiu sua comissão de educação de propor uma adequação do Plano Nacional de Educação em Direitos Humanos. Foi o momento propício para que uma série de pesquisas e de reflexões sobre a natureza da comunicação horizontal proposta por Freire, desse suporte à proposta de se ampliar o eixo "Educação e Mídia" do plano original para "Educomunicação, Educação e Mídia", assegurando que a própria comunicação fosse considerada como um direito a ser promovido na base da sociedade, com formações e ações propositivas (CONDEPE, 2018)

7. A explicitação das bases freirianas da prática educomunicativa libertadora

A vigência da prática educomunicativa tanto nas organizações da sociedade civil quanto no contexto das políticas públicas tem sido o tema recorrente das 416 pesquisas registradas no Catálogo de Teses & Dissertações da CAPES – MEC, quando a busca se faz pela palavra "Educomunica*", sendo 287 dissertações de mestrado, 75 teses

⁸⁸ - Acesso: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=8209-comunicacao-uso-midias-final-versao-preliminar-pdf&Itemid=30192>

⁸⁹ - Sobre a produção de materiais de suporte para a prática educomunicativa por organizações sociais e instituições públicas ao longo das duas primeiras décadas do século, ver o texto "Manuais de Educomunicação: subsídios das organizações sociais e da política pública" (SOARES, 2014).

doutorais e 55 pesquisas de outros gêneros, como os mestrados profissionalizantes⁹⁰. É importante observar que os trabalhos registrados nesse acervo nacional vêm sendo implementados desde o ano de 1999, quando os primeiros estudos sobre o neologismo usado para indicar a emergência do novo campo de interface, de inspiração freiriana, foram produzidos.

Atemo-nos a um destes estudos, como o intuito de exemplificar o caráter freiriano da prática educacional. Trata-se de uma reflexão sobre o *Programa Conexões Periféricas*, da Prefeitura Municipal de Fortaleza, promovida, em nível de mestrado, por Isabel Mayara Gomes Fernandes BRASIL, junto ao Programa de Pós-Graduação em Educação, da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, tendo como o título: "A relação dialógica entre a educação e a formação humana em Paulo Freire: uma análise sobre o protagonismo juvenil do Programa Conexões Periféricas"⁹¹.

De acordo com BRASIL (2019), a comunicação associada à pedagogia libertadora de Paulo Freire é uma realidade em Fortaleza, graças a uma parceria entre a Prefeitura municipal e a TV Ceará, uma emissora pública. A pesquisa teve como objeto específico a análise do trabalho desenvolvido, em 2017, por uma rede de proteção social destinada a atender, prioritariamente, jovens de 15 a 29 anos.

A partir de três Centros Urbanos de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (Cucas), distribuídos nos bairros da Barra, Mondubim e Jangurussu, o projeto desenvolveu atividades voltadas a incentivar e fortalecer o protagonismo juvenil, ampliando as habilidades comunicativas da nova geração. Para tanto, foram previstos cursos de curta duração, práticas esportivas e oferta de assessoria e estrutura técnica para a produção audiovisual sobre temas de interesse para seus jovens autores.

No âmbito da formação para a produção midiática, os jovens foram convidados a discutir questões relacionadas ao seu cotidiano, através de temas geradores como: acessibilidade, mobilidade, gênero e empreendedorismo. Como fruto de suas observações, nasceram os projetos que passariam a ser objeto das produções midiáticas.

⁹⁰ - <https://catalogodeteses,capes.gov.br/catalogo-teses/#/> Acessado em 07/06/2021.

⁹¹ - Informa o resumo da pesquisa, em seu parágrafo inicial: *O presente estudo busca compreender a possibilidade de protagonismo juvenil, a partir da formação educacional do Programa Conexões Periféricas/Rede Cuca. As aproximações entre a educação e a formação humana em Paulo Freire, traçam um caminho em busca desse entendimento principal. Partindo dessa proposta, a pesquisa compromete-se em apresentar um breve panorama histórico da educação e seus encontros com os movimentos sociais, mídia-educação, comunicação popular e educação popular. Portanto, apoia-se no pressuposto de que a educação, ao ser articulada pelos movimentos sociais, absorve em sua base epistemológica, pressupostos do educador Paulo Freire. Visando alcançar a compreensão central, o protagonismo juvenil, o estudo se baseia em três categorias temáticas: dialogicidade, autonomia e empoderamento, e suas sub-categorias, a fim de compreender a categoria do protagonismo juvenil dentro do contexto da formação analisada (BRASIL, 2019)*

Para atender as metas pretendidas, o programa examinado contou com uma carga-horária de 9 horas por semana, ao longo de 6 meses, o que representou 24 semanas de exercícios, ou 216 horas de envolvimento ao final da temporada. A primeira etapa foi constituída pelo Ciclo de *Estímulos*, compreendendo os encontros teóricos para a realização de reflexões com e pelos jovens, sobre suas relações com a sociedade, a cultura e a comunicação que os envolvia, avançando em temas como o processo de produção e difusão de informações.

A segunda etapa correspondeu ao Ciclo de *Produção*, que permitia que cada Centro oferecesse uma formação específica, incluindo a elaboração de roteiros e de pautas sobre os temas que mais haviam impressionado os jovens na fase de Estímulos. Dava-se início, então, às produções audiovisuais, que seriam levados na fase seguinte, ao espaço da TV pública, no coração da cidade de Fortaleza, para ingressar na grade de programação desta emissora pública e chegar, finalmente, aos telespectadores.

O Ciclo de *Vivências* correspondeu à terceira e última fase. Tendo participado de práticas de reflexão a partir de temas geradores e vivenciando uma experiência de produção audiovisual, na periferia, os jovens ganhavam a oportunidade de acompanhar as atividades de produção de um telejornal ou de um programa de entretenimento, passando a entender a lógica de trabalho de comunicadores de uma emissora que tem entre suas metas estar a serviço do desenvolvimento local. Na TV Ceará⁹² se consumava a experiência educacional.

Era o que esperavam os responsáveis pelo projeto, levando em conta que os três ciclos foram pensados para aprofundar a relação dos jovens com o audiovisual, como espaço de produção coletiva do conhecimento. É importante lembrar, nesse sentido, que durante a formação em audiovisual, os jovens realizam rodízio de funções, o que permitia uma ampliação do conhecimento e da prática, favorecendo a autonomia coletiva no fazer, reafirmando o espírito colaborativo defendido pelo projeto.

A dissertação esclarece, ainda, que a metodologia utilizada pelo programa "Conexões Periféricas" trabalhava expressamente a partir de conceitos orientadores freirianos, entendidos como matrizes inspiradoras, consubstanciadas em categorias como "diálogo", "colaboração" e "tolerância".

⁹² - A TV Ceará, participe do projeto, assim se apresenta no site da emissora: <https://www.tvceara.ce.gov.br/historia-da-tvc/>: Somos o Canal 5. Pensamos televisão para o povo do Ceará, por isso o povo do Ceará se acostumou a assistir ao Canal 5. E não é de hoje que fazemos parte da vida dos cearenses. Já são mais de quatro décadas entrando na casa daqueles que escolheram e escolhem a TV Ceará como canal de televisão. A TV Ceará foi inaugurada exatamente no dia 7 de março de 1974. Naquela época tínhamos outro nome: TV Educativa. Nascimos com o propósito de levar a teleeducação às mais longínquas localidades do Estado do Ceará. A ideia era transmitir conteúdo de qualidade através do ensino a distância. E conseguimos. Formamos mais de 400 mil alunos em todo o Estado com as nossas teleaulas. Ao longo dos anos passamos, naturalmente, a valorizar também a formação do cidadão com a cultura regional e a informação jornalística. Por isso, em 1993 passamos a carregar o Ceará no nosso nome. E quanto orgulho temos de ser a TV Ceará, uma emissora mantida pela Fundação de Teleeducação do Ceará – Funtelc, hoje vinculada à Secretaria da Casa Civil do Governo do Estado. A televisão de todos os cearenses está no ar 24 horas por dia, todos os dias da semana. Chegamos a todas as regiões do Estado com uma programação que une o melhor da produção local com o que é destaque no Brasil e no Mundo, já que somos uma emissora afiliada a TV Cultura e a EBC – Empresa Brasil de Comunicação. Prestamos, portanto, um serviço de natureza pública. O nosso compromisso é com crianças, jovens e adultos. Nossa missão é informar e entreter. É permitir que você participe, construa conosco a nossa programação. E assim vamos caminhando para os nossos 48 anos com a certeza de ter você na TV Ceará, de ter você aqui.

Pelo artigo em análise, a proposta do "Conexões Periféricas" no sentido de trabalhar a partir de temas geradores, reforçava a própria prática do diálogo, mediante a "pedagogia da pergunta", levando em conta a perspectiva freiriana de que é na indagação que se processa o pensamento ativo, criativo e crítico, facilitando a busca colaborativa por soluções. À pergunta se associava o exercício da tolerância para com o diferente, uma virtude que transformaa o próprio programa em ato político.

Servia de alento ao programa a afirmação de Paulo Freire segundo a qual mais do que entreter, o vídeo deve ser um "objeto desafiador", servindo como "processo de conhecimento" mais ainda do que como "processo de transmissão de conhecimento". Para Freire, tal exercício é de uma "indiscutível boniteza". (FREIRE, 2004, p.175).

Além de belo, é político e libertário. Segundo BRASIL, "pensar, criar e divulgar ações dos jovens das periferias de Fortaleza, por meio de um programa de políticas públicas, configura-se como um ato político, que questiona, denuncia, desvela o que se quer esconder, põe em vista a participação dos jovens para com a política e diversas realidades sócio-culturais, expressos em reportagens de um programa de TV, divulgado na internet e em canal aberto do próprio Governo do Estado do Ceará, a TVC" (BRASIL, 2019: 125).

Conclusão

O presente artigo não esgota o tema da "**Comunicação e a pedagogia libertadora de Paulo Freire**". Apresenta, apenas, um recorte apontando para o reconhecimento de que a aproximação entre os dois conceitos e suas práticas pode ir além de uma metodologia de trabalho.

Gera, na verdade, um referencial, aplicável em diferentes circunstâncias da vida social. E é justamente esta a razão pela qual falamos do emergente campo da Educomunicação, como um paradigma que une um crescente número de agentes culturais, especialmente na América Latina, em torno a uma visão de mundo e a um modelo atitudinal que garantem intervenções sociais, comunicativas e educativas comprometidas com as demandas que emergem das periferias da sociedade, exigindo uma nova epistemologia, contextualizada no que Boaventura de Souza define como as "Epistemologias do Sul" (Rosa, 2020). Tema para outro artigo!

Referências

ALVEZ, B.; VIANA, C. E. (2020). Interfaces entre Educomunicação e Educação Ambiental nas políticas públicas e em teses e dissertações brasileiras. In: COSTA, Rafael N. (et. al.) (Org.). **Imaginamundos: interface entre educação**

ambiental e imagens. NUPEM. Rio de Janeiro. ISBN 978-65-87507-11-8. <<http://www.macaue.ufrj.br/nupem/index.php/novidades/13-novidades/776livros?fbclid=IwAR1G7VQcr0v7e GCq2HJMiogshXqvAqcEoS2tGe1ccV7N8kT9AvVMjU2qA>>

BELTRÁN, Luis Ramiro Beltrán (1978). Communication between the United States and Latin America: A Case of Cultural Domination. Paper presented to the **World Media Conference**, sponsored by The News World New York City, October. p. 19-22.

BELTRÁN L. R. (1981) Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal, **Revista Comunicação & Sociedade**, São Bernardo, IMS, No. 6, pg. 5-35 (http://docplayer.com.br/18601277-Adeus-a-aristoteles-comunicacao-horizontal.html#show_full_text). Link para a edição em espanhol: <[%20file:///C:/Users/ismar/Downloads/42-146-1-PB%20\(1\).pdf](http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/42/41)>

BRAGA, J. L. e CALAZANS, M. R. Z. (2001). **Comunicação e Educação: questões delicadas na interface**. São Paulo, Hacker.

BRASIL, I. F. (2019). A relação dialógica entre Educomunicação e a formação humana em Paulo Freire: uma análise sobre o protagonismo juvenil do Programa Conexões Periféricas. **Mestrado**, FAGED - Universidade Federal do Ceará, FORTALEZA 2019 http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/45730/1/2019_dis_imgfbrasil.pdf e: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp114281.pdf>>.

CONDEPE (2018). **Plano de Educação em Direitos Humanos do Estado de São Paulo**. Eixo Educomunicação – pg. 36 a 41. <https://pdfdocumento.com/texto-base-do-plano-estadual-de-educao-em-direitos-mppsp_5a0322ad1723dd89ef615060.html>

DANTAS, J. O., SOARES, M. J. N., & SANTOS, M. B. (2020). A Educomunicação na perspectiva da pedagogia ambiental: construindo um ecossistema comunicativo entre escola e comunidade. **REMEA – Revista Eletrônica do Mestrado Em Educação Ambiental**, Universidade Federal do Rio Grande (UFRG), 37(1), p. 89–108. <<https://doi.org/10.14295/remea.v37i1.9446>>

FREIRE, P. (1971), **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro, Paz e Terra.

FREIRE, P. **Educação e Mudança** (1979), Rio de Janeiro, Paz e Terra.

FREIRE, P. e GUIMARÃES, S. (1984). **Sobre Educação – Diálogos**, Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra.

FREIRE, P. (1987). **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

FREIRE, P. (2004). **Pedagogia da Tolerância**. São Paulo: Editora UNESP.

GADOTTI, M. (1996). **Paulo Freire: uma Bibliografia**. São Paulo: IPF, 1996.

<https://proxy.furb.br/ojs/index.php/atosdespesquisa/article/view/4897/3333>

HUERGO, J. (1996). **Comunicación-Educación: âmbitos, práticas y perspectivas**. La Plata, Argentina, Ediciones de Periodismo y Comunicación.

- KAPLÚN, M (1985). **El comunicador popular**. Quito, CIESPAL-CESAP-RADID NEDERLAND. <<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/42037.pdf>>
- KAPLÚN, M. (1999). Processos Educativos e Canais de Comunicação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, nº14, p. 68-75, 1999. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36846>>.
- LIMA, V. A. de. (1996). Conceito de comunicação em Paulo Freire, in: GADOTTI, Moacir. **Paulo Freire: uma Bibliografia**. São Paulo: IPF.
- LIMA, V. A. de (2007). **Mídia: teoria e Política**. 2ª ed. São Paulo, Fundação Perseu Abramo.
- MACHADO. Eliany Salvatierra (2008). "Matrizes epistemológicas: a emancipação e a dialética do esclarecimento", in Pelos caminhos de Alice: Vivências na Educomunicação e a Dialogicidade no Educom.TV. **Doutorado**, ECA/USP, 2008, pg. 39 -108. Disponível em: <http://www.livrosgratis.com.br/arquivos_livros/cp114281.pdf>
- MARQUES DE MELO, J. (1991). "A Comunicação na Pedagogia de Paulo Freire", in **Comunicação & Libertação**, Petrópolis, Vozes, p. 23-51.
- MÁRQUES, F. T. & TALARICO, B. (2016). "Da comunicação popular à educomunicação: reflexões no campo da Educação como cultura", in **Atos de Pesquisa em Educação – ISSN 1809-0354**, Blumenau – vol. 11, n. 2, p.422-443, ago./nov.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1987): **De los medios a las mediaciones, Comunicación, Cultura y Hegemonía**. Gustavo Gili, Barcelona.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2002). **La educación desde la comunicación**. Buenos Aires, Grupo editorial Norma.
- MASTERMAN, L. (1985). **Teaching the Media**, London and New York, Routledge.
- MATEUS, J-C & QUIROZ, M. T. (2017). "Educommunication: a theoretical approach of studying media in school environments", **Revista ALAIC**, 06/2017. p. 152-163. Acesso: <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/download/915/472>
- MARTINEZ-DE TODA, José (1988). Metodologia Evaluativa de la Educación para los Medios, **Doutorado**, Roma, Pontificia Universidade Gregoriana.
- MESSIAS, C. (2011). Duas décadas de educomunicação - da crítica ao espetáculo, **Mestrado**, PPGCOM, ECA/USP <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-24032012-102952/publico/MESSIAS_Claudio DISSERTACAO_Duas_decadas_de_Educomunicacao_Da_critica_ao_espetaculo.pdf>.
- OROZCO G. G. (2001). **Televisión audiéncias y educación**. Enciclopédia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.
- PINHEIRO, R. (2013). A educomunicação nos centros de pesquisa do país: um mapeamento da produção acadêmica com ênfase à contribuição da ECA/USP na construção do campo, **Doutorado**, PPGCOM. ECA/USP <<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-27022014-111812/publico/RosePinheiroCorrigida.pdf>>

PRÓSPERO, D. (2013). Educomunicação e políticas públicas: os desafios e as contribuições para o Programa Mais Educação, **Mestrado**, PPGCOM, ECA/USP. < <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-30012014-105832/pt-br.php>>

Rede CEP (2004). **Educomunicar: Comunicação, Educação e Participação para uma educação pública de qualidade**. https://www.cidadeescolaaprendiz.org.br/wp-content/uploads/2014/06/educomunicar_redecep.pdf

Rosa, R. (2020). Epistemologias do Sul: desafios teórico-metodológicos da educomunicação. **Comunicação & Educação**, 25(2), p: 20-30. <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v25i2p20-30>>.

SILVA, M. E. H. & BRASIL, I. M. G. F. "As bases freirianas da Educomunicação presentes no programa Conexões Periféricas", in **Revista Debates Insubmissos**, Caruaru, PE, Brasil, Ano 2, v.2, nº 4. Edição Especial. 2019. Pg. 110-126. ISSN: 2595-2803. Acesso: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/debatesinsubmissos/article/view/239701/31396>

SOARES, A. C. A. (2012), Educomunicação e cidadania na América Latina. A interface comunicação/educação a partir das práticas sociais no continente: estudo de caso de políticas públicas na Argentina e no Brasil, **Mestrado**, PROLAM, USP. <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/84/84131/tde-22102012-124009/publico/2012_AnaCarolinaAltieriSoares.pdf>

SOARES, I. O. (1978). Comunicação e Consciência Crítica - **UCCBC Informa**. n. 9 (84) outubro. < <http://www.cpvsp.org.br/upload/periodicos/pdf/PUCBCRJ101978084.pdf>>.

SOARES, Ismar de Oliveira (1997). "La Gestión de la Comunicación Educativa" in **Revista Chasqui**, Ciespal, Quito, Equador, nº 58, janeiro de 1997, p. 7-11.

SOARES, Ismar de Oliveira (1998). "Gestión de la Comunicación en el Espacio Educativo (o los desafíos de la Era de la Información para el sistema educativo)", in GUTIEREZ, Alfonso. **La Formación del Profesorado en la Sociedad de la Información**, Un. Segovia, Valladolid, p. 33-45.

SOARES, I. O. (1999). "Comunicação/Educação: a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais", in **Revista Contato**, Brasília, ano 1, Número 1, jan./mar. 1999, p. 19 a 74. Acesso digital: http://www.nceusp.blog.br/wp-content/uploads/2018/10/IsmarSoares_RevContato_1999.pdf

SOARES, I. O. (2000). "La comunicación/educación como nuevo campo del conocimiento y el perfil de su profesional, in VALDERRAMA, Carlos Eduardo (org). **Comunicación-Educación: coordenadas, abordajes y travesías**. Universidad Central, Bogotá, Siglo del Hombre Editores, DIUC, 2000, pg. 27-48. < <https://books.openedition.org/sdh/185>> Ver também: <<https://tallercomunicacionyeducacion.files.wordpress.com/2009/03/ismardeoliveirasoares.pdf>>

- SOARES, I. O. (2002) Educomunicação, in LEVER, f; RIVOLTELLA, P. & ZANACHI, Adriano (orgs). **La Comunicazione: il dizionario di scienze e tecniche**, Roma, ElleDiCi, p. 418-421.
- SOARES, I. O. (2010). Rádio como política pública: uma experiência paradigmática em educação, in PRETTO, Nelson de Luca & TOSTA, Sandra Pereira (orgs), **Do MEB à WEB. O rádio na educação**. BH, Autêntica Editora, p. 115-129.
- SOARES, I. O. (2014). "Manuais de Educação: subsídios das organizações sociais e da política pública"). **Comunicação & Educação**. Ano XIX. número 1. jan/jun 2014, 17-137.
- SOARES, I. O. (2019). "Educomunicación universal: Derechos y deberes ante las pantallas", in AGUADED, Ignacio (org). **Competencia mediática y digital: Del acceso al empoderamiento** Huelva, 2019. Acesso: https://bb4dba4f-ce78-42ca-a1713fe700002d69.filesusr.com/ugd/438ae9_b923d45a452b43829adcd5db53ef0e29.pdfLivro online:<https://redalfamed.wixsite.com/competenciamediatica><https://redalfamed.wixsite.com/competenciamediatica>
- SOARES, I.O. (2020) Educom.rádio Memórias da Educação no Município de São Paulo, Magistério, SP, No. 10, p. 15-19. < <https://educacao.sme.prefeitura.sp.gov.br/educacao/> >
- VIRAÇÃO (2010). Guia de Educação – Conceitos e práticas. São Paulo.
- VOLPI, Mário; PALAZZO, Ludmila (orgs.) (2010). Mudando sua escola, mudando sua comunidade, melhorando o mundo! **Sistematização da Experiência em Educação**. Brasília: Unicef.
- ZITKOSKI, Jaime José (2007). **Paulo Freire & educação**, SP, Autêntica.

Comunicação libertadora em Paulo Freire

Venício A. de Lima

As primeiras reflexões de Paulo Freire em torno da ideia de comunicação – anteriores à referência básica sobre o tema, seu livro *Extensão ou Comunicação?* – ocorrem:

- (1) pela constatação da ausência histórica e estrutural do direito à fala no Brasil, desde os tempos coloniais;
- (2) pelo "mutismo" e pela inexistência de participação política de vastos contingentes da população rural e dos excluídos das periferias urbanas; e
- (3) pela aposta no **diálogo crítico** como método de alfabetização que implica uma teoria do conhecimento dialógica, depois ancorada no trabalho do filósofo espanhol-mexicano, Eduardo Nicol.

¶¶¶¶

Ainda na tese de concurso que escreveu para a cadeira de História e Filosofia da Educação da Universidade de Recife, em 1959, – *Educação e Atualidade Brasileira* – na primeira nota de rodapé do capítulo 2, Freire afirma:

O Brasil nasceu e cresceu sem experiência do diálogo. Sem direito à "fala" autêntica. De cabeça baixa. Com receio da Coroa. Sem imprensa. Sem contatos. Sem escolas.

E prossegue citando o seiscentista padre Antonio Vieira:

São de Vieira, num dos seus Sermões, (...), estas palavras: Por isso Cristo nenhum enfermo curou com mais dificuldade, e em nenhum milagre gastou mais tempo, que em curar um endemoniado mudo. O pior acidente que teve o Brasil em sua enfermidade, foi o tolher-se lhe a fala (FREIRE, 1959, p. 82).

Um pouco mais adiante, no mesmo capítulo, Freire utiliza e define, pela primeira vez, o conceito de "mutismo" – que mais tarde se tornaria "cultura do silêncio". Diz ele:

Entendemos por mutismo brasileiro a posição meramente expectante do nosso homem diante do processo histórico nacional. Posição expectante que não se alterava em essência e só acidentalmente, com movimentos de turbulência. Cessados os momentos de turbulência, a constante, mais uma vez, era o mutismo, o alheamento à vida pública (FREIRE, 1959, pp. 83–84).

Alguns anos depois, no artigo *Conscientização e Alfabetização: Uma nova visão do processo*, no qual apresenta os fundamentos de seu método e abre o número 4 da revista *Estudos Universitários* da Universidade do Recife, de abril/junho de 1963, Freire, fala que se trata de um "*método ativo e dialogal, por isso crítico e criticizador* (sic)". Quando "*os polos A e B se 'simpatizam' em torno do objeto da comunicação, há realmente diálogo*". Quando o método não é dialogal, "*desaparece a comunicação e só há comunicados*". E em nota de rodapé, completa:

(A democratização da cultura) é sobretudo diálogo. Comunicação, intercomunicação, jamais superposição doadora de "comunicados" por uma elite que se julgue ela e só ela portadora da cultura. A comunicação em que ela implica há de ter na própria realidade o elemento mediador. O homem comum e o intelectual mediados pela realidade de ambos e "simpatizados", em torno dos objetos, fazem assim, a intercomunicação que é a própria democratização da cultura (FREIRE, 1963, p. 14 e p. 22).

No *Educação como prática da liberdade*, aprofundamento da tese de 1959, publicado em 1967, "*a prática da liberdade*" passa a ser, o eixo em torno do qual gravita o pensamento de Freire. Além da retomada da reflexão

sobre o método dialógico (capítulo 4), ao discutir as razões da "inexperiência democrática" brasileira, referindo-se às grandes propriedades rurais, ele afirma:

Lá, (está) também, o "mutismo" brasileiro. As sociedades a que se nega o diálogo – comunicação – e, em seu lugar, se lhe oferecem "comunicados", resultantes de compulsão ou "doação", se fazem preponderantemente "mudas". O mutismo não é propriamente inexistência de resposta. É resposta a que falta teor marcadamente crítico (FREIRE [1967], 1971c, p. 69).

¶¶¶¶¶

Chegamos então, ao *Extensão ou Comunicação?* publicado pela primeira vez pelo ICIRA – Instituto de Capacitación e Investigación en Reforma Agrária, do Chile, em 1969.

Em carta dirigida ao editor da Paz e Terra, Moacyr Felix, no outono de 1970, que aparece na primeira edição do livro em português, em 1971, Freire afirma:

Parece-me interessante salientar (...) que a leitura de Extensão ou Comunicação? implica na leitura de Educação como Prática da Liberdade, na da Pedagogia do Oprimido, na de uns tantos artigos que foram publicados pelo ICIRA com o título de Sobre La Acción Cultural, bem como na de ensaios como Cultural Action for Freedom e The Cultural Action Process – An Introduction to its Understanding, que resultaram de seminários que coordenei no ano passado em Cambridge, Massachusetts (FREIRE, 1971a, pp. 9-10).

A formulação do conceito de *comunicação*, portanto, segundo o próprio Freire, deve ser compreendida, na perspectiva dos outros textos por ele indicados e no contexto da execução de um programa de reforma agrária no Chile, na metade dos anos 60. Comunicação e educação em Freire implicavam, desde então, *a prática da liberdade, para além da alfabetização*.

Extensão ou Comunicação? pretendia fazer uma crítica às atividades de extensão de agrônomos e outros técnicos agrícolas, além de servir de base para discussão em grupo interdisciplinar composto por especialistas ligados ao programa de reforma agrária⁹³. Embora Freire não tivesse contato com a literatura sobre "difusão de inovações", o livro é uma crítica radical a esta tradição estadunidense que, na época, tinha grande penetração na América Latina, submetida à rubrica geral de "comunicação e desenvolvimento".

⁹³Registro que Freire foi o criador e diretor, por cerca de dois anos (1962-1964), do SEC, Serviço de Extensão Cultural da Universidade do Recife. A atividade que desenvolveu lá, todavia, foi sempre de comunicação e não de extensão.

Contrapondo a *comunicação à transmissão*, Freire argumenta que *comunicação* é “a *coparticipação dos Sujeitos no ato de conhecer*” e que a extensão implica transmissão, transferência, invasão e não *comunicação*. Freire se afasta, portanto, da falsa neutralidade que normalmente é atribuída à palavra *transmissão* no “difusionismo” e também em outros modelos de estudo da comunicação que tem origem na tradição behaviorista. Apoiado em estudos de semântica de Pierre Guiraud, diz Paulo:

O termo extensão se encontra em relação significativa com transmissão, entrega, doação, messianismo, mecanicismo, invasão cultural, manipulação, etc. E todos esses termos envolvem ações que, transformando o (ser humano) em quase “coisa”, **o negam como um ser de transformação do mundo**. Negam [também] a formação e a constituição do conhecimento autêntico. Negam a ação e reflexão verdadeiras àqueles que são objetos de tais ações (FREIRE, 1971a, p.22).

Em sua reflexão sobre o ato de conhecer, Freire se baseia na obra de Eduardo Nicol [1907-1990], que constrói seu argumento no contexto da discussão sobre a natureza do conhecimento científico e da verdade (cf. NICOL, 1965, esp, cap. 2, pp. 42-93). Para ele, além das três relações compreendidas pelo conhecimento – *gnosiológica, lógica e histórica* – existe uma quarta, também fundamental e indispensável, sem a qual nenhum ato de conhecimento seria possível: a relação *dialogica*.

Nicol intercambia a palavra *conocimiento* (conhecimento) com a palavra *pensamiento* (pensamento). Em ambos os casos, todavia, refere-se ao fato de que o conhecimento constitui um processo dinâmico e as quatro relações se acham dialeticamente inter-relacionadas. Reivindica, portanto, que, *assim como não existe ser humano isolado, da mesma forma, também não existe pensamento isolado*.

Apoiado em Nicol, Freire argumenta sobre a natureza do conhecimento (e da comunicação) da seguinte forma:

O Sujeito pensante não pode pensar sozinho. Não pode pensar acerca dos objetos sem a coparticipação de outro Sujeito. Não existe um “eu penso”, mas sim um “nós pensamos”. É o “nós pensamos” que estabelece o “eu penso” e não o oposto. Esta coparticipação dos Sujeitos no ato de pensar se dá na comunicação. [...] A comunicação implica uma reciprocidade que não pode ser rompida. Portanto, não é possível compreender o pensamento sem referência à sua dupla função: cognitiva e comunicativa. [...] O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo. A

educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados (FREIRE, 1971a, pp. 66-69, passim).

Em outra passagem do *Extensão ou Comunicação?* Freire é ainda mais incisivo. Exclui a possibilidade da comunicação (e do conhecimento) quando a prática é transmissiva. Diz que “*sem a relação comunicativa entre Sujeitos cognoscentes, em torno do objeto cognoscível, desapareceria o ato cognoscitivo*” (idem, p. 65). Desta forma:

O objeto (...) como conteúdo da comunicação, não pode ser comunicado de um sujeito a outro. Se o objeto do pensamento fosse um puro comunicado, não seria um significado significativo mediador dos sujeitos. Se o sujeito “A” não pode ter no objeto o termo de seu pensamento, uma vez que este é a mediação entre ele e o sujeito “B”, em comunicação, não pode igualmente transformar o sujeito “B” em incidência depositária do conteúdo do objeto sobre o qual pensa. Se assim fosse – e quando assim é – não haveria nem há comunicação (idem, p. 66-67).

Ao enfatizar que a comunicação significa coparticipação dos Sujeitos no ato de pensar, que o objeto de conhecimento não pode se constituir no termo exclusivo do pensamento, mas, de fato, é seu mediador, e que o conhecimento é construído através das relações entre os seres humanos e o mundo, Freire está definindo a **comunicação como a situação social em que as pessoas criam conhecimento *juntas*, transformando e humanizando o mundo. A comunicação é uma interação entre Sujeitos, iguais e criativos. E essa interação deve necessariamente estar fundada no *diálogo*. Vale dizer, a verdadeira comunicação será sempre uma comunicação libertadora.**

Na feliz síntese de Ana Maria Araújo Freire, escrita como Prefácio à 2ª. edição revista do nosso *Comunicação e Cultura: as ideias de Paulo Freire* (2015, p. 13):

Partindo (...) da análise semântica das palavras, dialogando com elas, (Paulo) entendeu, na contramão da História, que extensão implicando transmissão, transferência, invasão e manipulação era não só diferente, mas antagonica da comunicação. Esta é coparticipação dos sujeitos em torno do objeto que buscam conhecer, quando buscam humanizar-se. A extensão está dentro dos padrões autoritários da verticalidade do mando, enquanto a comunicação se caracteriza pela horizontalidade do diálogo amoroso epistemológico. Uma ordena de cima para baixo, anulando a capacidade de pensar e de decidir de quem fica obrigado(a) a simplesmente

obedecer. A outra chama ao diálogo e ao entendimento da relação de equidade entre quem está envolvido(a) na questão, possibilitando o pensar, o decidir e o aprender. Uma arranca a humanidade do outro e da outra, assim impossibilitando que se façam sujeitos transformadores do mundo aeticamente feio e injusto. A outra dá margem à inventividade, à recriação, à humanização. Uma despoltiza. A outra politiza. Uma trabalha pela incomunicabilidade, pela mudez, pela opressão e pela dominação. A outra reforça a relação social de igualdade de oportunidades e de direitos, não esquecendo os deveres. Uma oprime. A outra liberta.

Escritos posteriores de Freire aprofundam e complementam os aspectos centrais mencionados até aqui relativos ao conceito de comunicação libertadora. Humanistas marxistas, como o filósofo tcheco Karel Kosik, passam a ser referência obrigatória e a práxis dialética converge para a noção de *palavra* como elemento constitutivo do diálogo.

Trato desses escritos em *Paulo Freire: a prática da liberdade, para além da alfabetização*, de 2021.

¶¶¶¶

Além das contribuições para o estudo e a prática da comunicação amplamente reconhecidas – influência teórica sobre importantes autores latino-americanos; presença na comunicação rural, na comunicação popular, comunitária e alternativa; nos estudos culturais; nas pesquisas sobre o "receptor" ativo; na leitura crítica da mídia; nas relações entre educação e comunicação; no desenvolvimento das "práticas de comunicação" – pontuo ainda outras das contribuições complementares que podem ser extraídas do pensamento de Freire, ainda hoje.

1. Comunicação libertadora versus extensão rural

Escrito há mais de 50 anos, muito antes da chamada "revolução verde" e do *boom* do agronegócio, *Extensão ou Comunicação?* continua sendo uma referência crítica metodológica para os serviços de "extensão" rural. Freire considera o "extensionista" como agrônomo-educador e desvela a inviabilidade gnosiológica da "extensão" como forma de conhecimento. Propõe, então, a substituição da "extensão" pela comunicação dialógica libertadora no processo de mudanças estruturais desencadeadas pela reforma agrária. A perspectiva freireana, além de referência normativa, é adotada, sobretudo, na agricultura familiar (cf. DAMBRÓS E ARL).

Vale registrar que Freire faz sua crítica à extensão rural a partir da análise semântica do termo extensão e da teoria do conhecimento de Eduardo Nicol. Não há em *Extensão ou Comunicação?* referência a autores da teoria da difusão de inovações (em especial ao trabalho de Everett Rogers) que, à época, davam sustentação a essa perspectiva nos estudos de comunicação rural e comunicação para o desenvolvimento.

A crítica de Freire à "extensão" o colocou também no campo de autores que, por outras vias, partem da oposição conceitual entre os dois polos de significação da palavra comunicação – compartilhar, ter em comum versus transmitir – optando pelo significado da raiz etimológica da palavra (do Latim, *communis, communicationem*). Essa opção deu origem, por exemplo, à tradição liderada por James W. Carey, nos Estados Unidos, da "comunicação como cultura" e se coloca nos fundamentos dos estudos culturais (cf. CAREY).

2. Comunicação como diálogo

Freire é o principal representante contemporâneo da tradição teórica da *comunicação como diálogo* (em oposição à *comunicação como monólogo*). É o que sustenta Clifford Christians, um dos mais importantes pesquisadores dessa tradição nos Estados Unidos (cf. CHRISTIANS, 1988 e 1991). Freire acrescenta a esta tradição a dimensão política, ausente das reflexões de seus principais expoentes (LIMA e CHRISTIANS, 1979).

Ainda em 2001 escrevi: se até recentemente esse modelo parecia inadequado para qualquer tipo de aplicação no contexto da chamada "comunicação de massa", unidirecional e centralizada, hoje a nova mídia reabre as possibilidades de um processo dialógico mediado pela tecnologia. (...) O modelo normativo construído por Freire ganha atualidade e passa a servir de ideal para a realização plena da comunicação humana em todos os seus níveis (cf. LIMA, 2012, p. 53).

A tradição da *comunicação como diálogo* ganha renovada importância diante da possibilidade de interação permanente e *on line* no ato mesmo da comunicação. Freire teorizou ética e normativamente a comunicação interativa antes da revolução digital, vale dizer, antes da internet e de suas redes sociais. Como fez o próprio Freire, devemos nos remeter às suas reflexões sobre a teoria do conhecimento, fundante para o conceito de comunicação como diálogo. Lá encontraremos uma referência ética e normativa revitalizada, criativa e desafiadora de imensa valia para pensar as novas tecnologias de comunicação e as políticas públicas necessárias e adequadas à sua complexa regulação democrática.

3. Comunicação e liberdade (libertação)

A concepção implícita de liberdade na definição dialógica de comunicação elaborada por Freire é constitutiva de uma cidadania ativa que equaciona autogoverno com participação política, contrariamente à liberdade negativa do liberalismo clássico. A liberdade não antecede à política, mas se constrói a partir dela. A comunicação, assim como a educação, deve ser uma *prática da liberdade*. Ter voz e manifestá-la publicamente, em igualdade de condições com qualquer outra cidadã ou cidadão é condição necessária ao processo democrático. O sujeito-cidadão constitui o eixo principal da vida pública democrática.

Falando em seminário sobre alfabetização e cidadania, realizado em Maceió, Sergipe, em novembro de 1990, Freire (2001, p.130-131) afirmou:

Ser cidadão passa pela participação popular, pela voz. Quando digo voz não é abrir a boca e falar, recitar. A voz é um direito de perguntar, criticar, de sugerir. Ter voz é isso. Ter voz é ser presença crítica na história. Ter voz é estar presente, não ser presente.

4. Comunicação e direitos humanos

As ideias de Freire constituem a base teórica para a positivação da *comunicação como direito humano fundamental*.

O direito à comunicação perpassa as três dimensões da cidadania liberal definidas por T. H. Marshall, em seu clássico "Cidadania, classe social e status" (original 1949, publicado no Brasil em 1967), cada uma delas fundada em um princípio e uma base institucional distintos, Na verdade, contrariando a lógica liberal, o direito à comunicação se constitui ao mesmo tempo, em direito *civil* – liberdade individual de expressão; em direito político – através do direito à informação; e em direito social – através do direito a uma política pública garantidora do acesso do cidadão às diferentes formas de comunicação mediadas tecnologicamente.

A necessidade do desenvolvimento e da positivação de um direito à comunicação foi identificada há mais de 50 anos pelo francês Jean D'Arcy, quando diretor de serviços audiovisuais e de rádio do Departamento de Informações Públicas das Nações Unidas, em 1969. Naquela época, ele afirmava:

Virá o tempo em que a Declaração Universal dos Direitos Humanos terá de abarcar um direito mais amplo que o direito humano à informação, estabelecido pela primeira vez vinte e um anos atrás no Artigo 19. Trata-se do **direito do homem de se comunicar** (em FISHER, 1984, p. 26).

Onze anos depois, o famoso Relatório MacBride, publicado pela UNESCO (original 1980; 1983, p. 287-291), reconhecia pioneiramente o direito à comunicação. Diz o Relatório:

Hoje em dia se considera que a comunicação é um aspecto dos direitos humanos. Mas esse direito é cada vez mais concebido como o **direito de comunicar**, passando-se por cima do **direito de receber comunicação ou de ser informado**. Acredita-se que a comunicação seja um processo bidirecional, cujos participantes – individuais ou coletivos – mantêm um diálogo democrático e equilibrado. Essa ideia de diálogo, contraposta à de monólogo, é a própria base de muitas das ideias atuais que levam ao reconhecimento de novos direitos humanos. O direito à comunicação constitui um prolongamento lógico do progresso constante em direção à liberdade e à democracia.

Tanto a proposta de D'Arcy como o Relatório MacBride, na verdade, assumiam e consagravam a perspectiva "dialógica" da comunicação que já havia sido elaborada por Freire, do ponto de vista conceitual, em *Extensão ou comunicação?*. A comunicação como característica da natureza humana, coparticipação de sujeitos iguais que se relacionam dialogicamente em torno do objeto que querem conhecer e, ao mesmo tempo, transformam o mundo no contexto da ação cultural libertadora.

Desde o final da década de 60, Freire afirmava que dizer a palavra, ter voz, se auto expressar constituía um "direito humano primordial":

Dizer a palavra (é) um ato humano que implica reflexão e ação. Como tal, trata-se de um **direito humano primordial**, e não privilégio de uns poucos. Dizer a palavra não é um ato verdadeiro a menos que esteja simultaneamente associado ao direito de auto expressão e expressão do mundo, de criar e recriar, de decidir e escolher e, em última análise, de participar do processo histórico da sociedade (FREIRE, 1970b, p.12, negrito acrescido).

A comunicação é necessariamente dialógica, de "mão dupla", abrigando, ao mesmo tempo, os direitos de informar e ser informado e o direito de acesso aos meios tecnológicos necessários à plena liberdade de expressão.

5. Comunicação e cultura do silêncio

Existe um enorme potencial analítico em conceitos elaborados por Freire que não foram ainda plenamente explorados. Um exemplo eloquente é o conceito de "cultura do silêncio" – a cultura que hospeda aqueles que não tem voz – e o seu corolário, *políticas de silenciamento*.

A relação entre comunicação e cultura se dá em Freire de maneira bastante simples: não há possibilidade de comunicação na "cultura do silêncio". Nela predomina o mutismo da opressão. A ação cultural, isto é, o processo consciente de luta pela libertação humana, assumido por mulheres e homens que são sujeitos de sua própria História, é o espaço da comunicação dialógica, geradora de conhecimento novo e de transformação social (cf. LIMA, 2021, cap. 5).

¶¶¶¶¶

Para concluir, registro que, embora existam críticas pontuais ao pensamento de Freire no campo de estudos da comunicação, ele influenciou e continua a influenciar, importantes pesquisadores no Brasil e no exterior, inclusive formuladores, em organismos multilaterais, da perspectiva da comunicação como direito humano fundamental.

A proposta de uma comunicação libertadora freireana, alongamento de todo um pensamento e uma práxis voltados para a "prática da liberdade", continua oferecendo uma alternativa desafiadora para o campo de estudos da comunicação, sobretudo como referência normativa e ética nas circunstâncias históricas destes tempos dominados pela interatividade virtual, tornada possível pela revolução digital e pela internet.

Referências

- ARAÚJO FREIRE, Ana Maria (2015). "Prefácio" in LIMA (2015).
- CAREY, James W. (1989). **Communication as Culture – Essays on Media and Society**. Unwin Hyman, Inc.
- CHRISTIANS, C. (1988). "Dialogic Communication Theory and Cultural Studies." Norman Denzin, ed., **Studies in Symbolic Interaction**, vol. 9. JAI Press.
- CHRISTIANS, C. (1991). "Paulo Freire's Emancipatory Strategy," Joseph C. Pitt and Elena Lugo, eds., **The Technology of Discovery and the Discovery of Technology**. Blacksburg, VA: The Society for Philosophy and Technology.
- DAMBRÓS, Olivo e ARL, Valdemar (2015). **Da extensão rural à construção social do conhecimento: Um desafio para o desenvolvimento local sustentável**. 1ª edição. Editora Ceagro.

- FISHER, D. (1984). **O Direito de Comunicar – Expressão, informação e liberdade**. Brasiliense.
- FREIRE, Paulo (1959). **Educação e Atualidade Brasileira**. Recife: Escola de Belas Artes (Tese de concurso para a cadeira de História e Filosofia da Educação).
- FREIRE, Paulo (1963). "Conscientização e Alfabetização – uma nova visão do processo" in **Estudos Universitários – Revista de Cultura da Universidade do Recife**, número 4, Abril-Junho, pp. 5-23.
- FREIRE, Paulo (1970b). **Cultural Action for Freedom**. Harvard Educational Review and Center for the Study of Development and Social Change. Monograph Series; nº 1.
- FREIRE, Paulo (1971c, original 1967). **Educação como Prática da Liberdade**. Paz e Terra; 3a. ed.
- FREIRE, Paulo (1971a, original 1969). **Extensão ou Comunicação?** Paz e Terra.
- FREIRE, Paulo (2001). **Pedagogia dos Sonhos Possíveis** (org. Ana Maria Araújo Freire). Editora UNESP.
- LIMA, Venício A. de (2012). **Mídia: Teoria e Política**, Editora Fundação Perseu Abramo, 2ª. edição, 2ª. reimpressão (1ª. edição, 2001).
- LIMA, Venício A. de. (2015). **Comunicação e Cultura: as Ideias de Paulo Freire**; 2ª. edição revista e ampliada; 1ª. reimpressão. EdUnB/Editora Fundação Perseu Abramo.
- LIMA, Venício A. de (2021). **Paulo Freire: A prática da liberdade, para além da alfabetização**. Editora da Fundação Perseu Abramo/Editora Autêntica.
- LIMA, Venício A. de e CHRISTIANS, Clifford (1979). "Paulo Freire: The political dimension of dialogic communications". **Communication**, Londres, v. 4, n.1, p. 133-155. [Publicado como "Paulo Freire: A Dimensão Política da Comunicação Dialógica", tradução de Carlos Nelson Coutinho, Síntese Nova Fase, 1979, v. VI, p. 111-130].
- MARSHALL, T. H. (1967). **Cidadania, classe social e status**. Zahar.
- NICOL, Eduardo (1965). **Los Principios de la Ciencia**. México, Fondo de Cultura Economica.
- UNESCO (Relatório MacBride) (1983). **Um Mundo e Muitas Vozes – Comunicação e Informação na Nossa Época**; Editora da FGV.



3ª PARTE

**A publicidade entre a cidadania e o
controle**

Plataformas digitais, algoritmos e cidadania comunicativa: o direito à comunicação na internet

Ismar Capistrano Costa Filho

Introdução

O adensamento e a ubiquidade dos meios de comunicação na vida social caracterizam o processo de midiatização, intensificado nos anos 2000 com a amplificação e a permeação da internet (Hine, 2000). O processo de digitalização midiática trouxe fluidez, economia e qualidade na circulação de dados. A simplicidade dos bits na codificação digital possibilitou cópias idênticas aos originais e a leveza dos arquivos que facilmente puderam circular por redes e serem decodificados por diferentes suportes, provocando uma convergência tecnológica na qual, por exemplo, o audiovisual não é só assistido na TV ou Cinema e a TV não só serve para ver audiovisual. Os formatos e linguagens foram definitivamente liberados de suportes, mesmo que continuem necessitando destes para circular. Esta convergência tecnológica impactou não só na forma de produzir, mas de usar os meios. A produção da informação passa a ser caracterizada pela multi e transmidialidade. Uma mesma informação possui quase sempre várias formas (texto, vídeo, som...) que podem também ganhar diferentes versões para as diversas linguagens. O uso dos meios também é afetado por estas possibilidades de ter tudo, ao mesmo tempo, o todo tempo. A cultura da convergência cria uma relação dos usuários com os meios marcada pela onipresença e pela

interatividade (Jenkins, 2009). A facilidade do retorno da audiência e a possibilidade dos usuários produzirem conteúdo acabam, por isso, marcando o ambiente digital.

Para pensar os impactos do adensamento, ubiquidade e permeação da internet na vida social, este artigo faz uma reflexão sobre a temática a partir de uma pesquisa bibliográfica que reúne duas áreas. A primeira trata da plataformização da rede mundial e o uso dos algoritmos. A segunda área aborda sobre o direito à comunicação e a cidadania comunicativa neste ambiente digital. Assim, o texto está dividido em dois momentos, cada um tratando e articulando essa temática. O objetivo é construir ideias para pensar uma apropriação e uma regulação democrática da internet.

Plataformas digitais e algoritmos

A Internet possui centralidade na vida social, pois é, na rede mundial, onde as pessoas mantêm os contatos com os amigos e parentes, encaminham suas atividades laborais, consomem produtos e serviços, organizam o tempo, divertem-se, informam-se e estudam. Atualmente este processo possui uma especificidade, a plataformização das mídias digitais. A circulação de conteúdos e usuários se concentra globalmente em plataformas, pertencentes, principalmente, a oito conglomerados, Alphabet/Google, Amazon, Apple, Byte Dance/Tik Tok, Meta/Facebook, Microsoft, Netflix e Twitter⁹⁴.

O termo é uma alusão às plataformas de terminais rodoviários, onde se conectam passageiros a veículos. Uma plataforma digital, por sua vez, oferece ou intermedia, na internet, serviços a usuários ou usuários a outros usuários. Como define Ejik et al (2015, p. 2 *apud* Moraes; Valente, 2020), essas ferramentas tecnológicas possibilitam "(...) a oferta e a troca de serviços e conteúdos entre agentes em uma relação ponto-a-ponta que tem como centro o papel de intermediação". As plataformas possuem três bases: a tecnológica, a social e a negocial. A primeira é a infraestrutura de automação digital que possibilita a conexão entre as demais e a criação do ambiente conectado para a atuação. A base social é formada pelos usuários que estão conectados nessas plataformas. Já a negocial é composta pelos serviços, conteúdos e interações ofertadas nessa estrutura. Assim, a conexão com outros usuários, a busca de conteúdos, as vendas online, a publicação de informações, a geolocalização, os serviços de transportes e entregas são alguns dos préstimos destas plataformas que permeiam a vida das pessoas, impregnando-se nas rotinas e valorando comportamentos e ações, por isso se tornam quase indispensáveis no mundo atual.

⁹⁴De acordo com empresa Clodflare os dez sites mais acessados em 2021 foram: Tik Tok, Google, Facebook, Microsoft, Apple, Amazon, Netflix, Youtube, Twitter e Whatsapp. Disponível em <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/site-mais-acessado-do-mundo-em-2021-205008/>> acesso em 17/1/22.

O desenvolvimento deste modelo de serviços na internet é resultado da expansão do capitalismo, denominado por Luis Suarez-Villa (2009) de tecnocapitalismo. Através da dissolução das fronteiras de atuação pela internet, os grandes conglomerados avançaram sua publicidade e vendas pelos confins do mundo conectado. A iniciativa não só permitiu a maximização dos lucros com a ampliação de mercados, como também a automação da produção, inclusive intelectual, que promove a redução dos custos e a decrescente empregabilidade de profissionais de determinadas áreas.

Os modelos dos negócios destas plataformas são diversificados. Há modelos baseados no pagamento de licenças para uso, na porcentagem das vendas realizadas, na comercialização de anúncios publicitários veiculados para os usuários ou na hibridização dessas práticas. O primeiro, adotado, por exemplo, pela Microsoft e Apple, segue o modelo editorial semelhante das editoras de livros tradicionais, predominante no século XX (Miège, 2000), na qual a cobrança pela aquisição de cada exemplar é a principal fonte de recursos. Uma das diferenças consiste que não há a necessidade, nos serviços digitais, como os da Microsoft, de entrega de material físico para acesso ao produto adquirido pois, através da conexão remota, o usuário recebe a licença para uso dos produtos.

Já o modelo de negócio baseado na publicidade, adotado também por emissoras de rádio e de televisão (Miège, 2000), sofre um profundo refinamento nas plataformas digitais. Até os anos 2000, os planos de negócios de serviços gratuitos de busca de conteúdo e de e-mails, como o Yahoo, se sustentavam com a veiculação de anúncios difusos para públicos indiscriminados, através de insistentes banners e popups, aparentando uma imitação digital das placas luminosas da famosa praça novaiorquina Times Square. Um usuário, que nunca esteve numa zona rural, poderia, por exemplo, deparar-se com um anúncio de equipamentos agrícolas ao abrir uma pesquisa num buscador ou ao acessar seu e-mail.

O desgaste desse modelo publicitário era provocado, não só com a frustrante experiência de navegação dos usuários, mas também pela baixa confiabilidade nos resultados dos investimentos por parte dos anunciantes. Não havia um plano consistente de publicidade para a internet e, por consequência, a sustentabilidade destes serviços "gratuitos" dependiam cada vez mais de investidores de risco, o que ameaçava suas existências, dado que o retorno financeiro é uma condição para a continuidade dos aportes em médio e longo prazos.

A saída encontrada para monetizar, ou seja, viabilizar financeiramente, esses serviços "gratuitos" e melhorar a experiência do usuário foi a personalização do conteúdo, inclusive publicitário. A chave, encontrada para isso, foi a coleta de dados dos usuários, através de permissões, quase ocultas, na política de privacidade do uso, que, na verdade, para ser mais precisa, deveria ser chamada de política de publicidade. Esses termos, raramente lidos pelos usuários, devem ser aceitos obrigatoriamente para quem quer utilizar os serviços gratuitos dessas plataformas.

Difícilmente existe possibilidade de personalização nesta vertical e autoritária política de relacionamento, mas há eufemismos para disfarçar. Por detrás de garantias de guardar dados, estão consentimentos para capturar informações, inicialmente, do histórico de navegação – os cookies – que evoluiu posteriormente para a coleta (e até a modificação, em muitos casos) de todos dados contidos na memória do(s) aparelho(s) e no acesso das câmeras, do microfone e de contas de outros serviços. Para os usuários, cabe aceitar ou ser excluídos, quase não existindo meio termo. A segunda alternativa significa exclusão não só dos serviços das plataformas, mas também do acesso às informações de interesse social, aos contatos sociais remotos, à esfera de debate público, ao comércio digital e partes significativas do entretenimento, da cultura e do conhecimento socialmente produzidos, em outras palavras, é um processo de exclusão social.

Esse processo intrusivo, denominado de mineração de dados, possibilita a análise e combinação das informações coletadas dos usuários com os conteúdos publicados (Silveira, 2019). As plataformas digitais, por isso, são consideradas ruminadores de dados, atuando num ambiente de informações massivas, denominado de big data, com uma estratégia baseada no estudo de grandes volumes de dados, coletados numa ampla variedade de fontes, incluindo redes sociais, vídeos, imagens digitais, sensores e registros de transações de vendas. O mercado de dados se tornou um dos segmentos mais importantes da economia mundial.

Para viabilizar essa coleta e processamento, há alto investimento em automação, por meio da programação dos servidores, chamada de algoritmos, que buscam transformar os dados em resultados esperados. Originado na matemática, mais precisamente com os estudos de Abu Ja'far Muhammad no século IX, em Bagdá, os algoritmos são métodos para solucionar um problema (Silveira, 2019). Com os processos de automação, transformaram-se num conjunto de instruções que possuem a função de busca, previsão, vigilância, filtragem, produção de conteúdo, recomendação e avaliação neste ambiente digital. A planificação algorítmica organiza assim a relação dos usuários com os serviços, captando as frequências e padrões de uso e conexão. Nas redes sociais, por exemplo, funciona como uma espécie de política editorial que recomenda os conteúdos que serão entregues ou não aos usuários a partir das preferências coletadas e a previsibilidade de permanência e engajamento nas postagens. Esse procedimento é chamado de inteligência artificial ou maquina porque as combinações são realizadas automaticamente seguindo a programação dada pela plataforma digital. Muitas desses comandos, possibilitam o aprendizado maquina (deep learning), dando apenas as instruções iniciais, as metas a serem alcançadas e a possibilidade de autoprogramação que possa gerar maior eficiência e eficácia. A partir das descrições de Gillespie (2018), Sérgio Amadeu Silveira (2019) e Débora Machado (2020), percebe-se seis traços que relevam as propriedades dos algoritmos: indexação, antecipação, performance, monetarização, domesticação e opacidade.

O primeiro se caracteriza por produzir padrões de inclusão e exclusão dos dados coletados. Nesse processo, há a criação de índices das informações disponíveis, priorizando-as, rebaixando-as, descartando-as ou memorizando-as. Esse procedimento produz padrões que representam valores a fim de atingir metas e objetivos, determinados por quem os programa. Nas redes sociais digitais, por exemplo, os públicos são segmentados em filtros bolhas que possibilitam o direcionamento de informações e publicidade. Já a característica de antecipação viabiliza a premeditação dos dados através da categorização prévia dos tipos de informações a serem coletadas. Esta projeção afeta a própria produção da informação que, por vezes, leva aos usuários direcionar sua atuação nas plataformas conforme estas tipificações. Um exemplo são as interações reativas (curtir, gostei, compartilhar e retweet) das redes sociais digitais, como Facebook, Instagram e Twitter. A antecipação funciona também a partir do alinhamento aos padrões coletados dos usuários. O principal objetivo desse processo é a monetização das plataformas para entrelaçar os conteúdos com anúncios comerciais, personalizados para os interesses dos usuários.

As plataformas e seus algoritmos se legitimam através de performances, buscando sempre realizar a ação que descrevem para garantir objetividade, confiança, eficácia, precisão e assertividade. Para isso, utilizam-se de dados matemáticos e apresentam um discurso de autopromoção, como por exemplo, melhor experiência para os usuários, melhores resultados, principais histórias e tendências. No entanto, há também resistências. Como os algoritmos estão entrelaçados às práticas, preferências e táticas dos usuários em suas atividades no mundo, o uso molda e rearticula suas estruturas. A domesticação dos algoritmos os reconfigura constantemente, adicionando significados e até alterando o design. Ainda assim as plataformas não perdem o controle nem deixam de direcioná-los para atingir suas metas e objetivos nessa arena de disputa simbólica. Um exemplo dessa domesticação é a tentativa de abrir brechas para conquistar visibilidade nas redes sociais digitais. Para isso, os usuários atuam como verdadeiras relações públicas, tentando reconhecer o que mais gera entrega orgânica de seus conteúdos nesses ambientes. Um dos entraves para o avanço desta domesticação é a opacidade. Os algoritmos são tratados como segredos industriais. Não só os comandos são escamoteados como as intervenções institucional e comercial são ofuscadas intencionalmente. Outra dificuldade para a transparência algorítmica é sua estruturação matemática não narrável, principalmente quando construídas através do auto-aprendizado maquínico, que cria códigos intraduzíveis para a linguagem humana.

No entanto, esse mesmo zelo com a propriedade intelectual dos algoritmos gera também a necessidade de registro de patentes, o que possibilita conhecer algumas de suas características. De acordo com Débora Machado (2020), um levantamento de 430 pedidos de patentes de algoritmos feitos pelo Facebook, apenas 41 pedidos eram

relacionados ao comportamento de uso. A autora reuniu em cinco categorias essas patentes. A primeira é a recomendação que leva à ação dos usuários na plataforma. Nesta categoria, as patentes revelam, entre outras programações, que os algoritmos do Facebook devem organizar o Feed de Notícias baseado na recomendação de conteúdo invisibilizando algumas publicações; devem calcular o horário exato que o Feed de Notícias deve ser atualizado, o padrão de uso, a qualidade da conexão e da memória do dispositivo e devem determinar, com base “em um valor esperado que um usuário obterá a visualização à publicação”, a afinidade do usuário pela publicação.

A segunda categoria apresenta os algoritmos patenteados de predição e inferência. O objetivo destes é a criação de métricas para publicações impulsionadas, através da previsão das interações do usuário com o conteúdo impactado, inclusive qual o intervalo de tempo destas. Já a atribuição de valor à interação é a terceira categoria dos algoritmos destacada por Machado (2020). Segundo ela, essas programações maquinicas buscam criar métricas para quantificar o efeito e o valor que deve ser pago para os impulsionamentos, estabelecer um coeficiente de influência social a partir do conteúdo compartilhado por um usuário e da interação de sua audiência e aferir os fatores de sucesso, como participação em evento e rendimento em publicidade.

A análise das emoções dos usuários reúne um conjunto de algoritmos que coletam e inferem as emoções e sentimentos dos usuários para usá-los como informações relevantes na personalização, recomendação e ranqueamento de conteúdo. O sistema utiliza sensores como a câmera frontal para rastrear a posição do olhar de uma pessoa e, cruzando com outros dados, identificar se o usuário está interessado ou não no conteúdo que está vendo no momento. Essa informação pode aumentar o preço ou incluir custos adicionais para anúncios que apareçam pela segunda vez no Feed de Notícias do usuário. Os sensores também mensuram o nível de tédio do usuário no momento que acessa a plataforma.

A última categoria de patentes de algoritmos estabelece as possibilidades para a coleta de dados com o objetivo de ranqueamento das publicações no Feed. Para isso, são coletados sinais locais disponíveis no aparelho do usuário, como câmera, acelerômetro, giroscópio, sensor de luz ambiente, microfone, sensor de impressão digital, sensor de pressão, sensor de proximidade e similares. O refinamento deste ranqueamento das postagens se dá com dados complementares, como localização, temperatura, umidade, ruído ambiente e dados biométricos (frequência cardíaca, temperatura, humor, atividade e reconhecimento de voz).

Os algoritmos podem ser descobertos também através dos usos das mídias sociais. A ampliação da rede de influência da extrema direita estadunidense foi impulsionada com a estratégia de promoção de polêmicas em canais no Youtube, sobre temas como terraplanismo, antivacinação, negação do aquecimento global, homofobia... (Evangelista, 2019). Essas polêmicas chegavam a públicos conquistáveis, em parte, pela reação

crítica às postagens que, muitas vezes, ao contestarem as publicações, geraram involuntariamente mais entregas. O cálculo dos algoritmos leva em conta o potencial desses vídeos para conquistar audiência e permanência na mídia, independentemente de suas reações. Em outra parte, esse tipo de postagem chega a públicos que já simpatizavam com as ideias, fortalecendo a identidade e a articulação.

Outras cinco características das publicações com maiores engajamentos no Facebook foram observadas por Carolina Terra (2019). Postagens dos amigos que o usuário interage com frequência, publicações informativas ligadas ao entretenimento, proximidade de pensamento (filtro-bolha) e autenticidade que evite conteúdos falsos e spams. Essa tendência se repete no Twitter. As postagens mais curtidas ou respondidas por amigos, contas sugeridas, anúncios direcionados, memória e tweets ranqueados são os conteúdos que mais são entregues na timeline, organizadas na ordem cronológica reversa.

Essa política editorial algorítmica revela não só a gigantesca intrusão e vigilância das plataformas na vida das pessoas, mas também o deliberado e opaco movimento de modulação dos comportamentos. A falta de percepção dos usuários que estão tendo acesso a um conteúdo filtrado para provocar sua maior permanência e interação na rede social pode levá-lo a ideia de estar num ambiente de plena liberdade de expressão e estimula seu sentimento de pertencimento porque as postagens refletem algumas de suas prévias preferências. No entanto, por trás dessa falsa liberdade e pertença, há outro movimento, o direcionamento de condutas ou atenção dos usuários possibilitada pelos processos de análise e combinação automatizadas de seus dados minerados pelas plataformas digitais, já apresentado como modulação algorítmica (Machado, 2020). A modulação é então uma “forma de controle e orientação de comportamento possibilitada por processos algorítmicos, que operam a partir da coleta massiva de dados para direcionar condutas, a atenção ou o comportamento de pessoas ou perfis” (Souza; Avelino; Silveira, 2018 apud Machado, 2020, pg. 100). Ao invés de mudar o perfil dos usuários, a modulação parte dos valores e comportamentos preexistentes para propor ajustes que representem alterações percebidas como pouco significativas, mas que possibilitam atingir os modelos algorítmicos (O’Neil, 2020).

Os objetivos e valores das programações automatizadas buscam atender os interesses das plataformas digitais. Estas se caracterizam como empresas com interesses econômicos privados, voltados para a lucratividade em modelos de negócios que buscam uma monetarização das plataformas que gerem o acúmulo de riqueza para os proprietários, em alguns casos, satisfazendo clientes que continuem investindo nestas, através, por exemplo de anúncios, e usuários que continuem pagando pelo acesso ou dando audiência. Para entender esses interesses, é necessário compreender as institucionalidades (Martín-Barbero, 2006) das plataformas digitais, marcadas por um discurso público de serviços voltados para usuários que, na verdade, atendem a interesses comerciais privados,

marcados por um ambiente pouco ou quase sem regulação. A confusão entre o público e o privado avança principalmente com a centralidade que estas passam a ocupar na vida social.

As consequências dessa modulação são diversas, tendo tanto efeitos econômicos quanto políticos. Além do crescente desemprego pelos processos de automatização, inclusive em atividades intelectuais pelo uso da inteligência artificial, os algoritmos possibilitam com a coleta, análise e combinação de dados entregar apelos publicitários quase irresistíveis por aproximar-se excessivamente dos desejos e vontades previamente expressas pelos usuários. As postagens patrocinadas nas redes sociais, as notificações de promoção dos aplicativos e os anúncios customizados nos buscadores incentiva a um consumo compulsivo que, por vezes, se efetiva em compras desenfreadas e até endividamento dos usuários ou, em alguns casos, leva a constante picos de frustrações que podem resultar em ansiedade ou depressão (Abjaude; Pereira; Zanetti; Pereira, 2020).

Nas relações políticas, a modulação algorítmica pode levar a duas consequências opostas, mas semelhantemente danosas. A primeira é a criação dos filtros bolhas, também consequência dos procedimentos de indexação, que impedem o encontro entre diferentes visões e posições políticas, podendo o debate público de ideias e diminuindo o manejo do trato com a alteridade e o dissenso. A diversidade e o caráter do discurso público são moldados também pela algoritmização promovida pelas plataformas digitais. A segunda consequência é o encontro dos extremos em publicações marcadas por polêmicas. De um lado, essa entrega de conteúdos inverídicos ou ofensivos, aceleram ações políticas que seguem a lógica algorítmica seja pela entrega de fake news (informações falsas ou fora do contexto) e pela exposição de questões que promovem revoltas, linchamentos virtuais, escrachos coletivos e ou boicotes de consumo. De outro lado, a intensa entrega desse tipo de conteúdo acirra os ânimos dos confrontos nas mídias sociais que, prescindindo de mediação institucional, torna uma constante "guerra de todos contra todos", predominando, por vezes, a força da manada enfurecida.

Os conflitos políticos, neste ambiente regido por algoritmos que buscam audiência, permanência e interação a todo custo, são intensificados. A direita ultraconservadora se amplia principalmente pela propagação de teorias conspiratórias, de ideias preconceituosas e de informações falsas e descontextualizadas. Já a esquerda sectária cresce com movimentos, que possuem uma atuação marcada principalmente em polêmicas causadas por imagens de desrespeito a direitos de grupos "minoritários". Essas exposições, ao invés de gerar um clamor por punição no devido processo legal, de buscar mudanças legislativas ou propor políticas públicas, circulam, nas redes sociais, principalmente para linchar moralmente os envolvidos, condenados sumariamente na viralização da cultura da humilhação e do ódio sem direito a ampla defesa, juiz imparcial e pena proporcional ao delito (Freitas, 2017). A discussão de mudanças estruturais progressistas, como políticas afirmativas de inclusão social, de eficiência e

controle público do judiciário e de equidade de gênero e raça, são ofuscadas ou colocadas em segundo plano pela política editorial dos algoritmos e atuação de alguns grupos modulados por estes. O linchamento sumário se torna a ação principal deste tipo de militância digital que dispensa a mediação institucional, debilitando a política para a promoção do conflito político e a transformação dos adversários em inimigos (Mouffe, 1996). A luta pelo direito à comunicação, nesse ambiente algoritmizado, torna-se, por isso, necessária não só para a democratização da comunicação, mas da própria sociedade.

Cidadania Comunicativa nas plataformas digitais

Entender a cidadania comunicativa como a formalização, o reconhecimento e o exercício do direito à comunicação no uso dos algoritmos é um dos principais desafios sociais do mundo atual onde as plataformas digitais, cada dia, ganham centralidade, permeação e adensamento na vida em sociedade. Para isso, é necessário compreender que a luta pelo direito à comunicação é uma construção histórica, relacionada aos valores democráticos da liberdade política, tendo três principais marcos na história europeia e americana: a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão da Revolução Francesa (1789), a Declaração de Direitos da Constituição Estadunidense (1791) e a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) (Costa Filho, 2021a). O manifesto francês versa sobre a comunicação de ideias e pensamentos como princípio da liberdade dos cidadãos. Já a primeira emenda à Constituição dos Estados Unidos veta qualquer restrição legal à liberdade de expressão e de imprensa. Na Declaração Universal dos Direitos Humanos, essa garantia ganha uma abrangência midiática. A liberdade de expressão se aplica a quaisquer meios independentemente de fronteiras.

As discussões sobre esse direito avançam com a demonstração do fluxo unilateral das informações dos países mais ricos para os países mais pobres, através do Relatório "Um Mundo, Muitas Vozes" da Unesco, conhecido também como Relatório MacBride, apresentado na Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas de 1980. O relato sugere a construção de uma Nova Ordem Mundial das Informações e da Comunicação. Desta maneira, a liberdade à expressão evolui para direito à comunicação que prevê também o duplo fluxo da comunicação e a isegoria (Chauí, 2008), ou seja, garantia dos diversos atores sociais de serem vistos e ouvidos de forma equânime nos espaços midiáticos. Para isso, é fundamental a promoção do acesso, das apropriações e da participação social nos meios de comunicação (Costa Filho, 2021b).

Num ambiente permeado pela atuação das plataformas digitais, esse desafio se expande primeiro porque a visibilidade social depende, em grande parte, da capacidade de exposição nas redes sociais onde circulam as principais informações, opiniões, ideias e imagens das sociedades atuais. Assim, não basta mais somente poder expressar-se e publicar o conteúdo no ambiente digital. É necessário garantir que seja "entregue" aos vários públicos ultrasegmentados pelas redes sociais digitais, mesmo que isso dificulte a maximização da monetarização destas. Segundo, porque os critérios de "entrega" destas publicações são regidos pela política editorial dos algoritmos, que, além de opaca e, por vezes, inescrutável, possui os interesses de audiência, permanência e monetarização, em muitos casos, incompatíveis com princípios democráticos, como a isegoria. Por fim, as plataformas digitais são propriedades privadas, oligopolizadas nas mãos de poucos atores internacionais, que possuem um crescente poder econômico e uma centralidade política. Para refletir o direito à comunicação neste ambiente digital, serão pensadas as questões referentes ao acesso às plataformas digitais, a apropriação destes artefatos e a participação social na gestão destas instituições.

Pensar o acesso às plataformas digitais vai muito além da possibilidade de criar uma conta e usufruir de seus serviços. É imprescindível refletir sobre as condições do uso. Neste sentido, a privacidade dos dados é um quesito que se deve atentar. Os usuários nas plataformas podem ter uma conta e acessar os serviços plenamente sem permitir a coleta de dados de sua navegação, aparelho e/ou conexão? Por mais que a intrusão seja a forma de viabilizar economicamente os serviços ofertados pelas plataformas, além da informação clara e transparente sobre essa coleta e processamento dos dados, é necessário numa relação de reciprocidade e equidade que ofereça alternativas de acesso mais protegidas. Assim, a privacidade, um bem irrevogável da dignidade humana, pode garantir o respeito ao direito humano da comunicação.

Já a apropriação é o processo do usuário de tomar como seu, por meio de reconfigurações dos recursos e ressemantização dos conteúdos das plataformas digitais. Pode ser um processo tático ou estratégico. O primeiro se caracteriza pelos usos diversos da intencionalidade proposta pelas instituições que controlam as plataformas. A apropriação tática, gestada pela inventividade criativa e a necessidade social (Certeau, 2008) dos usuários, pode ser, em muitos casos, reapropriada pelas instituições. Por exemplo, a transformação, através dos usos, do aplicativo Uber para compartilhamento de carona em serviço de transporte comercial, criou a maior empresa da área no planeta, ou a reconfiguração do envio de SMS sem custo, transformou o Whatsapp em plataforma de comunicação interpessoal instantânea e numa gigantesca rede social. No entanto, há casos em que as plataformas disputam e tentam reprimir algumas apropriações táticas, denominadas aqui de hackeamentos. Há exemplos de usos de plataformas de reserva de hospedagem, como o Booking, por algumas pousadas ou hotéis para divulgar suas vagas e manter contato direto com os consumidores, driblando o pagamento de taxas para os

intermediários, através do cancelamento da reserva e da negociação direta⁹⁵. Em cidades de pequeno ou até médio porte, pode-se observar também o uso de plataformas de transporte, como o Uber, para os motoristas captarem passageiros para solicitação de corridas diretamente por meio do WhatsApp⁹⁶.

Já apropriação estratégica depende de processos educativos que empoderem não só os usuários para o pleno manejo dos recursos, mas para o consumo oblíquo, através da crítica às plataformas digitais. A educação crítica para internet necessita para comprometer-se com a cidadania comunicativa ser realizada de forma horizontal e participativa, utilizando de metodologias como a de Paulo Freire, para a promoção da autonomia dos(as) educandos(as). É um processo que pode acontecer tanto no ambiente escolar como, em outros, espaços como movimentos sociais, igrejas, grupos culturais, artísticos e/ou nos próprios meios de comunicação. Para além da crítica, a apropriação estratégica deve possibilitar a produção colaborativa de conteúdos educativos, relacionados a questões como cidadania, meio ambiente e saúde social. Nesta perspectiva, as plataformas são tensionadas para exercer seu papel de compartilhamento dos bens culturais de uma sociedade, promovendo a inclusão social.

A educação crítica para a internet deve também construir a consciência do direito à participação social na gestão das plataformas, como parte da cidadania comunicativa. Esse processo exige a compreensão que esses serviços se tornaram centrais para a vida social, por isso são inevitavelmente de interesse público. Assim, demandam de uma regulação democrática. O próprio fundador da Meta/Facebook, Mark Zuckerberg, em publicação no jornal estadunidense Washington Post em 2019, admitiu essa necessidade para conteúdos prejudiciais, debates eleitorais e proteção e portabilidade de dados (Moraes; Valente, 2020). Regular vai muito além da regulamentação. Enquanto a última se refere a leis, decretos, portarias, entre outras regras, a regulação inclui, ademais das questões legislativas, os investimentos, a fiscalização e o planejamento e a implementação de

⁹⁵Esta situação observei em duas ocasiões. A primeira quando reservei nesta plataforma uma hospedagem em San Cristóbal de Las Casas em julho de 2015 para realizar uma imersão de campo na minha tese de doutorado (Trecho suprimido para manter o anonimato). Pouco tempo depois da reserva, a proprietária da Pousada me contactou, por Whatsapp, para confirmar a estadia, e me disse que se pagasse diretamente a ela, eu seria isento dos impostos cobrados na tarifa, que, na verdade, serviriam para pagar a taxa cobrada pela plataforma ao estabelecimento. Ela esclareceu isso para evitar confusão ao ver uma tarifa mais barata no balcão quando chegasse. Situação semelhante vivenciei numa pousada reservada para uma viagem a passeio numa praia cearense em 2021. Ambas proprietárias me relataram que esta prática era realizada com todos clientes que faziam reserva pela plataforma e era comum entre os proprietários de hospedagens destas regiões.

⁹⁶Em 2019, vivenciei esta situação em Cartagena de Las Indias, Colombia, e, em 2020, em Quixadá, cidade do interior do Ceará. Durante uma viagem internacional de férias, em novembro, na cidade colombiana, notei que em cinco vezes que solicitei um Uber, em diferentes zonas turísticas da cidade, a corrida era cancelada e logo em seguida um táxi aparecia me oferecendo o serviço de transporte. Questionei na recepção do hotel, onde estava, e o recepcionista me explicou que o Uber não funcionava nesta região e só servia para os taxistas localizarem clientes. No Aeroporto, utilizei o aplicativo normalmente. Em maio de 2020, tomei um Uber em Quixadá, durante a corrida o motorista me ofereceu um cartão com o WhatsApp dele e disse que, se pedisse a corrida diretamente a ele, teria 25% de desconto no pagamento em dinheiro. Questionei a situação a um amigo que trabalhava naquela cidade como motorista para esta plataforma e ele me revelou que a prática era comum e eles já haviam criado um grupo no WhatsApp onde compartilhavam os pedidos de corridas que não podiam atender no momento.

políticas públicas para gestar serviços de interesse social. Uma regulação participativa significa a distribuição de poder entre os diversos atores envolvidos, no caso das plataformas digitais, com representantes da sociedade civil, usuários, instituições estatais e empresas em conselhos e espaços como enquetes, consultas e audiências.

Os desafios dessa regulação passam por novas formas de responsabilização, pela promoção de equilíbrio entre empresas e usuários e pela recuperação de um ciberespaço aberto, seguro, estável, acessível e democrático (Moraes; Valente, 2020). As plataformas se configuraram muito mais do que intermediárias, como se apresentavam inicialmente. A política editorial dos algoritmos interfere inevitavelmente na circulação de conteúdos e serviços, tornando os provedores agentes dos serviços oferecidos, por isso devem ser responsabilizados. Já para equilibrar a relação entre plataformas e usuários, é necessário promover proteção especial para os últimos, pois são a parte mais vulnerável. O impacto das plataformas na arquitetura aberta da rede mundial demanda regulamentação específica para garantir a estabilidade, a acessibilidade, a abertura e a segurança da internet. Além disso, precisam submeter-se às regras vigentes, tendo como princípio os direitos humanos acima dos interesses comerciais que atualmente predominam em suas estruturas.

Uma proposta de regulação democrática da internet foi apresentada em março de 2019 por um conjunto de entidades sul-americanas, formadas pelo Observacom do Uruguai, a Associação para os Direitos Cívicos da Argentina, o Coletivo Interozes e o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC) do Brasil. O objetivo é limitar o poder das grandes plataformas e garantir a liberdade de expressão na Internet, tendo quatro principais pontos. O primeiro consiste na preocupação com intervenção, através da moderação, das plataformas no livre fluxo de informações, sem atender padrões de transparência, responsabilidade ou devido processo legal. O segundo é a tentativa dos provedores em tornar-se polícias privadas de conteúdos de terceiros. Já o risco da concentração do espaço público digital nas mãos de poucas empresas privadas é o ponto seguinte. Por fim, a necessidade de elaborar uma regulação democrática baseada nos princípios dos direitos humanos é uma inquietação do documento “Uma perspectiva latino-americana para construir uma regulação democrática que limita o poder das grandes plataformas e garantir a liberdade de expressão na Internet”⁹⁷.

A participação transpassa o âmbito político. É também um aspecto cultural da cidadania (Cortina, 2005). Exige, além da consciência do papel social da cidadania, compromisso e engajamento que resultam em dedicação abnegada. A compreensão de que a cidade, o espaço público e a vida social pertencem a todos(as) é fundamental para a luta do direito à comunicação nas plataformas digitais. Por isso, a cidadania comunicativa demanda a

⁹⁷O documentário está disponível em <<https://www.observacom.org/padroes-para-uma-regulacao-democratica-das-grandes-plataformas-1padroes-para-uma-regulacao-democratica-das-grandes-plataformas-que-garanta-a-liberdade-de-expressao-online-e-uma-internet-livre-e-aberta/>> Acesso: 17/1/22.

construção de laços de pertencimento, a partir da consciência da comunicação como ambiente fundamental para o convívio democrático. Esse processo exige também uma constante autorreflexão (Demo, 1996). O autoritarismo é uma tendência nas pessoas que, além de contenções institucionais, necessitam uma autocrítica que freie ações opressoras. Assim, neste processo de regulação democrática das plataformas digitais autocrítica dos atores que partilham poderes e as políticas públicas devem estar sempre atentas para evitar a inevitável tendência de concentração de poder.

Considerações finais

Construir a cidadania comunicativa numa internet, dominada por plataformas digitais, é um duplo desafio. Primeiro, porque as manobras editoriais dificilmente são percebidas sem uma reflexão crítica mais aprofundada pelos usuários, não só pela opacidade dos algoritmos, mas também pela sensação de autonomia (Wolton, 2012) causada pela liberdade de publicação e manejo das diversas aplicações disponíveis. O direito à comunicação, mais que nunca, neste contexto, desloca-se da liberdade de expressão para a isegoria, isto é, a garantia dos diversos grupos sociais serem vistos e ouvidos. Para isso, a luta social é para programar algoritmos em modelos que favoreçam a diversidade social e o diálogo intercultural.

O segundo desafio é o enfrentamento dos interesses de megagrupos empresariais transnacionais, proprietários das plataformas digitais que concentram usuários e serviços de interesse público na rede mundial. A discussão sobre a cidadania comunicativa no ambiente digital é muito mais do que tecnológica. É sobre institucionalidades que criam discursos e implementam ações sobre as políticas de usos das tecnologias. Além de uma legislação que exige tratados internacionais, é necessário reconhecer a responsabilidade das plataformas, muito mais do que intermediários. As plataformas são artefatos de instituições que não só possuem poder sobre estas, mas também constroem modelos estatísticos com metas, objetivos, valores e previsões que moldam os algoritmos (O'Neil, 2020) para, por sua vez, modular os comportamentos de usuários. Estes modelos precisam ter limites, além da desenfreada busca por monetarização e audiência.

Colocar critérios e limites que prezem o diálogo, os direitos humanos e a horizontalidade relacional nas plataformas e em seus algoritmos é regular democraticamente a internet, que tem inclusive sua arquitetura aberta ameaçada pelo avanço das plataformas, através de aplicativos fechados e quase nenhuma compatibilidade entre si. Mas por outro lado, para que isso seja possível e sustentável, é imprescindível a consciência dos usuários sobre essa complexa teia de relações das plataformas digitais. O caminho para conquistar isso é sem dúvidas a

educação crítica para a comunicação nos diversos espaços sociais, seja formais ou informais. Assim, podemos empreender a construção de uma cidadania baseada na democratização das instituições sociais e da vida social.

Referências

- Abjaude, S.; Pereira, L.; Zanetti, M.; Pereira, L. (2020). Como as Mídias Sociais influenciam na Saúde Mental? **Revista SMAD** 16 (1), 1-3.
- Certeau, M. (2008). **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer**. Vozes.
- Chauí, Marilena (2008). Cultura e democracia. Em: **Revista latinoamericana de Ciencias Sociales CLASCO**. 1 (1).
- Cortina, A. (2005). **Cidadãos do mundo**. Ed. Loyola.
- Demo, P. (1996). **Participação é conquista**. Cortez.
- Costa Filho, I. (2021a). Cidadania Comunicativa: a participação social no direito à comunicação. Em SILVA, Denise; BASTOS, Pablo; MIANI, Rozinaldo; SILVA, Suelen. **Comunicação para Cidadania: 30 anos em luta e construção coletiva**. Gênio Editorial, p. 133-158.
- Costa Filho, I. (2021b). O reconhecimento do receptor-usuário na cidadania comunicativa. **Em Intexto**, 52.
- Evangelista, Rafael. Liberdade é controle. **Outras Palavras**. Disponível em <<https://outraspalavras.net/tecnologiaemdisputa/internet-liberdade-e-controle/>> Acesso em 5/10/2019.
- Freitas, E. (2017). Lincamentos virtuais: ensaios sobre o desentendimento humano na internet. **Antropolítica** 42 (1). p. 140-163.
- Gillespie, T. (2018). A relevância dos algoritmos. **Revista Parágrafo** 6 (1).
- Hine, Christine (2016). Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. Em: Campanella, B.; Barros, C.. **Etnografia & Consumo Midiático: novas tendências e desafios metodológicos**. E-papers. P. 11-27.
- Jenkins, H. (2009). **Cultura da Convergência**. Aleph.
- Machado, D. (2020). A modulação algorítmica de comportamento e suas categorias operativas a partir das patentes da Facebook Inc. **Revista Epitc**. 22 (2), p. 97-111.
- Martín-Barbero, J. (2006). **Dos Meios às Mediações**. Ed. UFRJ.
- Miège, B. (2000). O pensamento comunicacional. Vozes.
- Moraes, M.; Valente, J. (2020). Regulação de plataformas digitais: mapeando o debate internacional. **LIINC em Revista** 6 (1). p. e5100.
- Mouffe, C. (1996). **O regresso do político**. Gradiva.
- O’Niel, C. (2020). **Algoritmos de destruição em massa**. Editora Rua do Sabão.

- Terra, C. (2019). Relações públicas digitais como alternativa aos algoritmos das plataformas de mídias sociais. **Revista Organicom**. 16 (30), p. 27-42.
- Suarez-Villa, L. (2009). **Technocapitalism: a critical perspective on technological innovation and corporatism**. Temple University Press.
- SILVEIRA, S. (2019). **Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas**. Edições SESC-SP.
- WOLTON, D. (2012). **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Sulina.

Rogério Luiz Covaleski

Considerações iniciais

Na presente pesquisa, refletimos sobre fenômenos contemporâneos da relação entre comunicação e consumo, em especial, às adaptações das estratégias persuasivas da publicidade e das novas retóricas do capital frente a um processo de empoderamento e à maior conscientização dos consumidores. Partimos do pressuposto que "comunicação e consumo formam um todo indivisível, interdependente" (BACCEGA, 2014, p. 53) e, nesse sentido, propomos realizar uma breve retomada de preceitos de Jean Baudrillard sobre A Sociedade de Consumo, e de Max Weber sobre a "ética da convicção" e a "ética da responsabilidade", propomos diálogos entre variados autores para repensar a postura – seja espontânea ou calculada – de anunciantes que se veem desafiados pelo dinamismo dos mercados atuais e pelos novos papéis que desempenham os chamados consumidores políticos.

A partir das contribuições de A Sociedade do Consumo (BAUDRILLARD, 2009), traçamos um percurso reflexivo dialogando com autores que se põem em conversa com alguns dos conceitos-chave da obra baudrillardiana. Partimos do contexto mercadológico atual, sujeito a um silenciamento nas representações dos corpos diferentes

⁹⁸O presente texto é uma versão atualizada e ampliada de trabalho apresentado no GT Consumos e Processos de Comunicação, do XXV Encontro Anual da Compós, e posteriormente adaptado para as discussões da mesa "A publicidade entre a cidadania e o controle", do Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação do 44.º Congresso da Intercom, realizada em 6 de outubro de 2021.

nas narrativas publicitárias (HOFF, 2012), apoiados em uma visão antropológica sobre as representações de consumo (ROCHA, 2006; 2010), e sem omitirmos as críticas às técnicas persuasivas da publicidade (COELHO, 2003), passamos às estratégias criativas da publicidade que nos induzem ao consumo (CARRASCOZA, 2014), e discutimos campanhas de publicidade que defendem causas socialmente responsáveis (COVALESKI, 2015a; 2015b), que de alguma forma procuram subverter a nova retórica do grande capital (ROCHA, 2004). Levantamos questões sobre a ética do discurso publicitário à luz da lógica weberiana da ética da responsabilidade e da ética da convicção (WEBER, 1993) e no contexto do consumo político (FEENSTRA, 2014). A reflexão é entremeadada por descrições de casos que exemplificam a complexidade das relações aparentemente simétricas entre consumo e publicidade, e presumivelmente assimétricas entre marcas e consumidores, na contemporaneidade.

O consumo midiático e a recepção de conteúdos

Em tempos de revisões conceituais e reconfigurações da prática mercadológica, a publicidade se vê na desafiadora tarefa de amearhar mais que audiência a seus discursos, mas, sim, atenção e interesse ao que propaga na entendida era da economia da atenção. Buscando eficácia comunicacional, necessita ter precisão no direcionamento da mensagem, de acordo com o que Martinuzzo (2014) propõe como endereço certo, e oferecer conteúdo de interesse para que a comunicação cumpra papéis outros que vão além da direta indução ao consumo. Situamo-nos em um contexto de mídias cada vez mais customizáveis, nas quais a definição exata da interlocução e a presteza do que se oferta são fundamentais para tornar eficaz o processo de comunicação. Como argumenta o mesmo autor (2014, p. 20), "em linhas gerais, trata-se da aplicação da lei da oferta e da demanda, essencial na teoria econômica: à medida que a quantidade de informação disponível cresce, aumenta a demanda por atenção, insumo indispensável ao consumo das mensagens informacionais".

Mas, como ressalta Peres-Neto (2016), lembrando o clássico estudo de Katz (1957), o processo de recepção e produção de sentidos sociais nunca se dará em sua totalidade, por mais que se inclua a rede de comunicações interpessoais e contextuais que convertem a atenção em seletiva. Nesse contexto, poderíamos, ainda, abordar elementos tais como a noção de que toda atenção sempre será seletiva (LAZARFELD; BERELSON; GAUDET, 1948) ou sobre os processos de exposição defensiva e dissonância cognitiva (FESTINGER, 1957), que também fazem parte da discussão sobre atenção e recepção. Em contraposição à visão economicista, não devemos reduzir o debate sobre a espinhosa relação entre sujeitos-receptores e a produção de mensagens e conteúdos comunicacionais.

A propósito, vale nos pautarmos pela visão de Toaldo e Jacks (2013, p. 8) sobre as diferenças entre estudos sobre o consumo midiático e os estudos de recepção – no presente texto, adotamos a concepção e nos orientamos pelo segundo termo:

No primeiro caso, o do consumo midiático, enfatiza-se seu entendimento como estudos da ordem da relação mais ampla com os meios de comunicação, sua presença no cotidiano pautando tempos, espaços, relações, percepções etc. No caso dos estudos de recepção, trata-se de detalhar aspectos do fenômeno midiático na dimensão de seus conteúdos, fechando o foco de observação, o que não significa dispensar uma análise do consumo midiático para adentrar nas práticas dos receptores.

Assim sendo, interessa-nos refletir sobre a percepção do público sobre estratégias baseadas na consolidação do chamado “conteúdo de marca” ou *branded content*, já legitimado como categoria de enquadramento e avaliação dos principais festivais internacionais de publicidade – o que é, sem dúvida, um balizador da prática mercadológica –, o que nos faz supor que se descortinam tempos de interessantes avanços e criativas soluções comunicacionais. Estratégias tendo como base as narrativas publicitárias em processo de hibridização com outras linguagens e expressões, e capazes de protagonizar histórias em multiplataformas – tal qual a exigência de consumo do conteúdo midiático que o indivíduo contemporâneo solicita e de acordo com suas capacidades de recepção e interação. Mas, esse conteúdo produzido pelas marcas, em si mesmo, corresponde a um modelo capaz de amearhar a audiência e induzi-la ao consumo?

Na visão de Baudrillard (2009, p. 148-149), a histórica função de comunicação massiva da publicidade não procede de seus conteúdos, de seus modos de divulgação, de seus objetivos manifestos – sejam eles econômicos ou psicológicos –, nem de seu público real. Em vez disso, ela procede a partir de sua própria lógica como um meio autônomo, isto é, de um meio que não se refere a objetos reais, a um mundo real, a um referente, mas, sim, refere-se de um signo ao outro, de um objeto ao outro, de um consumidor ao outro.

Da mesma forma, sobre pensarmos a relevância das inovações na publicidade da sociedade atual, repleta de imaterialidades e intangibilidades, João Ciaco entende que:

a publicidade não mais se voltaria a somente evidenciar os produtos e suas qualidades, ou as marcas e seus atributos, mas passaria a exaltar visões de mundo, valores e ideias com a finalidade de aproximar os clientes, fidelizá-los, diferenciá-los pelo seu consumo, aproximá-los ou distanciá-los entre si, para permitir – ou legitimar – a criação de grupos, tribos, segmentos, identidades comuns e compartilhadas (CIACO, 2013, p. 64).

Como propusemos anteriormente (COVALESKI, 2010), para atender em parte às novas demandas comunicacionais, defendemos que se faz necessária uma publicidade híbrida, composta por quatro dimensões constituintes que se hibridizam: dimensão de persuasão – discurso persuasivo diluído na narrativa, com a aplicação de recursos suasórios que facilitem o convencimento do receptor quanto ao conteúdo proposto pelo emissor da mensagem; dimensão de entretenimento – função de entreter do produto midiático destinado a sorver de ludicidade os momentos vagos e de contemplação dos indivíduos, e que possibilita, ao mesmo tempo, fruição estética e distração intelectual, contribuindo, ainda, para a formação repertorial-cultural do público-receptor e para movimentar uma pujante indústria de lazer e conteúdo; dimensão de interação – capacidade de mediação, cuja forma de comunicação mediada possibilita, a partir de mecanismos de ação entre emissores e receptores, a interferência em conteúdos disponibilizados em plataformas comunicacionais suscetíveis a estas ações; dimensão de compartilhamento – gerar uma alta probabilidade de recomendação, levando o receptor a espontaneamente partilhar conteúdos sorvidos a partir da experiência empreendida.

Tais capacidades somadas contemplariam parte das relações entre marcas e consumidores na atualidade, e associadas às lógicas vigentes das esferas da produção e da recepção, parecem trazer rearranjos às práticas de consumo em algum nível demandas pelos conteúdos marcários que preveem a participação ativa de sua audiência. Assim, vale lembrarmos as características constituintes dos polos da produção e da recepção:

As práticas de produção têm como cenário predominante os aspectos econômicos, políticos e culturais que correspondem aos dispositivos de sua lógica como a "competitividade industrial", as "ideologias profissionais" e as "estratégias de comercialização", por exemplo. O cenário das práticas de recepção é composto principalmente pelos aspectos do contexto cotidiano dos sujeitos e seu perfil sociopolítico-econômico, situacional e cultural que remetem às suas múltiplas lógicas definidas pelo "habitus de classe", e à "competência cultural" (PIEDRAS, 2009, p. 73).

Mas a agressiva competitividade mercadológica e o ímpeto da diferenciação comunicacional, por vezes, repercutem nas estratégias publicitárias das marcas, estandardizando políticas de comunicação à semelhança do que se vê na comoditização de produtos e serviços. Em uma perspectiva sobre o círculo vicioso do crescimento, Baudrillard (2009, p. 24) afirma que é claro que os "danos" decorrentes dos efeitos técnicos e culturais da racionalização e da produção em massa, são rigorosamente incalculáveis. E como complementa Piedras (2009), embora a interpretação da mensagem publicitária se dê no âmbito das práticas de recepção, apesar de partir de parâmetros definidos pela produção no anúncio, não necessariamente corresponde a eles. Para a autora, "as

possibilidades de interpretação vão desde o aceite pelo receptor do sentido preferencial, posição hegemônica dominante, passando pela negociação e chegando à sua completa oposição" – concluindo a partir das proposições de Stuart Hall (2006).

Embora com níveis de atenção diferentes quanto ao crescente ativismo de consumidores, anunciantes têm se preocupado em gerar conteúdos que não encontrem oposição por parte do público-alvo, visando recuperar uma condição hegemônica de estágios anteriores de relacionamento, ao menos para estar em uma condição de negociação tácita com seu público – já que o regime de dominação parece ser um retrato de época cada vez mais remota.

Nesse cenário, por exemplo, ressalte-se um incremento recente observado na produção de conteúdo e na atenção dispensada pelos anunciantes à representação de minorias, excluídos e *diferentes* em seus discursos persuasivos. Para Hoff (2013, p. 153), a propalada diversidade que se nota em um número crescente de peças publicitárias "coloca em ebulição temas que estão no cerne da formação sociocultural brasileira e que estavam silenciados nesse gênero midiático". Mas, respondendo a demandas sociais ou a um posicionamento estratégico que tais representações estão sendo priorizadas pela comunicação publicitária de algumas marcas? – ainda neste estudo, iremos propor uma analogia à luz da teoria weberiana da ética da responsabilidade e da ética da convicção, sobre como se posicionam as marcas em relação à questão.

A título de ilustração, após uma campanha por maior diversidade na indústria de brinquedos viralizar em redes sociais com a hashtag "*#ToysLikeMe*" ["brinquedos como eu", em tradução livre], a fabricante britânica Makies criou uma nova linha de bonecas que apresentavam algum tipo de deficiência física em sua constituição. A coleção inclui modelos com bengalas e deficiência auditiva, além de outras que possuem sinais de nascença e cicatrizes. Personagens cadeirantes também estão sendo desenvolvidos pela equipe de design e produção, como afirma reportagem⁹⁹. Outra marca de bonecas, Barbie, preocupada com a diversidade e disposta a disseminar uma imagem corporal mais saudável, vai ganhar uma coleção de brinquedos com três tipos diferentes de corpos, sete novos tons de pele e 22 variações de cores de olhos. Segundo a fabricante, as bonecas serão divididas entre o biótipo *Curvy*, com corpo curvilíneo; *Tall*, versão mais alta do que a padrão; *Petite*, cujas proporções atenderão às garotas de menor estatura; além da boneca original. Mais que novos formatos de corpos, haverá modelos de bonecas com cortes de cabelos de diferentes cores e texturas. Alguns traços étnicos também serão representados. A marca afirma que, assim, as chances de uma garota se sentir representada por uma boneca aumentarão consideravelmente¹⁰⁰.

⁹⁹Disponível em: <https://goo.gl/5wu3TB>. Acesso em: 16 mar. 2022.

¹⁰⁰Disponível em: <https://goo.gl/mM7z1X>. Acesso em: 16 mar. 2022.

Porém, segundo Hoff (2013, p. 153), "a publicidade estaria tentando administrar as contradições sociais negando as estruturas assimétricas de poder na formação de nossa sociedade". Mas, vale ressaltar que podem haver exceções à regra. Para a autora, "a comunicação publicitária também tem promovido deslocamentos significativos nos regimes de visibilidade, o que nos leva a questionar sobre as significações produzidas a partir da publicização dessas representações".

Tais deslocamentos parecem ser capazes de evidenciar que as estruturas de produção e consumo induzem o indivíduo a uma prática dupla de representação de seu próprio corpo, como propõe Baudrillard: a do corpo como capital e a do corpo como fetiche (ou objeto de consumo). Em ambos os casos, a publicidade cooptará esse corpo para o inserir, de um lado, de acordo com os interesses dos anunciantes, de outro, conforme a reivindicação dos consumidores. De toda forma, na absoluta maioria dos exemplos, um corpo idealizado pelo e para o consumo, que segue a lógica fetichista de o ver como uma mercadoria, um objeto.

Reforçando a visão de Baudrillard, e ainda sobre os regimes de visibilidade impostos pela publicidade, em uma pesquisa que orientamos (SILVA, 2014), e a partir da análise de um corpus que contemplou 1685 anúncios publicitários veiculados na revista *Veja*, no ano de 2013, somente três anúncios abordavam a condição de deficiência dentre as pessoas que protagonizavam as peças – o que corresponde a menos de 0,2% de anúncios com corpos que apresentem alguma deficiência. No Brasil, dados do IBGE (2010) revelam que aproximadamente 45 milhões de pessoas são portadoras de algum tipo de deficiência, seja física, auditiva, motora ou mental, o que corresponde a cerca de 24% da população brasileira. Esses cidadãos reivindicando a condição de igualdade, convivem com o consumo e se valem dos discursos publicitários para auxiliá-los nas decisões de compra, em detrimento da falta de representatividade e visibilidade proporcionada pela publicidade. Discorrer sobre o corpo do indivíduo com deficiência é fortalecer a reflexão acerca da inclusão social desses indivíduos, por isso da necessidade de mais pesquisas que evidenciem esse quadro.

A representação dos *diferentes* também se associa às questões identitárias e discursivas das produções publicitárias, desde que se leve em conta questões contextuais e conjunturais, como propõe Trindade (2012, p. 28), a partir da identificação da existência de duas grandes redes discursivas atuando na esfera global e na esfera nacional. Na primeira delas, "as possibilidades interdiscursivas são amplas, porém com recorrências a valores dados universais que constroem o padrão global ou mundial, não explorando/esgotando a totalidade da riqueza das redes intertextuais que podem ser estabelecidas"; na segunda, que inclui "manifestações regionais e locais, que também se constituem como estratégia de estímulo ao consumo pela identificação do que tais apelos propiciam a partir de aspectos do país". Constatações que nos fazem lembrar as cíclicas demonstrações de civismo, patriotismo e brasilidade em épocas de Copas do Mundo e de Jogos Olímpicos, por exemplo, quando discursos de anunciantes da esfera global revestem suas publicidades das cores verde e amarela e ressaltam estereótipos do imaginário brasileiro.

Mas, simbolicamente, como somos representados pela publicidade? Em um estudo sobre as representações do consumo, Everardo Rocha (2006, p. 65) afirma que "os anúncios publicitários formam um sistema simbólico fundamental, pois, através deles, é possível divisar um vasto panorama do estilo de vida da sociedade contemporânea". Para esse antropólogo, "investigar o discurso publicitário permite entender aquilo que na ideologia brasileira está no plano global, compartilhando experiências culturais contemporâneas, como as marcas da singularidade – o local em nossa cultura". Assim, em tese, poderíamos nos localizar como consumidores e compreendermos o papel que desempenhamos na esfera do consumo. Serviria para entendermos a razão de nossas decisões frente aos convites incessantes que recebemos para adquirir produtos, vivenciar experiências, produzir e compartilhar informação ou, simplesmente, desfrutarmos de conteúdo midiático.

Para entender o consumo, é preciso conhecer como a cultura constrói essa experiência na vida cotidiana, como atuam os códigos culturais que dão coerência às práticas e como, através do consumo, classificamos objetos e pessoas, elaboramos semelhanças e diferenças. E assim ver que os motivos que governam nossas escolhas entre lojas e shoppings, marcas e grifes, estilos e gostos – longe de desejos, instintos ou necessidades – são relações sociais e projetos coletivos. Ele é um dos grandes inventores das classificações sociais que regulam as visões de mundo, e talvez nenhum outro fenômeno espelhe com tanta adequação um certo espírito do tempo – face definitiva de nossa época (ROCHA, 2006, p. 86).

Diante do exposto por Rocha, evidencia-se como alguns substratos do contingente de consumidores acabam mais penalizados pelos discursos estigmatizados da publicidade estandardizada. Dentre eles, por exemplo, as mulheres, em geral, têm sido um alvo constante das narrativas publicitárias que, por vezes, apresentam abordagens desrespeitosas e que levam à misoginia, contribuindo para a manutenção de discriminações e preconceitos. Como lembra Rocha (2006, p. 118), sobre as representações femininas, "a bruxa, a fera, o demônio, a serpente, a escuridão e o sexo são simbolismos claros de um imaginário ocidental, no qual a imagem da mulher fatal sempre causou paixão e ódio, por causa de todos os 'perigos' que ela oferece à razão masculina-civilizatória". Consideremos para isso os inúmeros casos de denúncias ao CONAR [Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária] de publicidades ofensivas – as campanhas de cervejas, a título de exemplo, sobressaem-se nesse quesito – que insistem na adoção de estereótipos mesmo diante de um alegado empoderamento das mulheres e do ativismo feminista estar alerta a essas visões reducionistas dos papéis femininos. Muitos desses casos culminam em procedimentos de censura ética por parte de órgãos normativos e/ou reguladores, pois como pontua Schultz (2005, p.11), "as normas éticas da própria profissão (elaboradas por várias entidades de classe correlatas) podem impedir, sim, a alguém, de veicular tal Publicidade se ela for abusiva ou agressiva a princípios, costumes locais, instituições etc."

Retomando a partir de nossa compreensão de empoderamento, nesse contexto, visto como alegado e não propriamente instituído e posto, em decorrência de o entendermos como uma reapropriação ou reelaboração de uma consciência coletiva que gera efeitos, em algum nível, à superação de barreiras sociais e ao enfrentamento político. Mas, que nem sempre gera uma capacidade de emancipação individual e de conscientização coletiva, mesmo em sua condição dinâmica de busca pela mudança, pois as forças divergentes, de um lado tendo os consumidores e, de outro, as marcas anunciantes e os conglomerados de comunicação, estão longe de serem equilibradas.

Como reforça Rocha (p. 118), "na publicidade, esse simbolismo é disposto visando a promover o consumo como salvação e o produto como elemento indispensável para a constituição de uma 'natureza' da mulher em nossa cultura". São mensagens carregadas de ideologias, modelos e práticas, e que acabam por legitimar "determinadas ações e performances como chaves para que os atores sociais possam dominar certas regras da sociabilidade feminina contemporânea", complementa o autor.

Tendo em vista uma dicotomia de ordem econômica, a publicidade ocupa um espaço entre dois domínios fundamentais do circuito econômico: o domínio da produção e o domínio do consumo. Como vê Rocha (2010, p. 78), "mediatizando a oposição, desfazendo e conciliando a interação existente entres estes dois domínios, a publicidade recria a imagem de cada produto". Essa mesma publicidade que dá conta de atribuir identidade e particulariza objeto, capacitando-o a uma existência desarticulada das relações de produção. Para o antropólogo, "pelas marcas do mundo dentro do anúncio, o produto vive em meio a relações humanas, simbólicas e sociais que caracterizam o consumo". O autor entende que no domínio da produção, o consumidor está alienado e alijado de escolhas, pois se encontra sob efeito de uma produção destituída da marca humana. A lógica de uma produção seriada, impessoal e anônima prevalece, atendendo a segmentos sociais descontínuos. Evidencia-se aí uma contradição entre o caráter massivo do processo produtivo dos objetos e o caráter individualizado do consumo. Enquanto no domínio da produção se evidencia a ausência do humano, no consumo ele se faz protagonista, como define Rocha (2010, p. 83): "no domínio do consumo, o homem é 'rei', como diz a publicidade. No domínio da produção, é 'escravo', como diz Marx".

Nesse ambiente, propiciado pelas relações de consumo, em que pessoas e objetos se relacionam e se reconhecem, gera-se uma idiosincrasia pelos valores de uso de produtos genéricos, como propõe Rocha (2010, p. 85): "Da construção, o lar. Do vinho, a cerimônia. Da roupa, a identidade. Da comida, a refeição. Um processo social permanente de seres humanos definindo-se num espelho de objetos e a estes num espelho de homens". A partir dessas associações que a publicidade promove e nas quais se personalizam produtos, atribuindo-lhes um "calor" – como Baudrillard se refere ao fenômeno –, as mercadorias deixam de ser determinadas somente por seu valor

intrínseco ou por sua funcionalidade e ganham algo que a produção massiva não daria conta de atender. Como afirma Carrascoza (2014, p. 55), "a publicidade é justamente o mediador entre a produção industrial, desumanizada, e o consumo, humanizado, fazendo a nomeação, a individualização dos produtos, para o consumidor".

Continuemos a reflexão tentando identificar os interesses dos anunciantes por trás de suas ações comunicacionais.

Os interesses das marcas e as posições assimétricas entre elas e os consumidores

Em uma visão crítica sobre a sedução que a publicidade impõe sobre o consumidor a ser conquistado/convencido com a promessa que seus desejos se realizarão com a aquisição do produto que está se promovendo, Coelho (2003) afirma se tratar da crença da onipotência. Nela, confere-se ao consumidor a capacidade de concretização de desejos por meio do consumo. Porém, tal conquista se mostra efêmera tão logo o consumo se dê, e logo novos convites publicitários serão feitos para novas compras, que enquanto não ocorrerem, gerarão a sensação de impotência pela incapacidade de concretização do sonho de consumo. Para Coelho, as mensagens publicitárias, em suas artimanhas suasórias, têm a capacidade de limitar nosso senso de decisão autônoma: "A publicidade diz o que devemos desejar, por que devemos desejar e como os desejos podem ser realizados: a dimensão instintiva foi colocada a serviço da reprodução da sociedade capitalista de consumo" (COELHO, 2003, p. 9).

Complementarmente, Bauman (2014, p. 73) pontua que "o nível de nossa atividade consumista e a facilidade com que adquirimos um objeto de consumo e o substituímos por outro 'novo e melhorado' é o principal parâmetro para medir nossa posição social e nossa pontuação na competição para ter êxito na vida". Enfim, somos parametrizados pelo que, pelo quanto e como consumimos. Nesse ponto, relembremos o caráter milagroso do consumo, conforme propôs Baudrillard (2014, p. 11 – tradução nossa): "As satisfações que os próprios objetos conferem são [...] o reflexo antecipado da grande satisfação virtual, da opulência total, do jubileu final de milagres definitivos, cuja esperança louca alimenta a banalidade diária". Para o autor, "essas satisfações menores também são práticas de encantamento, meios de captura, conjuração, bem-estar total, a beatitude". São milagres interpostos pelo consumo no cotidiano de cada indivíduo. Enfim, síntese de um cenário que demonstra o poderio da publicidade, mesmo quando sua força motriz movimenta o estreitamento de relação entre marcas e consumidores, mas não de indução direta ao consumo, como postula Baccega:

o consumo é, ele próprio, um código capaz de se comunicar com os sujeitos, ele tem uma linguagem que é possível identificar e compreender; no âmbito da difusão dos produtos e serviços, apresentados como necessidades nas várias esferas e revelados como índices de classificação social; na importância que a publicidade assumiu em nossa época, também chamada de era da publicidade (BACCEGA, 2014, p. 54).

Seguindo no raciocínio, Carrascoza (2014, p. 54) afirma que "o sistema publicitário reproduz padrões de comportamentos e modus vivendi expressando temas e valores sociais, de acordo com a 'lógica da gratificação'" – em alusão à visão de Baudrillard sobre a postura maternal que a sociedade assume, por meio da publicidade, por promover a satisfação das necessidades de consumo. E complementa desfazendo uma máxima do senso comum quanto aos propósitos da publicidade, de indução direta ao consumo: "o discurso persuasivo não visa tanto a compulsão pela compra, mas à adesão do consumidor ao consenso social anunciado. Daí porque Baudrillard afirma que a publicidade é apenas um álibi para o consumo".

Ainda como reforço sobre o referido papel maternal assumido pela sociedade na era do consumo, Coelho (2003, p. 11) relembra como a publicidade afeta as subjetividades individuais, fazendo-nos regressar à "experiência narcísica vivida na infância e preservada no inconsciente". Como lembra o autor, "na cultura do narcisismo, o consumidor projeta suas necessidades nas mercadorias, assim como no narcisismo primário a criança projeta suas necessidades na mãe".

A publicidade procura estabelecer uma relação de identidade entre os consumidores e os objetos industrializados. O discurso publicitário dirige-se ao consumidor de forma singularizada, procurando fazer com que os objetos feitos em série sejam vistos pelo consumidor como produtos feitos especialmente para ele. Embora a sociedade capitalista de consumo seja a 'mãe de todos', cada um dos seus membros precisa sentir-se como 'filho único' (COELHO, 2003, p. 11).

Mas há dois lados a considerarmos na relação entre o indivíduo consumidor e o ato de consumo. Como Baudrillard (2009) afirma, o discurso de promoção do consumo pode se apresentar em dois vieses: um primeiro, enaltecedor, que exalta a abundância e propaga as benesses de se consumir; e outro – um contradiscurso – que é crítico e moralizante, e que ressalta os prejuízos que os exageros consumistas podem causar aos indivíduos, em particular, e à sociedade, como um todo. Para o filósofo francês, trata-se de um discurso passível de ser ouvido em diferentes esferas: "não só no discurso intelectualista, sempre disposto a se distanciar desdenhosamente dos

'valores primários' e das 'satisfações materiais'; hoje é possível ouvi-lo na própria 'cultura de massas': a publicidade se parodia cada vez mais e integra em sua técnica publicitária a contrapublicidade" (BAUDRILLARD, 2009, p. 250). Não por acaso, os diferenciais competitivos entre bens e serviços cada vez mais similares, têm sido buscados pelos valores agregados à marca – valores de ordem moral, sustentáveis, politicamente corretos etc.

Os valores estéticos – beleza ou atração – e os econômicos – êxito, luxo ou ostentação –, têm uma clara preponderância nas mensagens publicitárias frente a outro tipo de valores como os morais – solidariedade, igualdade e tolerância. O que constata que a publicidade não reflete todos os valores de uma sociedade senão que se concentra naqueles que fomentam modos de vida consumista. A publicidade não reflete a sociedade e seus valores senão o que pretende para moldá-la a seu gosto com fins bastante claros (FEENSTRA, 2014, p. 27 – tradução nossa).

O autor prossegue arguindo sobre as questões que se levantam quanto aos valores atribuíveis a marcas e produtos. A indagação é sobre quais valores se promovem, visto que muitos apelam a tendências egocêntricas – sucesso, poder, autoestima, prazer etc. – e, em menor número, a valores altruístas – solidariedade, amizade, convivência, cidadania etc. –, ainda que notemos uma tendência pela adoção de valores mais igualitários ou solidários, como demanda a sociedade atual.

Como nos lembra Maria Eduarda da Mota Rocha (2004, p. 51), "a associação das marcas a 'valores' não é nova. O que mudou foi o conteúdo predominante nesses 'valores', cada vez menos intrínsecos ao usufruto funcional e distintivo do produto". Seguindo sua reflexão sobre a nova retórica do grande capital, a autora afirma que as publicidades que buscam construir e consolidar marcas vêm sendo sustentadas por conceitos-chave de responsabilidade social e de qualidade de vida. E à comunicação publicitária coube expor e disseminar essa lógica. Os conceitos-chave dessa retórica se tornaram as respostas mais recorrentes à falta de legitimidade desse capital perante o consumidor final – sobretudo se considerarmos o capital investido em publicidade por alguns segmentos econômicos, como a indústria automobilística e o setor bancário, ressalta a autora, que em sua tese busca equacionar as evoluções no discurso publicitário com as dimensões políticas e socioeconômicas do capitalismo.

Ainda segundo Rocha (2004, p. 66), a responsabilidade social "responde aos custos coletivos da modernização brasileira, em que a industrialização está longe de significar desenvolvimento e bem-estar generalizado", enquanto a qualidade de vida "refere-se aos custos pessoais dessa mesma modernização, que produziu novas formas de escassez, como o tempo, o espaço e as relações puras". Peres-Neto (2016) complementa, a partir de Rocha (2010), que "o capitalismo se vale do plano retórico da publicidade para projetar a ideia de que os interesses

do capital e o bem-estar coletivo e individual poderiam caminhar em sintonia". Mas na visão de Peres-Neto, "trata-se de um movimento retórico, próprio do neoliberalismo, que serve apenas de um anteparo às críticas ao capitalismo". A consagração de campanhas publicitárias com essa construção retórica no circuito dos festivais publicitários, e alusivas ao bem-estar individual e à conscientização coletiva a causas beneficentes de toda ordem, reforçam a constatação que não há transformação da sociedade, mas, sim, a manutenção do capitalismo como modo de produção, ainda que tal viés fique diluído em narrativas publicitárias lúdicas, emotivas e cativantes – em mais um flagrante de desequilíbrio entre as partes.

Na lógica social do consumo, como propôs Baudrillard (2009), no nível sociológico não existe equilíbrio. O equilíbrio é uma fantasia do ideário economicista, afirma. Toda sociedade produz diferenciação, discriminação social e esta organização estrutural se baseia, entre outros aspectos, no uso e distribuição de riqueza. Tal visão, só reforça o contexto assimétrico que envolve produtores e consumidores quanto às suas posições econômica, política e retórica.

Seria, portanto, factível pensarmos na imputação de responsabilidades aos anunciantes, implicando no cumprimento de princípios éticos e em consonância com o chamado consumo político?

A ética da convicção, a ética da responsabilidade e o consumidor político

Sintomaticamente, vemos surgir movimentos em prol de causas sociais e para os quais a indústria da publicidade parece se propor a empunhar bandeira. No âmbito da comunicação publicitária, o conceito de causa social pode ser compreendido pela transformação da realidade social vivenciada para se construir outra realidade, a desejada, e que inclua nesse processo transformador a participação de todos os atores que intervêm no sistema publicitário, desde anunciantes e meios até os consumidores finais.

E é nesse cenário que sobe ao palco um cidadão contemporâneo mais consciente da dimensão ética e política que acompanha o consumo e que, paulatinamente, começa a exigir outro tipo de informação de parte das empresas, uma comunicação mais racional e útil para avaliar seus modelos de produção, e que o leva a um consumo mais consciente e politizado. Como defende Feenstra (2014, p. 120), "o consumo político se define como um conjunto de ações empreendidas por cidadãos que escolhem produtos e serviços a partir de critérios políticos, sociais e éticos". As decisões de aquisição passam a ser determinadas a partir das políticas de produção e não mais somente baseadas na relação qualidade-preço. Tais decisões do consumo político são apoiadas em valores e atitudes das empresas e se relacionam com questões de justiça e equidade nas práticas empresariais de tais

marcas. Os consumidores políticos compreendem que por trás das decisões de compra há aspectos que transcendem o privado. Entendem que há implicações sociais e políticas por trás do hábito cotidiano de ir às compras.

Em concordância com Feenstra, entendemos o consumo político como uma forma atual de participação cidadã por meio da qual se buscam mudanças consistentes nas práticas de consumo, assim como para alterações nas políticas de produção das empresas. Esse modelo de "consumo ativo" se expressa em duas vias, como propõe o autor espanhol: a primeira, consiste em informar ao público sobre políticas específicas de produção das empresas a partir da elaboração de relatos que busquem publicizar a atuação da empresa e de conscientizar os cidadãos sobre suas práticas; na segunda via, o consumo político também pode se expressar em vertente negativa, com o boicote à marca ou, ainda, em uma concepção positiva, o *buycott*. No viés negativo, busca-se rechaçar tal empresa em decorrência do que se compreenda como má política de produção segundo critérios sociais, meio ambientais, morais, éticos etc. No viés positivo, o consumidor político realizaria campanhas espontâneas em favor do consumo da marca em razão de uma série de critérios éticos para com os quais há concordância mútua.

Tendo em vista tais possibilidades de repercussão por parte dos consumidores políticos, muitas marcas têm assumido o ônus de investir em publicidades com e de causas, na expectativa de atender a necessidades de grupos minoritários não contempladas pelo poder público, como, também, esboçar um perfil altruísta, o que lhe traria um bônus em benefício de sua imagem marcária. Nesse contexto, agir responsável e eticamente impõe às marcas agir pensando nas consequências delas mesmas para com os consumidores ou, em especial, com o público relacionado à causa. Coadunam tais práticas benevolentes às narrativas publicitárias, talvez na expectativa de reverter em valor agregado à marca a repercussão positiva conquistada com essas ações sociais.

Seguindo com o raciocínio, em livre analogia, recorramos à proposição de Weber (1993) sobre a ética da responsabilidade e a ética da convicção – originalmente cunhadas no âmbito das arenas políticas:

toda a atividade orientada segundo a ética pode ser subordinada a duas máximas inteiramente diversas e irredutivelmente opostas. Pode orientar-se segundo a ética da responsabilidade ou segundo a ética da convicção. Isso não quer dizer que a ética da convicção equivalha a ausência de responsabilidade e a ética da responsabilidade, a ausência de convicção (WEBER, 1993, p. 113).

Inspirados na proposição de Weber, e devidamente adaptada do cenário político para a arena da comunicação, quanto maior a capilaridade de público atendido por determinada empresa, maior seria a probabilidade de haver o afastamento de suas convicções marcárias e a adoção de comportamentos orientados pelas circunstâncias

mercadológicas. Esse afastamento dos valores marcários e a adoção de posturas comunicacionais, muitas vezes contraditórias, seriam determinados pela *ética da convicção* e pela *ética da responsabilidade*. Nessa lógica, a *ética da convicção* é o conjunto de normas, valores e crenças que orientam o comportamento da marca em seus pronunciamentos midiáticos. Já a *ética da responsabilidade* representa o conjunto de normas e regulações externas ou de recomendações internas, que orientam a decisão da marca a partir da necessidade de sua manutenção e sobrevivência como empresa. Ou seja, se de um lado há um posicionamento anunciado e defendido em campanhas e que expressam determinados valores por convicção, de outro, há a realidade empresarial que, por vezes, direciona a posturas contraditórias em relação à comunicação e à governança para se atender a determinações corporativas, legais, de acionistas, de *stakeholders* etc., e que dizem respeito à *ética da responsabilidade*.

A nenhuma ética é dado ignorar o seguinte ponto: para alcançar fins "bons", vemo-nos, com frequência, compelidos a recorrer, de uma parte, a meios desonestos ou, pelo menos, perigosos, e compelidos, de outra parte, a contar com a possibilidade e mesmo a eventualidade de consequências desagradáveis. E nenhuma ética pode dizer-nos a que momento e em que medida um fim moralmente bom justifica os meios e as consequências moralmente perigosos (WEBER, 1993, p. 114).

Então, a *ética da convicção* corresponderia às ações da empresa que colocam em primeiro plano o compromisso com seus consumidores, e que julga irrenunciáveis. Na *ética da responsabilidade*, a manutenção do negócio da empresa é que viria em primeiro plano.

Em exemplo contemporâneo de subversão da retórica capitalista e de adoção de uma *ética da convicção*, a cadeia de *fast-food* Chipotle vem agregando novos valores a sua marca – desconstruindo a máxima de se omitirem os pontos fracos pelos quais poderia fragilizar sua imagem. Com a campanha "O Espantalho", a marca buscou esclarecer os consumidores sobre a origem dos produtos alimentícios que consomem. Na narrativa, minimizou sua própria presença, dando mais ênfase ao viés educativo do filme, direcionando sua estratégia de comunicação à ludicidade de um filme de animação que impacta públicos de todas as idades. Intentou, também, instigar os consumidores a questionar com mais frequência sobre a origem das comidas que consomem, abrindo debate com a cadeia produtiva de alimentos e, evidentemente, pondo em questionamento os processos produtivos de seus concorrentes no mercado de restaurantes de "comida rápida". Do ponto de vista estratégico, a campanha "O Espantalho", de Chipotle, atinge um nível de diferenciação comunicacional relevante frente às ações de seus concorrentes no segmento *fast-food*. O posicionamento de responsabilidade social e a atenção às

políticas de consumo sustentável, igualmente, rompem com paradigmas antigos ao assumirem o risco de evidenciar fragilidades comuns no setor e ao proporem uma reflexão sobre um tema claramente delicado para as grandes cadeias de restaurante – de como se dá o processo produtivo de seus alimentos. Na imprensa, suscitaram questões sobre os reais interesses da marca. Críticas mais contundentes presumiam que se tratava de uma tentativa cínica de transformar alguns dos maiores temores dos consumidores sobre determinados métodos agrícolas de produção, ao tentar estabelecer maior rejeição às marcas concorrentes, que não evidenciam em seu discurso publicitário as mesmas preocupações sustentáveis de Chipotle. Mesmo com a tentativa de esclarecer sobre a origem dos ingredientes usados em seus pratos e de demonstrar que evita práticas nocivas aos animais e ao meio ambiente, o discurso de Chipotle, em realidade, parece ficar aquém da almejada transparência de seus processos produtivos e dos ideais defendidos na narrativa – afinal, a história mostra como presumivelmente os concorrentes o fazem, mas não esclarece por completo como a própria Chipotle realiza sua produção em larga escala (COVALESKI, 2015a).

No âmbito da legitimação pelos pares, o campo da publicidade pode ser avaliado em parâmetros fornecidos pelos grandes festivais internacionais. Tendo em vista a edição inaugural do *Lions Innovation*, em 2015 – evento paralelo ao *Cannes Lions International Festival of Creativity* e cujas premiações buscaram reconhecer e celebrar a relação entre tecnologia, dados e ideias –, os cases desse festival apresentaram inovações desde soluções tecnológicas para marcas a plataformas de tecnologia para publicidade. Presentes no festival, notamos a prevalência de campanhas com causas sociais dentre as ações e produtos premiados no *Innovation*, mas, por outro lado, ao compararmos essas propostas inovadoras com aquelas mais próximas do que compreendemos por publicidade estandardizada – quanto a seu propósito comercial, seu discurso persuasivo e de indução ao consumo, e seu formato padronizado de veiculação –, dentre os cerca de 40 mil trabalhos inscritos na edição 2015 do *Cannes Lions*, somente 226 defendiam alguma causa social. Percebemos, assim, que o propósito por mudança na indústria publicitária está apenas dando passos iniciais e ainda claudicantes (COVALESKI, 2015b). E nesse cenário observado, pareceu-nos que a *ética da responsabilidade* pautou os interesses da maior parte dos anunciantes presentes ao evento, em aparentes demonstrações de busca por ganho de visibilidade via responsabilidade social.

Como exemplifica Carrascoza, de forma recorrente, a indústria da publicidade busca amenizar sua imagem negativa de promotora do consumo exacerbado oferecendo algumas possíveis contrapartidas à sociedade:

Criticados por disseminar não apenas o consumo, mas o consumismo, os publicitários, movidos pela lógica de seu campo, elaboram gratuitamente campanhas de interesse públicos para ONGs que, em geral, não têm recursos para pelos seus serviços, assim como cobrir os custos de

veiculação para promover a sua causa. É nesse contexto, entre outros, por exemplo, que a ajuda-mútua entre agências de propaganda e meios de comunicação impressos ou eletrônicos é acionada (CARRASCOZA, 2014, p. 61).

Seguindo a mesma lógica que norteia esses publicitários que se preocupam em gerar contrapartidas à sociedade, os próprios consumidores cumprem papéis colaborativos, de ajuda mútua, com a troca de impressões sobre suas respectivas experiências de consumo, como, por exemplo, em sites de hospedagem como TripAdvisor e Booking.com. Já os casos de *crowdsourcing* se multiplicam em nível exponencial, onde aplicativos, movimentos e negócios descentralizados e das mais variadas áreas e com inúmeros propósitos colhem resultados significativos a partir das conexões *peer-to-peer*, em geral voluntárias, de pessoas comuns, cuja troca esperada é a da retribuição às vantagens que obtiveram a partir da colaboração recebida.

Afinal, como afirma Bauman (2014), mesmo que em absoluto nível de disparidade com as corporações, somos todos consumidores. E essa condição nos garante direitos e nos imputa obrigações. Para o sociólogo polonês, estamos condicionados a buscar nas lojas as soluções a todos os problemas e dificuldades. Para ele, os indivíduos têm compreendido o consumo como a solução que os afasta das dificuldades e lhes gera satisfação.

Desde o berço até o túmulo nos educam e nos treinam para usar as lojas como farmácias cheias de medicamentos que curam ou ao menos mitigam todos os males e aflições de nossas vidas e de nossas relações com os demais. As lojas e as compras adquirem deste modo uma verdadeira e plena dimensão escatológica (BAUMAN, 2014, p. 73).

Parafraseando o sociólogo estadunidense George Ritzer, Bauman conclui que os supermercados são nossos templos; as listas de compras, nossos breviários, e os passeios pelos centros comerciais se converteram em nossas peregrinações. Compras impulsionadas pelo desejo de ter, não obstante que a atratividade do objeto seja fugaz, passageira, até que um novo e mais atrativo item nos seja oferecido. Para o autor, essas seriam nossas emoções mais fortes a serem vividas na sociedade de consumo. "A plenitude do desfrute do consumidor significa a plenitude da vida. Compro, logo existo. Comprar ou não comprar já não é a questão" (BAUMAN, 2014, p. 74).

Nesse quadro, instalam-se novas segregações, como vê Baudrillard (2009, p. 50) sobre como a hierarquia social adere a critérios mais sutis: "o tipo de trabalho e responsabilidades, o nível de educação e da cultura (a maneira de consumir bens atuais pode muito bem ser para ser uma espécie de 'bem raro'), participação em decisões. O conhecimento e poder são ou serão os dois grandes bens escassos de nossas sociedades de abundância".

Considerações finais

Neste breve percurso reflexivo, pudemos discorrer sobre como ambições capitalistas, por vezes, ensejam oportunismos discursivos revestidos de boas intenções. A partir das percepções de diferentes autores, mas sempre tendo em vista as articulações entre comunicação e consumo, evidenciou-se como ainda haverá um longo – e utópico – caminho a percorrermos até vermos todos os indivíduos sendo representados com igualdade pelas narrativas publicitárias.

Mesmo diante de crescentes demonstrações de avanços nos regimes de visibilidade, ainda persiste a percepção de haver a sobreposição dos interesses comerciais às responsabilidades sociais, em cada campanha de publicidade que se anuncia como responsável e dedicada à causa que defende – naturalmente, pois esperarmos que tais ações sejam desprovidas de intencionalidade comercial suporia ingenuidade na análise, mas, o escamoteamento da intenção poder supor certa falta de autenticidade. Causas sociais das mais diversas naturezas têm sido encampadas por agências, veículos e anunciantes – mas a moeda de troca, parece-nos, altera-se do convite às compras para a adesão a um consenso social travestido de valor marcário. Talvez estejamos sendo iludidos pelo poder que o domínio do consumo nos propicia, e nos tornamos dependentes e fragilizados pelo domínio da produção.

Sermos consumidores nos revela uma condição paradoxal, de podermos pelo ato do consumo dispor de tudo o que desejamos, desde que troquemos nosso tempo, espaço e relações puras por aquilo que desejamos possuir. Independente de conteúdos que nos entretenham, emocionem, cativem e nos engajem, não há ação comunicacional destituída de intencionalidade – por mais espontânea ou calculada que seja – e, ao fim, os interesses do capital são os que prevalecem. Dispormos de mecanismos colaborativos que nos concedam mais voz, poder e ação, estão entre municiamentos que nos ajudariam a mitigar esse enfrentamento tão desigual. Tal qual concluiu Baudrillard (2009, p. 254), "assim como a sociedade da Idade Média encontrou equilíbrio ao apoiar-se em Deus e no diabo, a nossa é equilibrada buscando apoio no consumo e em sua denúncia".

À guisa de fechamento, mesmo que se evidencie que a complexidade do que foi observado ultrapasse em muito estas considerações aqui elencadas, pudemos refletir sobre um cenário no qual o consumo midiático se relaciona diretamente com a capacidade de recepção e de interação do público com os conteúdos marcários, mas, em um contexto de posições assimétricas entre consumidores e marcas, evidenciam-se os interesses mercadológicos das empresas, mesmo quando destituídos de natureza comercial aparente em narrativas hibridizadas com elementos de informação, entretenimento e educação. As perspectivas da ética da convicção e da ética da reponsabilidade expuseram como as marcas podem operar suas estratégias comunicacionais e empresariais à luz de uma ética que se acomoda às circunstâncias que lhe são apresentadas, e mesmo quando

almejam boas finalidades, por vezes são compelidas a agir em discordância com suas convicções, priorizando a responsabilidade para com seus stakeholders. Mas, como sentenciou Weber (1993, p. 114), "nenhuma ética pode dizer-nos a que momento e em que medida um fim moralmente bom justifica os meios e as consequências moralmente perigosos". É nesse cenário que o consumidor político vem à tona, e se fortalece a cada dia na luta pelo que julga correto e justo na relação que estabelece com as marcas que consome. E as marcas que se coadunam às causas de interesse de tais consumidores, estreitam e fortalecem laços de uma relação que tende a jamais encontrar total equilíbrio – mas, qualquer ação no sentido de gerar equidade entre as partes e diminuir a assimetria, tende a ser bem recebida.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. **La sociedad de consumo**. Sus mitos, sus estructuras. Madrid: Siglo XXI de España, 2009.
- BAUMAN, Zygmunt. **¿La riqueza de unos pocos nos beneficia a todos?** Barcelona: Paidós, 2014.
- CARRASCOZA, João Anzanello. **Estratégias criativas da publicidade: consumo e narrativa publicitária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.
- CIACO, João Batista Simon. **A inovação em discursos publicitários: comunicação, semiótica e marketing**. São Paulo: Estação das Letras, 2013.
- COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **Publicidade: é possível escapar?** São Paulo: Paulus, 2003.
- COVALESKI, Rogério. **Da Publicidade ao Consumo: ativismos, reconfigurações, interações**. Recife: Ed. UFPE, 2020.
- COVALESKI, Rogério. **Narrativa como estratégia publicitária para ações de responsabilidade social e de políticas de consumo sustentável**. In: Anais eletrônicos do Colóquio Narrativa, Média e Cognição. Porto – Portugal: UCP, 2015a.
- COVALESKI, Rogério. **Responsabilidade, Solidariedade e Sustentabilidade: causas sociais no Cannes Lions Innovation Festival 2015**. In: Anais eletrônicos do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, set.2015. Intercom: São Paulo, 2015b.
- FEENSTRA, Ramón A. **Ética de la publicidad: retos en la era digital**. Madrid: Dykinson, 2014.
- FESTINGER, Leon. **A theory of cognitive dissonance**. Evanston: Row Peterson, 1957.
- HALL, Stuart. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- HOFF, Tânia. **Produção de sentido e publicização do discurso da diferença na esfera do consumo**. In: ROCHA, Rose de Melo; CASAQUI, Vander. **Estéticas midiáticas e narrativas do consumo**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- KATZ, Elihu. **The two step flow of communication: an up-to-date report of an hypothesis**. In: **Public Opinion Quarterly**, n.21, 1957.

- LAZARSELD, Paul. BERELSON, Bernard. GAUDET, Hazel. **The people's choice**. Nova Iorque: Columbia University Press, 1948.
- MARTINUZZO, José Antonio. **Os públicos justificam os meios: mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção**. São Paulo: Summus, 2014.
- MÜLLER, Gustavo. **A ética da convicção versus a ética da responsabilidade**. Disponível em: <goo.gl/LvtXeA>. Acesso em: 27 out.2017.
- PERES-NETO, Luiz. **Relato sobre o texto Consumo e Publicidade: entre interesses e responsabilidades**, de Rogério Covalleski. In: XXV Encontro Anual da Compós. Goiânia: UFG, 2016.
- PIEDRAS, Elisa Reinhardt. **Fluxo publicitário**. Anúncios, produtores e receptores. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**. Um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 2010.
- ROCHA, Everardo. **Representações do consumo: estudos sobre a narrativa publicitária**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Mauad, 2006.
- ROCHA, Maria Eduarda da Mota. **A nova retórica do capital: a publicidade em tempos neoliberais**. São Paulo: Edusp, 2010.
- ROCHA, Maria Eduarda da Mota. **A nova retórica do grande capital: a publicidade brasileira entre o neoliberalismo e a democratização**. In: Cultura do Consumo. v.1, n.2, 2004. São Paulo: ESPM, 2004.
- SCHULTZ, Roberto. **O Publicitário Legal: alguns toques sem juridiquês, sobre o direito da publicidade no Brasil**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.
- SILVA, Keliny Cláudia da. **A visibilidade do corpo diferente na publicidade brasileira: políticas de inclusão ou politicamente correto?** Monografia de Graduação em Publicidade e Propaganda. Recife: UFPE, 2014.
- TOALDO, Mariângela. JACKS, Nilda. **Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção**. In: Anais do 22.º Encontro Anual da Compós. Salvador: UFBA, 2013.
- TRINDADE, Eneus. **Propaganda, identidade e discurso: brasilidades midiáticas**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- WEBER, Max. **A Política como vocação**. In: *Ciência e política: duas vocações*. São Paulo: Cultrix, 1993.

4ª PARTE

**Sobre o direito e o dever de
resistir: a comunicação na
trincheira**

Comunicação e Democracia: sobre o direito e o dever de resistir¹⁰¹

Fernando Oliveira Paulino

Vivemos um período histórico no qual resistir é cada vez mais uma condição para existir. Por um lado, há significativas adversidades associadas a dupla pandemia (sanitária e autocrática) que acomete países como o Brasil. O planeta tem sido colocado em xeque por restrições ligadas aos efeitos do coronavírus e à ascensão ao poder de grupos que fazem uso do sistema democrático para colocar em risco a própria democracia.

As adversidades atuais estão paradoxalmente inseridas em momento com oportunidades políticas, sociais, tecnológicas e, por que não?, comunicacionais, como será exposto a seguir. Para isso, é preciso pensar a partir de perspectiva e fatos históricos.

Baseado, por exemplo, no tema da mesa e da celebração dos 100 anos do nascimento de Paulo Freire, é possível tecer paralelos, por exemplo, nas experiências inovadoras propostas e realizadas por Freire e por pessoas à sua volta ou inspiradas por ele que continuam sendo bastante úteis.

Para além de suas atividades como um dos intelectuais brasileiros de maior repercussão dentro e fora do país, Paulo Freire teve uma frutífera trajetória como formulador e gestor de políticas públicas, tendo sido não apenas Secretário Municipal de Educação durante a gestão de Luiza Erundina (1989-1992) em São Paulo, mas também e bem antes disso, amparou-se em suas práticas e reflexões associadas à literacia em Angicos-RN para oferecer

¹⁰¹Texto derivado da apresentação realizada na mesa "Sobre o direito e o dever de resistir: a comunicação na trincheira", organizada durante o 44.o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Unicap, Recife-PE, 2022.

importantes contribuições em lugares como Brasília nos primeiros anos da capital. Suas ações, estimuladas por educadores como Anísio Teixeira e Darcy Ribeiro, e com uso de tecnologias de comunicação e informação¹⁰² foram perseguidas e restritas no período da ditadura militar (1964-1985), mas não deixaram de existir.

Tentativas de invisibilização, restrição e embaraços às atividades realizadas pelos educadores citados acima foram difundidas, mas se revelaram insuficientes para apagar suas relevâncias e possibilidades de retomada no momento de retorno de mínimas condições de democracia.

É saudável pensar que algo semelhante pode acontecer para manter ainda mais acesa a chama da esperança de transformação ou, pelo menos, de regresso de condições razoáveis de participação e de diálogo da sociedade brasileira com seus Poderes Públicos.

Dessa forma, atividades importantes de resistência e, nessa perspectiva, de compreensão da trincheira como uma proteção, como abrigo, como uma forma de criar transformações podem ser realizadas. Tais medidas não se limitam à educação, que é a área na qual há mais possibilidade e compreensão das contribuições de pensadores e realizadores como Paulo Freire, mas também em estudos e práticas de campos como a comunicação, especialmente em momentos nos quais a democracia não se constitui ou deixa de ser um sistema em condições plenas de funcionamento.

Assim sendo, diferentemente do período localizado nas décadas de 1970, 1980 e 1990, quando havia indicadores, relacionados a ciência política, de crescimento da percepção positiva da democratização e de seus reflexos na diluição do poder, na diminuição da assimetria entre o Poder Executivo e o Legislativo e Judiciário e conseqüentemente na democratização da sociedade, temos vivido uma situação internacional de crescimento, especialmente em países como o Brasil, da chamada autocratização, prática anualmente estudada e sistematizada por iniciativas como o V-Dem da Universidade de Gotemburgo, Suécia.

Esse fenômeno pode ser explicado por medidas que promovem a centralização no Poder Executivo. Na realidade brasileira, tal situação atrai ainda mais preocupação em função da histórica hipertrofia de poder no Governo, especialmente na escala federal, em relação ao Legislativo e ao Judiciário. Outros pontos de risco são constantes os ataques à liberdade de expressão ou violência contra jornalistas, sistematizados em relatórios produzidos nos últimos anos por organizações como Repórteres Sem Fronteiras¹⁰³, como a FENAJ¹⁰⁴.

Levar em conta a matriz histórica e o panorama atual podem oferecer melhores compreensões e sistematizações de experiências, inclusive em ações de ensino, pesquisa e extensão desempenhadas por pessoas relacionadas a instituições de educação superior, em especial ao que se refere à comunicação.

¹⁰² Como pode ser verificado no trecho do filme "As 40 horas de Angicos", disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=64qUSQbc1fk>

¹⁰³ <https://rsf.org/pt/brasil>

¹⁰⁴ Relatórios disponíveis em: <https://fenaj.org.br/relatorios-de-violencia-contrajornalistas-e-liberdade-de-imprensa-no-brasil/>

A histórica desigualdade socioeconômica brasileira traz reflexos nas possibilidades e desafios associados ao acesso à informação e à comunicação. Por um lado, é visível (e, com o perdão do trocadilho, audível) o crescimento do uso do celular como instrumento de acesso e troca de informações. Por outro, a prevalência de uso da internet via aparelhos móveis demonstra limitações de interatividade ligada, por exemplo, ao tamanho da tela e aos pacotes limitados de dados, criando ou consolidando uma espécie de ilusão da conexão ou uma acessibilidade de ou na aparência. Infelizmente, esse fenômeno não se limita ao acesso à internet e é muito perceptível em outras circunstâncias nas quais a aparência se sobrepõe ou ao menos hegemoniza a essência.

Em síntese, há crescimentos significativos do acesso à informação, do acesso a tecnologias de comunicação e conseqüentemente do número de pessoas que conseguem receber e também produzir e compartilhar conteúdos. Porém, estruturalmente a desigualdade significativa nesse acesso persiste, porque há um contingente significativo de pessoas sem as mesmas ou próximas condições ou até sem acesso. Se por um lado é motivo de congratulação o fato de que mais de 75% das(os) brasileiras(os) tem feito uso regular da internet, por outro 1/4 da população, sobretudo de faixas etárias mais avançadas, menor renda e reduzida literacia ainda estão à margem da internet.

A ausência de conectividade aumenta a lacuna com quem tem acesso regular também no âmbito dos direitos e dos deveres. Além das informações proporcionadas por veículos de comunicação e grupos via Mídias Sociais, a internet tem sido plataforma prioritária e permanente em relação a alguns serviços e setores de políticas públicas. Parece ser razoável pleitear que políticas públicas sejam postas em prática para que as (os) cidadãos saibam quais são suas responsabilidades e possibilidades.

Além disso, é evidente que as tecnologias contemporâneas de informação e de comunicação têm possibilitado produções e acessos alternativos, incluindo aí interações entre pessoas e também em plataformas que oferecem cursos cada vez mais abertos e acessíveis¹⁰⁵. De maneira conexa a essa possibilidade de recepção, é fundamental promover condições para uma recepção qualificada, treinada e educada e também uma situação na qual as pessoas tenham condições de compartilharem seus sentimentos, suas posições e suas manifestações. Esses aspectos são determinantes para a necessidade de fortalecimento das atividades da chamada educomunicação ou da alfabetização midiática, da literacia midiática ou da educação e da comunicação. Ou seja, para além das reflexões que são essenciais, é preciso cuidado para que políticas públicas sejam desenvolvidas e se pautem no ideário da equidade no relacionamento entre seres humanos e tecnologias dentro e fora da internet.

¹⁰⁵“Massive open online courses” (MOOCs) são iniciativas que se expandiram significativamente nos últimos anos, como pode ser observado em: <https://www.openenglishprograms.org/UpcomingMOOCs>

Cada vez mais instruir e educar as pessoas para o acesso à internet se demonstra uma tarefa que, inclusive, pode trazer reflexos no conhecimento e no exercício de direitos civis, políticos e sociais. Isto é, que permita também que a relação entre as pessoas e o Estado Democrático de Direito que eu quero acreditar que vai continuar a existir.

A partir das mobilizações por acesso como receptor(a), no âmbito da informação e da internet, talvez seja preciso imaginar e colocar em prática medidas de resistência e trincheira que promovam a produção e a distribuição de conteúdos ampliando uma ontologia majoritária de que aparelhos e sinal para a recepção esgotam a experiência de contato com a internet. Resistir e existir nesse momento pode significar dar um passo mais aberto para frente e encontrar maneiras de reivindicar e conseguir comunicação, algo que implica receber e difundir e também estar preparado para analisar e entender processos comunicacionais por medidas como oficinas e formação dentro e fora das instituições escolares.

As eleições brasileiras de 2018 e tudo o que tem havido de seus reflexos até hoje exemplificam a relevância social e política da internet e seus reflexos. Se por um lado, as pessoas têm na palma da mão dispositivos que podem ser importantes passarelas de informação e de transferências internacionais, por outro a ausência ou reduzida literacia mediática tem contato direto com dispersões e conflitos. Pensar, qualificar-se e práticas maneiras adequadas de uso reúne condições para mais sustentabilidade no uso e em todas as suas formas. Essa formação é uma falha, uma lacuna e também um convite (ou uma trincheira) para que instituições de educação superior, seus estudantes e professores encontrem formas de interagir e alterar. Treinar as pessoas para um uso mais educado da internet também pode contribuir para que o público coloque os poderes em xeque utilizando ferramentas de acesso à informação para monitorar e aperfeiçoar as práticas públicas realizadas pelo Estado e outras instituições que produzam efeitos na vida em sociedade.

As iniciativas sistematizadas acima podem também trazer um impacto positivo na percepção que parte significativa da população tem em relação ao papel desempenhado e a ser desempenhado pelas instituições de educação superior. Desenvolver medidas diretamente ligadas aos interesses mais imediatos pode auxiliar numa melhor compreensão sobre a área da comunicação e também na percepção das tarefas de graduação e de pós-graduação das universidades. Nos últimos anos, há tentativas oficiais e extraoficiais de diminuir a utilização de textos pioneiros da educação, produzidos por autores como Paulo Freire, Anísio Teixeira e Cecília Meireles. As tecnologias de informação e comunicação associadas a professoras(es) podem ser importantes ferramentas para um melhor preparo para uso precário, excessivo ou dependente.

Outro impacto efeito proporcionado por instituições de educação superior nessa trincheira é a propagação de medidas de literacia que contribuam para a circulação de informações e práticas preventivas às fake news, às desinformações, ou seja, ao compartilhamento de informações equivocadas ou dolosas, proporcionado uma

educação científica bastante premente. A compreensão sobre o que acontece há nossa volta tem sido exposto mais abertamente também em função dessa convergência entre a pandemia política e a pandemia sanitária. Mesmo com soma superior a 660 mil mortes, por exemplo, há vozes contrárias à vacina e práticas que se revelaram bem sucedidas. Para transformar tal realidade, é essencial contribuir com a elaboração e a realização de uma educação científica na sociedade brasileira.

Uma maneira sustentável de expandir canais de comunicação pública e de literacia mediática é criar novos espaços e também estabelecer novas práticas em ambientes já estruturados. Por que não resistir a tentações autoritárias e, ao mesmo tempo, fazer dos sites das universidades ambientes menos dirigido por informações protocolares ou de propaganda ("gestor(a) fez, gestor(a) faz") e passar a utilizar o portal, rádio e/a televisão para difundir conteúdos também vinculados a práticas realizadas pelos estudantes para promoção de comunicação científica, tornando-se ou fortalecendo suas posturas de instrumentos de comunicação pública.

Mais pessoas poderiam ser informadas e criar vínculos com as instituições de educação superior se as faculdades e universidades conseguissem realizar com planejamento, organização e sustentabilidade um trabalho de divulgação científica e da reorientação da comunicação e da educação como trincheiras, inclusive para criar vínculos dentro das comunidades universitárias, dentro dos cursos e dentro das unidades acadêmicas.

Parâmetro estimulador para um novo ambiente podem ser inclusive as métricas de ascensão profissional e progressão funcional. Quando uma instituição define e orienta tais critérios em função de necessidades compartilhadas no lugar de atividades individuais, há mais possibilidades de instituições de educação superior vibrantes e com ações coletivas.

Uma reorientação das universidades nas suas atividades de gestão de pessoal e de comunicação e informação também poderia ser útil para a criação de vínculos a partir de ações de comunicação intra-universidade e também extra-universidade, especialmente com ações de extensão que têm um potencial mobilizador bastante significativo a partir de encontro com as pessoas de dentro e de fora das instituições de educação superior¹⁰⁶.

Outro vetor importante de resistência e trincheira existencial é o conjunto de associações científicas e acadêmicas, sobretudo aquelas, como a Intercom, ligadas à Comunicação. As entidades têm um poder mobilizador que cada vez mais está presente ao longo de todo os anos, transcendendo os períodos de realização dos Congressos e Seminários periódicos. É fato e motivo de felicitação a quantidade de interações proporcionadas por painéis, apresentações em Grupos de Trabalho e produção e circulação de posições, artigos e cartas muitas delas vinculadas direta ou indiretamente a algo que merece um pouco mais de nossos esforços. Junto a outros

¹⁰⁶Na Faculdade de Comunicação da UnB, temos realizado desde 2001, experiência de Comunicação Comunitária que produziu, dentre outros resultados, uma webserie chamada "Minha Planaltina" com resultados interessantes de mobilização social e territorialização. Um exemplo de trabalho realizado pode ser visto em: <https://www.youtube.com/watch?v=rKWUjYw1px4&t=2s>

campos do conhecimento, sobretudo das ciências humanas e sociais, a comunicação pode alcançar mais condições de realizar suas atividades de ensino, pesquisa e extensão quando práticas de equidade científica forem colocadas ainda mais em prática.

Possivelmente, outras áreas do conhecimento enxerguem a importância do que fazemos mais como atividade "meio" do que como atividade científica finalística. Comunicar melhor os resultados das nossas atividades não apenas como meio, mas também como fim, como atividade finalística, como campo do conhecimento.

Peço permissão para dar um exemplo. A pesquisa de alto nível em Geologia tem produzido importantes condições para marcos normativos e práticas que reorganizaram os resultados da exploração mineral no Brasil e isso merece reconhecimento e recursos. Na Comunicação, dentre tantas outras citações, tivemos contribuições substanciais para a formulação e aprovação da Lei de Acesso à Informação que tem orientado não apenas políticas públicas proativas, mas também medidas preventivas ou de redução de danos a tentações autoritárias. Entendo que vale a pena conversar com colegas de outras áreas do conhecimento sem sentir qualquer tipo de inferioridade e, baseado nisso, buscar mais condições para nossas práticas e, claro, para que outras áreas também tenham melhores condições para suas atividades¹⁰⁷.

Talvez o sofrimento dos últimos anos possa contribuir com a alteridade necessária para alterar ou reificar medidas de resistência em transformação mútua. Quem sabe quando as pandemias passarem, um dia elas passam, haja ainda mais possibilidades de alcançarmos, ombro a ombro, um envolvimento compartilhado mais forte de entidades de educação superior, associações científicas, pesquisadores, estudantes, professores, e integrantes da sociedade em geral realizando atividades conjuntas de mais resistência e encontro com uma realidade coletiva baseada em essências individuais mais saudáveis e democráticas.

¹⁰⁷ Levantamentos de volumes de recursos aplicados por área do conhecimento em Editais de Entidades de Apoio a Atividades Científicas, número de bolsistas de produtividade por área e até mesmo a quantidade (possivelmente desproporcional) de professores titulares por Institutos e Faculdades podem ser bons parâmetros para a necessidade de ações afirmativas em favor da equidade científica.

Pela disputa do caráter público da comunicação: práticas e horizontes estratégicos

Helena Martins e Marina Polo

Introdução

A comunicação é, cada vez mais, parte estruturante e significativa da vida na sociedade contemporânea, o que verificamos em nosso cotidiano marcado pela mediação tecnológica das mais diversas atividades sociais e na produção teórica sobre sua relação com as dinâmicas sociais mais gerais, como atestam conceitos como sociedade da informação, sociedade do conhecimento e capitalismo de plataforma, entre outros.

A percepção dessa centralidade mobiliza tanto grupos atrelados ao status quo quanto aqueles que buscam construir contra-hegemonia. Os primeiros historicamente valem-se dos meios de comunicação que dominam para defender seus interesses mais imediatos e para conformar uma cultura adequada à organização capitalista da sociedade, a qual é legitimada por eles, como é evidente na cobertura noticiosa dos veículos tradicionais. Quanto às chamadas novas tecnologias, são utilizadas tanto para estes fins quanto para outros, a exemplo das formas contemporâneas de exploração do trabalho, das quais o trabalho mediado por plataformas é uma expressão, e de controle social, cada vez mais ampliado por mecanismos digitais de vigilância.

Embora aliados da propriedade dos meios de comunicação, diversos sujeitos subalternizados buscam ocupar, criar, dar visibilidade às suas visões de mundo e disputar os rumos da organização social. A história da América Latina é permeada pela existência de jornais alternativos e veículos comunitários. Com seu desenvolvimento e

barateamento, as novas tecnologias ampliaram essas possibilidades. É o caso da intervenção feita em redes sociais que são utilizadas para a divulgação de uma série de vozes historicamente invisibilizadas e para a articulação de resistências. As disputas e contradições, portanto, atravessam a história da comunicação ontem e hoje.

Desde os anos 1980, as possibilidades associadas ao novo cenário comunicacional ensejaram tanto práticas quanto uma série de leituras que advogam a superação do controle hegemônico dos meios de comunicação. O deslocamento dos estudos do campo da Comunicação para os usos e apropriações sociais dos conteúdos foi desenvolvido a ponto de confirmar uma preocupação manifestada por Barbero (1999), que tratou como risco o possível desligamento dos estudos de recepção dos processos de produção da economia da produção e do poder ideológico dos meios.

Tal tratamento se deu exatamente no momento em que as tecnologias tornavam-se funcionais à mundialização do capital, à homogeneização cultural em torno de um modo de vida mercantil e à instrumentalização delas para novas formas de controle social. Seguindo a cartilha neoliberal, houve ampliação da racionalização e da quantificação da vida social, apresentadas sob o rótulo da "eficiência", como parte do deslocamento da centralidade do debate político, para a qual contribuíram a implosão da URSS e a desintegração do bloco soviético no início dos anos 1990.

Uma nova mirada crítica ganha lastro no momento atual, pois "a crise mundial promove e envolve dentro de si a crise da ilusão que identifica progresso e capitalismo", afirma Arizmendi (2012, p. 07), que aponta, ao contrário, o par progresso e devastação como constituintes do século XXI. Do ponto de vista da Comunicação, práticas de vigilância, uso de dados para manipulação política, desinformação, concentração em torno de plataformas digitais, impactos ambientais, entre outros problemas, têm sido percebidos como ameaças sistêmicas.

Tal situação evidencia a necessidade de pensar as práticas e horizontes estratégicos das resistências, tendo em vista as relações de poder em que estamos inseridos e que conformam desde as infraestruturas utilizadas, como as plataformas digitais, à dinâmica cultural do tempo presente. Para contribuir com esse esforço, desenvolvemos, neste texto, reflexões sobre a necessidade de uma transformação profunda no macrossetor da comunicação. Para tanto, partimos do questionamento da **forma social** da comunicação atual; buscamos compreender a **sociologia da tecnologia** e avançamos para a defesa de uma comunicação tomada como direito e orientada, **desde seus fundamentos**, por uma perspectiva pública.

Nesse percurso, partimos da Economia Política da Comunicação e dialogamos com autores que pensam a cultura, a comunicação e a tecnologia como práticas relacionadas com o contexto social em que se desenvolvem: Paulo Freire, Raymond Williams e Álvaro Vieira Pinto. O diálogo com os dois primeiros autores, que completam,

ambos, cem anos de nascimento em 2021, tem sido proposto por diversos autores, dentro e fora do Brasil¹⁰⁸. Agregamos a esse potente encontro um olhar sobre a tecnologia a partir de Álvaro Vieira Pinto. Sua contribuição exerceu influência sobre Paulo Freire, mas ainda nos parece pouco explorada no campo da Comunicação, o que pretendemos buscar desenvolver aqui, ainda que de forma introdutória.

1. Forma social da comunicação

Paulo Freire não chegou a desenvolver uma teoria da comunicação, mas seu legado ao campo é reconhecido (BERGER, 1999; LIMA, 2004), especialmente no que tange à compreensão desenvolvida sobre a cultura como criação humana, práxis dialógica. O problema do conhecimento, tão caro aos debates contemporâneos sobre a comunicação, percorre sua obra. Em *Extensão ou Comunicação*, critica os processos baseados na transmissão de saberes, que buscam substituir um conhecimento por outro, visão adequada à análise também crítica sobre os modelos de comunicação baseadas na transmissão de uma mensagem do emissor para o receptor. Uma prática libertadora deve considerar que "educador e educando assumam o papel de sujeitos cognoscentes, mediatizados pelo objeto cognoscível que buscam conhecer" (FREIRE, 2013, p. 18-19).

Essa relação não se dá apenas entre os sujeitos imediatamente envolvidos na educação (ou na comunicação). O homem, diz, "atuando, transforma; transformando, cria uma realidade que, por sua vez, 'envolvendo-o', condiciona sua forma de atuar. Não há, por isso mesmo, possibilidade de dicotomizar o homem do mundo, pois que não existe um sem o outro". (Ibidem, p. 19). Para desvelar as inter-relações entre os fatos, para além das aparências, ele propõe que a realidade seja apreendida como campo de ação e reflexão, o que é resultado da problematização e da tomada de consciência dela. Sem isso, como exemplifica ao falar da introdução de uma nova técnica, as novidades podem provocar comportamentos que vão da recusa à aceitação.

Aquele questionamento está ligado à percepção da totalidade social, sem a qual "se perde o homem na visão 'focalista' da mesma". A percepção parcializada da realidade rouba ao homem a possibilidade de uma ação autêntica sobre ela" (FREIRE, 2013, p. 24). Trazendo para a questão que este texto se propõe a discutir, enfatizar as práticas sem o reconhecimento das relações mais gerais pode levar a um erro de estratégia. Indo ao encontro de Lima (2011, p. 143), "a verdadeira comunicação é um processo cultural autêntico – tanto a nível interpessoal

¹⁰⁸São exemplos desse diálogo, na Comunicação, os trabalhos de Venício Lima (2011) e Marco Schneider (2017) e, no campo da Educação, entre outros, o de Michael W. Apple, intitulado "Raymond Williams and Root of Critical Cultural Studies in Education: Na Essay Review" (publicado na *Education Review*. Vol. 11, n. 6. 2008), e Hywel Rowland Dix, "The pedagogy of cultural materialism: Paulo Freire and Raymond Williams" (capítulo do livro "About Raymond Williams", editado por Monika Seidl, Roman Horak, e Lawrence Grossberg (Routledge, 2010).

(interativo) como macrosocial – dependerão de uma transformação radical da sociedade que conduza à libertação dos oprimidos”. Assim, as disputas em torno dos sentidos, o exercício das diferentes recepções ou os usos são elementos importantes, mas não resumem a tarefa da práxis da resistência.

É necessário, para essa mudança radical, transformar os meios de comunicação também de forma profunda, o que significa, a nosso ver, desenvolver outra forma social da comunicação. Freire não chegou a desenvolver essa crítica, da qual podemos nos aproximar a partir de outros olhares, como o de Raymond Williams, que compartilha com Paulo Freire tanto a visão da cultura como entrelaçamento de práticas sociais que se constrói no cotidiano, no viver em sociedade, quanto o engajamento na educação para adultos. Em sua reflexão e ação, estava subjacente a disputa da cultura pensada de forma ampla, daí a elaboração do “materialismo cultural” como:

Uma teoria da cultura como um processo produtivo (social e material) e de práticas específicas, de 'artes', como usos sociais dos meios materiais de produção (desde a linguagem como 'consciência prática' material até as tecnologias específicas da escrita e formas da escrita, através de sistemas de comunicação mecânicos e eletrônicos) (WILLIAMS, 1979, p. 88-89).

Crítico literário, o pensamento de Williams alcançou a questão da comunicação devido ao reconhecimento das transformações profundas que permitia e sua crescente influência na sociedade, especialmente a partir da segunda metade do século XX. Segundo Maria Elisa Cevasco, Williams buscou continuar o aprendizado, com Marx, de temas que avaliava terem sido explorados de forma limitada, como, em primeiro lugar, “a história social e material dos meios e das condições de produção cultural [...]”; e, em segundo lugar, a natureza da linguagem” (CEVASCO, 2007. In: WILLIAMS, 2007, p. 18).

Pretendia, com isso, ampliar o entendimento da cultura e apontar as relações existentes entre produção de significados e manutenção da ordem social. Resgatando, em diálogo com o pensamento gramsciano, a totalidade que a metáfora da base e da superestrutura geralmente oculta, Williams desenvolve essa discussão norteador pelo problema da hegemonia, a fim de enfatizar a realidade da dominação. Nesse sentido, critica as teorias sobre consumo que negligenciam ou tratam como secundárias as condições reais de produção, bem como visões sobre a feitura de uma obra de arte e sua recepção que desconsiderem a natureza de uma prática e suas condições (WILLIAMS, 2011, p. 64-66).

Essa síntese fica nítida na formulação sobre a televisão como tecnologia e forma cultural (WILLIAMS, 2016) e no reconhecimento explícito dos meios de comunicação como meios de produção – como tais, “indispensáveis tanto para as forças produtivas quanto para as relações sociais de produção” (WILLIAMS, 2011, p. 69). Os meios de

comunicação, seguindo esse entendimento, são espaços de produção ideológica, mas também compostos e produtores de materialidades. Contra o desenvolvimento dessa perspectiva, ele identifica três visões ideológicas: a que reduz os meios à mídia, como dispositivos para transporte de informações; a que reconhece apenas alguns meios de comunicação como meios de produção (os identificados como "meios de comunicação de massa", o que para ele ignora a relação dos meios eletrônicos com a linguagem e as variações entre eles); e a posição que relaciona a Marshall McLuhan, cujo pensamento critica por tomar os meios de forma determinista e abstrata, em que "usos e relações sociais são determinados tecnicamente pelas propriedades de meios diversos, desconsiderando o todo complexo das forças produtivas e relações sociais dentro das quais eles são desenvolvidos e empregados" (Ibidem, p. 72).

Podemos identificar muitas dessas visões ainda hoje no debate sobre a internet. Há visões que tomam as corporações que viabilizam os serviços como neutras, que desconsideram seu papel econômico ou que ignoram o contexto de desenvolvimento das tecnologias e sua relação com as práticas que se dão a partir delas. Certamente não são as únicas formas de observação das tecnologias da informação e da comunicação, mas devemos reconhecer tratar-se da forma dominante. Outras, com maior ou menor proximidade com esses marcos gerais, enfatizam as práticas contestatórias que se dão na internet. Não obstante, em muitos casos não são consideradas as lógicas algorítmicas, de captura de dados e, de forma geral, o funcionamento das redes a serviço da mercantilização de produtos e da própria cultura. Resistências que, por outro lado, têm tido menos espaço em formulações no campo da Economia Política da Comunicação.

Buscando uma síntese dialética, ainda com nosso autor, devemos combinar as formas de resistência à disputa em torno da organização da comunicação. "A desmistificação crítica deve continuar, mas sempre associada à prática", diz ele (WILLIAMS, 2011, p. 85). Uma prática, sugere, que questione desde a superação da divisão do trabalho em sua elaboração ao sentido mais geral criado pela comunicação em sua relação com a comunidade, constituindo outra forma social. Simultaneamente, acrescentamos, uma crítica que abra horizontes sobre a tecnologia, indo além de uma visão monolítica dela, a fim de mobilizar a imaginação política em um sentido anticapitalista.

A configuração do sistema de comunicação está irremediavelmente vinculada, afinal, ao tipo de sociedade que queremos. Nas últimas décadas, as corporações baseadas em tecnologias foram beneficiadas e ao mesmo tempo possibilitaram a ampliação da centralização e da concentração do capital, conseqüentemente de poder, com impactos diversos. Reforçam e aprofundam, ao operarem em escala mundial, a concentração presente na radiodifusão, especialmente após a abertura à exploração privada. Ainda em 1962, o autor gaulês nota o início desse processo e aponta impactos negativos para a democracia. "A maneira como agora pensamos com mais

frequência sobre as escolhas é em relação à compra: escolhendo este serviço ao invés daquele. Este é o tipo de escolha - o tipo de participação na sociedade - que é constantemente subscrito" (WILLIAMS, 1962, p. 08). Isto resultaria não em democracia, mas em sua substituição pelo mercado, afirma.

A preocupação de Williams teve importância reduzida no desenvolvimento dos estudos culturais, especialmente na América Latina, onde incorporaram teses pós-modernas que levaram ao deslocamento das questões mais gerais do poder, em detrimento da percepção das resistências que se dariam já na própria recepção multifacetada dos conteúdos ou na elaboração sobre a hibridização da cultura e do consumo como cidadania em Canclini (1999). Não é o caso, aqui, de detalhar essa crítica já conhecida (MATTELART; NEVEU, 2004), dado o objetivo que nos guia neste trabalho.

A perspectiva crítica formulada por Williams foi melhor desenvolvida pela Economia Política da Comunicação, inclusive a partir de sua influência na Inglaterra, como em Garnham (1979), que avança na análise materialista histórica da questão cultural sob o capitalismo ao apontar para a industrialização da superestrutura e, com isso, seu impacto em outras formas institucionais. No Brasil, Williams não foi um influenciador dos estudos associados à Economia Política da Comunicação. Por caminhos distintos, buscou-se a especificação das relações entre informação, comunicação e capitalismo, chegando-se, como em Bolaño (2000), na identificação da indústria cultural como instância central de mediação¹⁰⁹. O trabalho do autor também enfrenta a questão do trabalho cultural, apontando-o como produtor tanto do objeto quanto da audiência, e localiza sua crescente subsunção, ainda que limitada, como chave para o entendimento da reestruturação produtiva do capitalismo, questões fundamentais para a compreensão da comunicação no capitalismo hoje. Tudo isso permite que chegue à seguinte conclusão, fundamental para entendermos o processo de mercantilização do setor:

Mais do que invadir a cultura, o capital torna-se cultura, no sentido mais amplo do termo, e a forma mercadoria passa a monopolizar o conjunto das relações sociais, inclusive aquelas mais internas ao mundo da vida e, antes, mais resistentes à expansão da lógica capitalista. A primeira

¹⁰⁹De forma mais específica do que nos trabalhos de Frankfurt, em relação aos quais a EPC desenvolve uma crítica interna, Bolaño (2000) nota que a indústria cultural, desenvolve três funções no contexto do capitalismo monopolista: propaganda, publicidade e programa. A primeira está relacionada ao Estado e é diretamente ideológica, pois objetiva garantir a legitimidade do sistema de forma geral. A segunda está a serviço da acumulação do capital, operando no nível da concorrência capitalista e contribuindo para a realização dos produtos no mercado. Com a primeira, objetiva-se a coesão e compatibilização de interesses; com a segunda, a constituição de um modo de vida e de uma cultura de massas capitalista. A terceira está vinculada, especialmente, ao momento da recepção dos conteúdos. Isto porque a indústria cultural não pode, simplesmente, ignorar a diversidade cultural e as distintas formas de construção ideológica para impor seus padrões, já que há também necessidades, expectativas e valores do público que ela objetiva com verter em audiência. Para conseguir exercer seu poder simbólico e realizar a mediação entre os subsistemas econômico e político e o mundo da vida, a partir do trabalho intelectual ela se apropria das culturas populares, reelaborando-as e inserindo-as no circuito mercantil com o rótulo da cultura de massa, que se torna a base da própria cultura. Exercendo o conjunto dessas funções, a indústria cultural passa a substituir progressivamente as instituições que eram responsáveis pela ordem simbólica e a ampliar a colonização do mundo da vida por parte do Estado e do mercado.

conseqüência desse movimento é que a cultura adquire uma importância crucial para o próprio modo de produção, em cujo âmago agora se situa, tornando fundamentais, por sua vez, os conflitos que se dão na esfera cultural, inclusive pela característica de mediador que tem o trabalho intelectual, o qual mantém, nesta nova situação, uma relação com o capital semelhante àquela que o trabalho da classe operária tradicional mantinha (segunda conseqüência), com a diferença (terceira) de que estamos ainda no início do processo de passagem da subsunção formal à real do trabalho intelectual no capital, o que dá ao primeiro um grau de autonomia que o trabalhador manual perdeu há muito tempo (BOLAÑO, 2012, p. 15).

Essas mudanças possuem as implicações mais diversas, tanto do ponto de vista geral (em relação, por exemplo, à esfera pública que emerge dessa nova situação) quanto também para o setor das comunicações. Dados os limites deste texto, avancemos em relação a este ponto. Se a primeira década e meia dos anos 2000 foi marcada pelo confronto sintetizado na analogia de um duelo entre os radiodifusores, os operadores de telecomunicações e a sociedade civil (DANTAS, 2013, p. 213), vimos, nos últimos anos, a entrada das plataformas digitais entre os principais blocos de capital que disputam as políticas das comunicações. Estes sistemas tecnológicos, no sentido que compreende Valente (2019, p. 169), além de serem comandados por proprietários, detêm um papel de mediação ativa e incidem diretamente no controle dos fluxos de informações.

Os atuais arranjos somam questões para os numerosos desafios que se colocam diante da apropriação das infraestruturas de comunicação, parte do movimento de reestruturação produtiva do sistema capitalista. A tendência de transferência, no setor das telecomunicações e da Internet, para lógicas cada vez mais privadas aparece materializada nos projetos de plataformas como o Facebook¹¹⁰, o Google¹¹¹ e a Amazon¹¹², que avançam para o controle das dinâmicas de organização das infraestruturas comunicacionais, ao passo que conformam dinâmicas sociais que colaboram para a mercantilização da cultura e para a redução da vida a um espetáculo de banalidades em busca de likes.

O poder econômico e político dessas plataformas, que também controlam a circulação dos conteúdos nas redes, definindo de forma unilateral critérios para visibilidade e sua distribuição, é um problema geopolítico e, fundamentalmente, de hegemonia, tomada aqui como combinação entre coerção e consenso (GRAMSCI, 2002), este não apenas derivado de formas de manipulação ou doutrinação "um sistema de significados e valores", "uma cultura" (WILLIAMS, 1979, p. 113).

¹¹⁰Disponível em: <https://www.facebook.com/connectivity>. Acesso: 08 de ago.2021.

¹¹¹Disponível em: <https://www.google.com/get/spectrumdatabase>. Acesso: 08 de ago.2021.

¹¹²Disponível em: <https://www.rcrwireless.com/20180619/network-infrastructure/amazon-joins-the-dynamic-spectrum-alliance>. e <https://www.aboutamazon.com/news/company-news/amazon-receives-fcc-approval-for-project-kuiper-satellite-constellation>. Acesso: 08 de ago.2021.

Diante desse contexto, tem pertinência a proposição do autor em relação à necessidade de afirmar o serviço de comunicação como público. O público, alerta, não deve ser aquilo controlado pelo Estado de forma autoritária, baseado na perspectiva da censura, mas sim algo forjado de forma educativa e participativa. Essa é, para Williams (1962), a base para um projeto socialista da comunicação.

A defesa do caráter público, em um prisma mais imediato, tem sido levantada por diferentes agentes, como exemplifica o documento síntese do encontro Netmundial, de 2014, que "reconheceu que a Internet é um recurso global que deve ser gerido no interesse público¹¹³". Mais recentemente, o tema foi elaborado na forma do manifesto¹¹⁴ intitulado *The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto*, subscrito por organizações e intelectuais que afirmam no texto que, "apesar de todas as grandes oportunidades que a Internet oferece à sociedade e aos indivíduos, os gigantes digitais adquiriram um poder econômico, político e cultural incomparável. Como está organizada atualmente, a Internet separa e divide em vez de criar espaços comuns para negociar diferenças e desacordos".

Nesse sentido, propostas que objetivam ampliar o uso das tecnologias, muitas vezes por meio de novas licenças e concessões para empresas privadas, têm de ser lidas criticamente, com especial atenção para aquelas cujo foco incide na transferência de tecnologias que incluem os cidadãos como receptores, ainda que com a aparência de protagonistas. Assim, repensar o projeto comunicacional requer o enfrentamento diante da maquinaria dada, pronta, portadora também de valores, em direção às possibilidades de uma sociedade participativa e adepta de uma pedagogia crítico-dialógica, possível, nas palavras de Freire (2001, p. 83) através da "construção do conhecimento coletivo, articulando o saber popular e o saber crítico, científico, mediado pelas experiências no mundo".

2. Teorias críticas sobre tecnologia

A propósito da tecnologia envolvida nos sistemas comunicacionais, o resgate das teorias críticas sobre a tecnologia¹¹⁵ é pressuposto basilar para o entendimento da apropriação privada dos sistemas comunicacionais como fenômeno social. Partem de uma abordagem crítica as reflexões de autores brasileiros como Freire (1984), Freire e Guimarães (1984) e Álvaro Pinto (2005a, 2005b) que, ao perpassarem o avanço da ciência e da tecnologia, compartilham a preocupação com uma consciência crítica diante das invenções tecnológicas da humanidade.

¹¹³Disponível em: https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/4/Documento_NETmundial_pt.pdf. Acesso: 09 de ago. 2021.

¹¹⁴Disponível em: https://ia601504.us.archive.org/3/items/psmi_20210722/psmi.pdf. Acesso: 09 de ago. 2021.

¹¹⁵A Teoria Crítica da Tecnologia é por vezes utilizada para referir a teoria crítica de Feenberg (2002, 2005) mas a utilizamos neste texto de forma mais ampla, para referir o modo de pensar crítico sobre a tecnologia, vinculado a um determinado contexto histórico.

É com ênfase na origem da tecnologia como resultado da criação e expressão humana que Freire, na transcrição dos diálogos com o educador Sérgio Guimarães sobre o poder e a importância da mídia na Educação, analisa as possibilidades comunicacionais advindas e, mesmo que tenha se autodeclarado não especialista no tema, conclui sobre os meios de comunicação o mesmo que outros autores que se debruçaram sobre a questão da tecnologia concluem: as possibilidades tecnológicas não são nem boas nem más em si mesmas mas tampouco são neutras, pois resultam de uma construção política que, por sua vez, é carregada de valores em disputa (MARCUSE, 1973; FREIRE e GUIMARÃES, 1984; NOBLE, 2011; FEENBERG, 2002, 2005).

A perspectiva de Freire sobre os meios de comunicação está inserida no âmbito da teoria do conhecimento que o autor desenvolveu sobre educação e converge com a abordagem de Álvaro Pinto quanto à impossibilidade de se pensar o problema dos meios sem pensar a questão da consciência política e do poder. Assim, as contribuições teóricas destes dois autores articulam encontros entre si e com o pensamento crítico sobre a tecnologia. Não por acaso Freire (1967, p. 58) referiu ser "indispensável a leitura de estudos sérios e profundos do mestre brasileiro Álvaro Vieira Pinto".

A rejeição da expressão "era tecnológica", na obra de Álvaro Pinto (2005a), leva à percepção de que as décadas de 1960 e 1970, marcadas pelo auge da televisão, não podem ser consideradas menos tecnológicas do que os tempos atuais com a utilização intensiva de computadores conectados em redes digitais; assim como os tempos vindouros, diante dos avanços da biotecnologia e da inteligência artificial, não poderão vir a ser considerados mais tecnológicos do que o tempo atual. Isso porque, independentemente do estágio científico e tecnológico no qual nos encontramos, do ábaco aos processos de dataficação, vivemos, como condição inerentemente humana, em uma era tecnológica.

A visão da técnica como algo que estaria separado da condição humana levou ao desencadeamento de análises dualistas e deterministas, de "maravilhamento" ou de "embasbacamento" diante das máquinas, para usar as expressões de Álvaro Pinto (2005a). É, portanto, necessária a tomada de consciência sobre o nosso próprio tempo para reafirmar a tecnologia como algo que está em constante construção social – e afastar os discursos que a apresentam como algo que está fora da ciência desenvolvida pelo ser humano. Quando Freire (1984) se posiciona como um homem do seu tempo, e não exilado dele, declarando por isso não ter nada contra as máquinas em si, isso não o impede de indagar sobre "a serviço de quem as máquinas e a tecnologia avançada estão?" e de identificar, assim, o problema da apropriação privada dos meios comunicacionais.

Um olhar crítico, com suporte na filosofia da tecnologia¹¹⁶, elucida que grande parte daquilo que conhecemos como um sistema comunicacional resulta, primeiro, de esforços humanos. Assim, por exemplo, o uso das

¹¹⁶ A exemplo da chamada de Simondon (1958) para uma tomada de consciência do sentido dos objetos técnicos.

frequências do espectro eletromagnético, como ondas transportadoras de radiofrequências, recurso que é essencial para os serviços de telecomunicação, deve-se às experiências científicas desenvolvidas a partir do final do século XIX, como as do padre Roberto Landell de Moura em terras brasileiras¹¹⁷. Hoje o uso do espectro é o que permite as transmissões sonoras por radiodifusão; os serviços de televisão terrestre, os de telefonia móvel; além das comunicações por satélite, das transmissões por *bluetooth* e da Internet sem fios, por wireless.

Apesar de ter um papel central para o sistema comunicacional e constituir um bem público, o espectro está submetido a uma política de distribuição restritiva de uso e transmissão que o considera como um recurso limitado a ser regulado a partir de uma abordagem de livre mercado¹¹⁸. As suas faixas de frequência estão submetidas às estruturas regulatórias de organizações internacionais, como a União Internacional de Telecomunicações (UIT), e às práticas de negociações entre as agências reguladoras do Estado e o mercado privado, por meio da atribuição por leilões e concessões renováveis. O resultado é uma divisão antidemocrática do espectro, com a aquisição da maior parte por grandes empresas de telecomunicação. Com o exemplo do espectro, vemos que os modos de funcionamento do sistema comunicacional resultam, além de esforços humanos, de decisões de caráter político, motivo pelo qual uma análise nesse campo requer uma compreensão da totalidade da organização social e das disputas por poder e hegemonia.

Partindo da noção do Estado em um sentido ampliado (GRAMSCI, 2002), vemos as decisões deliberadas pelos aparelhos de regulação do setor das comunicações como resultado de uma disputa de interesses, a partir da qual, em uma sociedade capitalista estabilizada, prevalecem os valores da classe dominante, seja no reforço de suas ideologias, seja no desenvolvimento das forças produtivas que as beneficia economicamente. São os interesses privados, postos em antagonismo aos interesses públicos, os que vemos em evidência sobretudo desde a posse de Michel Temer, em 2016, e no avançar do governo de Jair Bolsonaro que o sucedeu. O distanciamento de um projeto de comunicação pública, através de diversos mecanismos e alterações no marco legal das telecomunicações¹¹⁹, é sintetizado na afirmação de que há "uma nova regulação das telecomunicações em curso, a qual é pautada pela lógica privatista típica do neoliberalismo" (MARTINS, 2020, p. 147), sendo tal postura visível também no campo da radiodifusão, com os ataques ao frágil sistema público organizado, no país, pela Empresa Brasil de Comunicação, atualmente ameaçada de privatização. Trata-se, pois, de um projeto de exclusão do público do cenário.

¹¹⁷Inventor de máquinas como o anematófono e o teletiton, é considerado precursor da comunicação sem fio.

¹¹⁸Lei nº 9472/97, Lei Geral das Telecomunicações, disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9472.htm. Acesso: 08 de ago.2021.

¹¹⁹O projeto de Lei da Câmara nº 79, de 2016, conhecido como Lei das Teles, está disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/127688>. Acesso: 08 de ago.2021.

Voltando ao espectro eletromagnético, se o cenário anterior já chamava a atenção sobre o afastamento dos seus usos das necessidades de liberdade de expressão, de autonomia e participação da sociedade, o atual cenário regulatório configura um dos paroxismos do capitalismo ao permitir que o espectro atribuído a uma operadora possa ser negociado em um mercado secundário, possibilitando a criação de redes cada vez mais privadas.

As alterações legais que possibilitam as negociações em um mercado secundário servem aos interesses privados, como os que estão associados ao mercado de serviços de telefonia móvel, e que se tornaram ainda mais atrativos diante da implantação das redes 4G e, agora, 5G. Neste cenário, as empresas desenvolvem e lucram com a oferta de serviços e produtos cada vez mais diversificados e velozes, embora exclusivos à parcela da população já conectada, em um contexto no qual o acesso à rede de Internet não chega a todos, disparidade que revela o sentido do desenvolvimento tecnológico atual. Não por acaso, em âmbito mundial, há intensa disputa entre Estados Unidos e China em torno do 5G. No Brasil, o leilão do espectro entrou na lista de concessões e privatizações, integrando o programa do governo federal que considera a privatização de diversos ativos estatais. Dentre elas estão incluídas as maiores empresas públicas de serviços em Tecnologia da Informação do país, como o Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), a Empresa de Tecnologia e Informações da Previdência (Dataprev) e o Centro Nacional de Tecnologia Eletrônica Avançada (Ceitec)¹²⁰.

Ao subjugar o setor das tecnologias da informação e da comunicação à acumulação capitalista, as políticas do governo se distanciam de um projeto de comunicação pública e fortalecem um projeto de apropriação privada e de controle, no qual a vigilância, os riscos de uma concentração monopolista privada e a ausência da soberania nacional ficam em evidência. O que também está em causa diante deste cenário de desregulação nos moldes neoliberais é o aprofundamento da dependência tecnológica do país em relação a países estrangeiros que figuram na posição de exportadores de tecnologia para os países considerados, nos moldes do capitalismo, como periféricos, algo que Vieira Pinto (2005a) abordou no capítulo intitulado *A tecnologia como instrumento de dominação*. O autor chama a atenção para duas noções que considera falsas, "uma, a de que a tecnologia consubstancia um bem a ser adquirido pelo país atrasado, pagando caro por ele, se quiser progredir; outra, a de que a tecnologia é produto exclusivo da região dominante e só aí pode ter origem" (VIEIRA PINTO, 2005a, p. 266).

Porém, sendo a técnica "consustancial a condição do ser social", visto que "não tem origem fora do processo em que o homem se constitui" (VIEIRA PINTO, 2005b, p. 765), a sua apropriação por determinada classe social não deve ser confundida com uma relação de dependência mas, pelo contrário, são as condições da sociabilidade capitalista que impõem estratégias e políticas vinculadas à lógica de acumulação que acabam por ofuscar as formas sociais da tecnologia.

¹²⁰As estatais foram incluídas no Programa Nacional de Desestatização – PND através dos decretos: 10.199, de 15 de janeiro de 2020; 10.206, de 22 de janeiro de 2020 e o 10.297, de 30 de março de 2020.

3. Contra-hegemonia na comunicação: caminhos possíveis

As contribuições trazidas por Paulo Freire, Raymond Williams, Álvaro Vieira Pinto, e por outros, aportados no presente texto, nos remete à questão fundamental da comunicação, e da sua apropriação enquanto um projeto técnico que conforma e é conformado pela cultura, como um direito humano. Avançando para o fato de que o problema da apropriação antidemocrática dos meios comunicacionais não encontra saída por outras vias senão pela disputa política articulada às relações de poder, a perspectiva pública configura uma organização fundamental.

No âmbito da institucionalidade brasileira, a disputa em torno da orientação dos sistemas de comunicação é constante. Desde a elaboração da Constituição Federal, os embates resultaram em um texto que contém propostas de cunho liberal e também progressistas (MARTINS, 2020, p. 95). A proposta de estatizar a comunicação chegou a ser apresentada por setores da esquerda na Assembleia Constituinte, mobilizando conservadores contra a subcomissão, cujo anteprojeto acabou por ser rejeitado¹²¹. Restou no texto uma referência à complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal. Na prática, a hegemonia privada no setor foi estabelecida.

A tensão entre distintas visões se revela em legislações recentes, como o Marco Civil da Internet, de 2014, e a Lei Geral de Dados Pessoais, de 2018. Em ambos os casos, diferentes setores da sociedade civil participaram do processo legislativo, do que resultaram normas que combinam aspectos liberais e progressistas. As normas baseiam-se em preocupações de caráter público, como a participação cidadã a partir da internet e o reconhecimento de direitos dos usuários. No Marco Civil, o serviço de acesso à internet é posto como essencial, de caráter público e irrestrito, e a neutralidade da rede é afirmada¹²². No caso da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), a regra limitou o tratamento de dados a finalidades específicas, criando obstáculos à naturalização de sua comercialização. A exploração privada não foi essencialmente questionada, ainda que seja importante reconhecer as batalhas e as conquistas em um tempo de desmonte de direitos.

As possibilidades ensejadas pelas políticas públicas, não esgotam, porém, as soluções para cessar o encarceramento dos meios de comunicação que se ergue com base em argumentos não tecnológicos, atrelados à lógica do capital imperialismo. Nestas condições, a imaginação política, diante das possibilidades

¹²¹A integra do debate da Subcomissão de Ciência e Tecnologia e da Comunicação registra a intensa controvérsia entre a defesa da privatização e da estatização da radiodifusão. Disponível em: http://www.senado.leg.br/publicacoes/anais/constituente/8b_Sub_Ciencia_E_Tecnologia_E_Da.pdf. Acesso: 11 ago. 2021.

¹²²Através do Art. 3º do decreto que regulamentou o MCI, em 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/decreto/d8771.htm. Acesso: 09 de ago. 2021.

comunicacionais, é reduzida visto que em posse do aparelho estatal está um grupo dominante e desinteressado de liberar, do caráter ambivalente da tecnologia, o seu potencial para ser, nos termos de Álvaro Pinto (2005a, p. 262) "esperança de liberdade e o instrumento para consegui-la". É, pelo contrário, o potencial da tecnologia como "esteio" e "arma de dominação" que melhor serve à ampliação do mercado e à acumulação do capital.

A partir dessas distintas vias não estamos, entretanto, diante de uma bifurcação, na qual a escolha por um caminho é excludente do outro, mas diante de um projeto que, ambivalente, faz com que qualquer possibilidade de escolha, mesmo diante das possibilidades de protagonismo, penda, de forma assimétrica, para a manutenção dos valores da classe dominante. É, portanto, um projeto de continuidade e manutenção das estruturas de poder que, para ser confrontado, demanda a superação do controle hegemônico dos meios de comunicação.

Em alguns casos, é no ambiente desenhado para extrair o máximo potencial do acúmulo do capital, como no caso das grandes plataformas digitais, que vemos inseridas iniciativas que dão voz a projetos mais aproximados de uma visão crítica da comunicação. Porém, diante da ausência de autonomia sobre as infraestruturas comunicacionais, é preciso atentar para a sua materialidade que, sobre o domínio privado e autoritário, discrimina e manipula conteúdos ou pode até vir a ser interrompida e desaparecer. Assim, uma proposição do resgate da totalidade passa, além dos usos contra-hegemônicos, pelo incentivo ao desenvolvimento e à implantação de tecnologias que envolvam infraestruturas públicas e descentralizadas dos limites institucionais e econômicos postos, com vistas à desmercantilização.

A implementação de tecnologias descentralizadas, que incentivam um esforço coletivo, tem como exemplo o caso de Vila Fumaça, documentado por Belisário e Lara (2016) e Vianna (2017). O projeto, de uma rede de Internet livre e gratuita¹²³, contou com o manuseio e a preparação de equipamentos – roteadores, antenas parabólicas, fontes de eletricidade, cabos e computadores – pelos moradores e voluntários, e posteriormente com a gestão e manutenção da rede pela própria comunidade. As redes comunitárias têm como potencial de expansão projetos como o Tiwa¹²⁴, desenvolvido pelo Instituto Nupef, no Brasil; o Rhizomatica¹²⁵, no México; entre outros¹²⁶. Das distintas formas de conformação das tecnologias da informação e da comunicação, as iniciativas geridas por arranjos cooperativos (GROHMANN, 2020; SCHOLZ, 2016) despontam também como um importante instrumento de luta para a classe trabalhadora diante do cenário de trabalho precarizado mediado por plataformas.

¹²³Organizado a partir de uma rede em malha (ou mesh), que funciona por pontos de acesso que se comunicam sem a necessidade de encaminhar o tráfego pela central do operador. No Brasil, a rede em malha funciona legalmente porque a própria agência reguladora prevê esse tipo de conexão a partir das poucas faixas de espectro não licenciadas disponíveis.

¹²⁴Disponível em: <https://tiwa.org.br/sobre> e <https://nupef.org.br/>. Acesso: 08 de ago.2021.

¹²⁵Disponível em: <https://www.rhizomatica.org/>. Acesso: 08 de ago.2021.

¹²⁶Algumas outras iniciativas são a Guifi.net, na Espanha; a rede Freifunk, na Alemanha; a Tetaneutral.net, na França; a rede Metropolitana Sem Fio, na Grécia e as iniciativas argentinas mapeadas no âmbito do projeto Altermundi. Disponíveis em: <http://guifi.net>; <https://freifunk.net>; <http://tetaneutral.net/>; https://pt.qaz.wiki/wiki/Athens_Wireless_Metropolitan_Network; e <https://altermundi.net/documentacion/>. Acessos: 08 de ago.2021.

A participação da sociedade no saber-fazer envolvido nos projetos tecnológicos comunicacionais é de suma importância para a orientação de uma práxis política que combine a utilização dos aparatos existentes e a disputa ampla da política pública de forma orientada, com vistas a conquistas imediatas, mas especialmente à transformação profunda do atual estado de coisas. Afinal, como nos lembra Freire, "O mundo não é. O mundo está sendo (...) Não sou apenas objeto da história mas seu sujeito igualmente" (FREIRE, 1996, p. 85) e, nesta direção, intervir de forma participativa no mundo é um caminho para atingir os objetivos transformacionais da sociedade que queremos, mais solidária e participativa, e que não nos será entregue sem mobilização popular, organização e luta.

Conclusões

A resistência à apropriação dos meios comunicacionais não pode encontrar caminhos dentro dos limites dos usos tecnológicos, pois como afirma Freire "não é a informática que pode responder [a favor de quem, ou contra quem as máquinas estão sendo postas em uso]. Uma pergunta política, que envolve uma direção ideológica, tem de ser respondida politicamente". A disputa por um projeto que considere a tecnologia orientada em seus fundamentos por uma perspectiva pública deve considerar as proposições que vão além das soluções institucionalizadas, de forma autoritária, pelo mercado e pelo Estado, e forjar saídas na direção de um sistema que além de público, é descentralizado e envolve uma sociedade participativa (WILLIAMS, 1979). Os caminhos de ação compreendem as resistências imediatas como contra-hegemonia, pautadas pelo resgate da totalidade da organização social e pela disputa pela hegemonia dos projetos tecnológicos, combinadas com a da sociedade. Mais uma vez, lembrando Freire, resolvida a situação mais problemática, que tem a ver com o poder e a política, "do ponto de vista técnico você tem solução" (FREIRE e GUIMARÃES, 1984, p. 14).

Para essa formulação, cumpre papel relevante a crítica da Economia Política da Comunicação, pondo em questão o atual projeto tecnológico que reproduz e aprofunda relações assimétricas de poder. Para além do distanciamento dos usuários das definições sobre a elaboração do projeto, das lógicas algorítmicas que são praticadas e dos interesses que o permeiam, faz-se necessário, também, explicitar os questionamentos sobre a forma de inserção social e cultural da tecnologia, considerando, nisso, as contradições que se colocam com o uso de plataformas e estruturas privadas em associação às questões de acesso, democratização das comunicações e domínio público, o que reflete um modelo que está amarrado às possibilidades ofertadas pela lógica do capital imperialismo, a qual precisamos desnaturalizar para superar.

Referências

- ARIZMENDI, L. La Crítica de la Economía Política ante la Crisis Contemporánea y su Vigencia en el siglo XXI. In: FORO DE DIAGNÓSTICO PARA REFORMA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA ESCOLARIZADA, 1., 2012, Ciudad de México. **PONENCIAS**. Ciudad de México: Facultad de Economía, 2012. p. 1-18. Disponível em: <http://132.248.45.5/foro2012/ponencias/LUIS%20ARIZMENDI.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2021.
- BELISÁRIO, A.; LARA, P. J. O. M. Comunicação, vigilância e infraestrutura: tecnopolíticas do espectro eletromagnético. *Liinc em revista*, v. 12, n. 2, 2016. DOI: 10.18617/liinc.v12i2.904. Acesso em: 09 ago. 2021.
- BERGER, C. Crítica, perplexa, de intervenção e de denúncia: a pesquisa já foi assim na América Latina. **Intexto**: Revista do Mestrado da Comunicação UFRGS. Vol. 2, n.6, jul./dez. 1999, p. 1-15. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/3386>. Acesso em: 11 ago. 2021.
- BOLAÑO, C. R. S. **Indústria Cultura, Informação e Capitalismo**. São Paulo: HUCITEC, 2000.
- BOLAÑO, C. R. S. Trabalho Intelectual, Informação e Capitalismo. A re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, v. 15, n. 11, p. 53-78, dez. 2002.
- CEVASCO, M. E. Prefácio. In: WILLIAMS, R. **Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade**. São Paulo: Boitempo, 2007, p. 09-20.
- DANTAS, M. **Comunicações, desenvolvimento, democracia: desafios brasileiros no cenário da mundialização mediática**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2013.
- FEENBERG, A.. **Transforming Technology: a critical theory revisited**. New York: Oxford, 2002.
- FEENBERG, A. **Critical theory of technology: an overview**. *Tailoring Biotechnologies*, v. I, n. I, Winter 2005, p. 47-64.
- FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1967.
- FREIRE, P; GUIMARÃES, S. **Sobre educação**. Vol. 2. Rio: Paz e Terra, 1984.
- FREIRE, P. A máquina está a serviço de quem? **Revista BITS**, maio de 1984,. Disponível em <http://acervo.paulofreire.org:8080/xmlui/handle/7891/24>. Acesso em: 07 ago. 2021.
- FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- FREIRE, P. **A Educação na cidade**. São Paulo: Cortez Editora, 2001.
- FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** Tradução Rosiska Darcy de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.
- GARNHAM, Nicholas. Contribution to a Political Economy of Mass-Communication. **Media, Culture and Society**, London, v.1, p. 123-146, 1979.
- GRAMSCI, A. **Cadernos do Cárcere**. Vol. 3. Maquiavel, notas sobre o Estado e a política. Trad. Carlos Nelson Coutinho. 3ª ed. RJ: Civilização Brasileira, 2002.

- GROHMANN, R. **Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal.** Revista Eptic, v. 22, n. 1, 2020.
- LIMA, V. A. **Mídia, Teoria e Política.** 2. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.
- LIMA, V. A. **Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire.** 2a ed. rev. Brasília: Editora Universidade de Brasília; Fundação Perseu Abramo, 2011.
- MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional.** 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.
- MARTINS, H. **Comunicações em Tempos de Crise: Economia e Política.** São Paulo. Expressão Popular, Fundação Rosa Luxemburgo. 2020.
- MARTINS, H; VALENTE, J. O papel das TICs no novo regime de acumulação capitalista. XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, 15., 2020, Medellín. **Memorias XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Medellín: Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación – Alaic Universidad Pontificia Bolivariana – UPB, 2021.** 294 p. Disponível em: <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/8688/GT6.%20Econom%c3%ada%20Pol%c3%adtica.pdf?sequence=8&isAllowed=y>. Acesso em: 11 ago. 2021.
- MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. **Introdução aos estudos culturais.** São Paulo: Parábola, 2004.
- NOBLE, D. F. **Forces of Production: a social history of industrial automation.** New Brunswick: Transaction Publishers, 2011.
- SCHOLZ, T. **Platform cooperativism. Challenging the corporate sharing economy.** New York, NY: Rosa Luxemburg Foundation. 2016.
- SCHEINER, M. Raymond Williams e as teorias da conspiração. DOSSIÊ Raymond Williams: um expoente do marxismo ocidental. *Cult*, n. 217, jun., 2017. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/raymond-williams-e-as-teorias-da-conspiracao/>. Acesso em: 11 ago. 2021.
- VALENTE, J. **Tecnologia, informação e poder: das plataformas online aos monopólios digitais.** 2019. 399 f., il. Tese (Doutorado em Sociologia)—Universidade de Brasília, Brasília, 2019.
- VIANNA, B. Comparing Two Community Network Experiences in Brazil. *Community Networks: the Internet by the People, for the People. FGV Direito.* Rio de Janeiro, 2017, p. 207.
- VIEIRA PINTO, A. **O Conceito de Tecnologia.** Vol. I. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005a.
- VIEIRA PINTO, A. **O Conceito de Tecnologia.** Vol. II. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005b.
- WILLIAMS, R. The Existing Alternatives in Communications. **Socialism in the sixties.** Ed. 337. London, Fabian Society, 1962.

WILLIAMS, R. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. Trad. André Glaser. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

WILLIAMS, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo, 2016.

Internet a caminho da regulação¹²⁷

Marcos Dantas

Quando nesses últimos dias, comecei a pensar sobre minha intervenção nesta mesa, aconteceram dois fatos de extrema importância. O primeiro foi a queda generalizada dos sistemas do Facebook em todo o mundo, afetando por quase todo um dia a vida cotidiana e os negócios envolvendo bilhões de pessoas e milhares de empresas. No Brasil, particularmente, micros, pequenos e médios empresários sofreram grandes prejuízos por causa desse acidente. O segundo fato, não necessariamente nesta ordem de importância, foi a publicação pelo Wall Street Journal das denúncias de uma ex-funcionária do mesmo Facebook, Frances Haugen, sobre como essa plataforma manipula os desejos e sentimentos de seus usuários para fazer mais dinheiro. Não que essas denúncias sejam realmente novidade: os documentários "Dilema das Redes" e "Privacidade hackeada", assim como o livro de Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*, ou de Giuliano da Empoli, *Engenheiros do caos*, já nos tinham fornecido muitos preocupantes elementos sobre como operam esta e outras plataformas. Mas as denúncias de Haugen ganham especial e explosiva importância pois, desta vez, ficamos sabendo o que ficamos sabendo por alguém de dentro do Facebook, alguém que viu, viveu, testemunhou tudo o que afirma, não a partir de deduções lógicas do que podemos saber sobre a atuação das plataformas. As denúncias de Haugen em relação

¹²⁷Texto da apresentação oral no painel "Sobre o direito e o dever de resistir: a comunicação na trincheira", 44º Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Congresso da Intercom 2021.

ao Facebook podem ser equivalente às de Edward Snowden em relação ao sistema estatal de vigilância e espionagem dos Estados Unidos.

A Internet assumiu, hoje em dia, importância similar, idêntica, à da energia elétrica para a nossa vida cotidiana. Não podemos mais viver sem Internet assim como não podemos viver sem energia elétrica. Sabemos que nem sempre foi assim. Há pouco mais de cem anos, simplesmente não existia iluminação e força elétrica nas casas, escritórios, fábricas ou movimentando transportes. Há pouco mais de vinte anos, ninguém, salvo alguns poucos iniciados, falava de Internet. No entanto, assim como antes de ser disseminada na sociedade, cientistas ou autores de ficção científica já escreviam sobre as possibilidades da energia elétrica, também a ideia da Internet, embora sem esse nome, antecipara-se à sua chegada: possivelmente, o Relatório Nora, um estudo francês publicado no final dos anos 1970 sobre as possíveis consequências da crescente disseminação de computadores na economia e na sociedade, terá sido o primeiro a fazer referência a uma rede de computadores conectando lares e empresas. Seus autores, Simon Nora e Alain Minc, previam que, por essa rede, os cidadãos e cidadãs poderiam debater diretamente os assuntos de interesse público e participar diretamente nos processos de tomada de decisões políticas. Ao invés de eleger seus representantes, ou ao lado disso, poderiam os próprios cidadãos e cidadãs reunirem-se em assembleias virtuais para aprovar as leis do país. A rede de computadores permitiria reconstruir as assembleias de cidadãos como teriam existido nas cidades da antiga Grécia. Daí que deram a essa possibilidade, o nome de "àgora informacional".

A ágora grega antiga era possível por que seus poderes não iam além dos limites territoriais de uma cidade relativamente pequena para os nossos padrões atuais. Mas para não falar de muitos outros aspectos, as dimensões territoriais e as próprias dimensões populacionais de um estado moderno inviabilizariam a participação direta de todos os cidadãos e cidadãs nas decisões políticas que lhe diriam respeito. Daí o nascimento e evolução da democracia representativa que uma grande rede nacional de computadores poderia vir a tornar obsoleta, segundo acreditavam Nora e Minc.

A rede está aí. Temos em nossos telefones celulares ou computadores domésticos um poder de computação que ainda estava longe de ser atingido, talvez nem mesmo fosse imaginável, quando Nora e Minc escreveram o que escreveram. No entanto, menos imaginável então do que a evolução do poder de computação, está sendo o poder de destruição ética e estética que a rede introduziu na nossa sociedade. E, conforme as denúncias de Haugen, de Brittany Kaiser (que denunciou a Cambridge Analytica), de outros e outras, podemos saber que tal resultado não devemos apenas às patologias da nossa sociedade mas também, talvez principalmente, aos interesses econômicos que movem e dominam esta nossa sociedade. Numa palavra, ao capital.

A essência do problema é uma só: não é a tecnologia, qualquer que seja, que determina os rumos das relações sociais; são as relações sociais que determinam os rumos das tecnologias. Daí que a rede de computadores, desde

os anos 1990 mais conhecida pelo nome "Internet", viria a ter o desenvolvimento e os usos que lhe deram os investidores capitalistas: Mark Zuckerberg, Jeff Bezos, Bill Gates, entre outros, e seus sócios financeiros nos mercados de capitais.

O sonho da "ágora informacional" é antigo. No Manifesto Comunista, publicado em 1848, quando ainda mal tinham nascido a telegrafia elétrica e a locomotiva a vapor, Marx e Engels anunciaram que o desenvolvimento dos meios de comunicação iria ajudar a mobilização e organização dos trabalhadores, justo porque favoreceria a troca rápida de mensagens. Na década 1850, os governos dos diferentes países europeus adotaram leis que davam aos agentes dos correios poder de censura sobre mensagens que pudessem julgar "subversivas"...

Não só. Na Inglaterra, as primeiras linhas de telegrafia estavam sendo construídas por iniciativa de investidores privados. Isso fazia com que a comunicação telegráfica entre duas ou mais cidades pudesse depender de mais de uma empresa, cada uma com seus preços e sua qualidade de serviços. Como a tecnologia telegráfica logo se mostrou muito importante para a velocidade e segurança dos negócios, essa fragmentação incomodava industriais, comerciantes e banqueiros, ou seja, a assim chamada "burguesia". Os capitalistas, através dos seus representantes no Parlamento, dos seus escribas no Financial Times, até mesmo do seu mais importante economista, William Jevons, o fundador da Economia Neoclássica, ou Marginalista, passaram a reivindicar nada menos que a... estatização da telegrafia! Sim: por que tinha se tornado um serviço essencial, a telegrafia deveria ser declarada serviço público, o que permitiria unificar tarifas e padronizar a qualidade. A comunicação telegráfica deveria ser neutra em relação à competição no mercado, não deveria favorecer ou prejudicar nenhum dos demais agentes. A liberal Inglaterra foi o primeiro país a regular a telegrafia como um serviço público no que seria acompanhada, em pouco tempo, pelos demais países europeus.

Por que estou lembrando esse fato histórico? Não somente porque mostra como a evolução tecnológica está subordinada às relações de produção, mas também por outro aspecto não menos importante: certas invenções, sobretudo no campo das comunicações, podem se tornar tão importantes, tão essenciais para a vida social, que em algum momento podem ser declaradas serviços de natureza pública e virem a ser, como tal, reguladas.

A invenção em si é normalmente a criação de algum indivíduo ou alguns indivíduos competindo uns com os outros, inseridos em seu meio social. Nenhuma invenção, a rigor, é exclusivamente individual embora a história acabe consagrando alguns nomes e esquecendo alguns outros. Nenhuma invenção, sobretudo, dá-se fora de contextos sociais, culturais, econômicos. Mas algumas, uma vez incorporadas na realidade social, tornam-se tão determinantes para as demais relações que vão exigir a intervenção do Estado nas formas de prestação do serviço ou oferta dos produtos. A invenção e disseminação da energia elétrica, por exemplo, sabemos, devemos a Edison, Tesla, Westinghouse, Siemens, entre outros. Em todos os países, inclusive no Brasil, tornou-se um serviço regulado pelo Estado a partir do momento em que a vida social tornou-se impossível sem suprimento de energia elétrica aos lares, empresas e espaços públicos.

O mesmo aconteceu com a telefonia e a radiodifusão. Também nasceram da iniciativa de inventores individuais: Bell, Marconi, Fleming... Nos países europeus, desde os anos 1920, tornaram-se serviços públicos. Nos Estados Unidos, desde uma lei de 1927, tornaram-se serviços prestados por empresas privadas por concessão pública – a cabo da Federal Communications Commission (FCC).

Como boa parte de vocês aqui deve saber, a mesma ilusão de Marx e Engels sobre a telegrafia ou de Nora e Minc sobre a rede de computadores, também assaltou Bertold Brecht nos primeiros tempos da radiodifusão. Em seus primeiros tempos, era comum indivíduos montarem em casa os seus próprios aparelhos de rádio e, por eles, se comunicarem, enviando e recebendo mensagens sonoras, com outros indivíduos. Estava se formando, pelas frequências hertzianas, uma rede radiofônica interativa, um falando com muitos, muitos falando com um. Era uma autêntica "internet" sem fios... Naturalmente, a cacofonia devia ser grande. Tal era possível porque, nesses primeiros tempos, o acesso às frequências hertzianas era totalmente livre, e era totalmente livre pelo elementar motivo de que, só então, a sociedade começara a experimentar o uso desse recurso, até então desconhecido. Daí que Brecht publicou em 1927, um livreto intitulado Teoria do Rádio no qual propunha que esse ambiente fosse organizado e regulado para assegurar que todo indivíduo pudesse ter o seu equipamento de rádio emissor-receptor e, por ele, pudesse se manifestar na esfera pública. Seria uma "ágora informacional" avant la lettre...

No mesmo ano que Brecht publicou o seu livreto, os Estados Unidos adotaram a Lei do Rádio. Um ano antes, o estado britânico assumira o controle da British Broadcasting Company, ou BBC, empresa criada por uma sociedade entre a Marconi e a General Electric. Nessa mesma década, também na Alemanha, na França, em outros países, o poder de emissão passou a ser controlado pelo Estado ou por companhias privadas enquanto que os fabricantes de equipamentos passavam a oferecer no mercado, aparelhos de rádio capazes apenas de receber mensagens sonoras. Seja pelo interesse do capital que "descobriu" o poder da radiodifusão para transmissão de mensagens publicitárias; seja pelo interesse dos Estados capitalistas que "descobriram" o poder da radiodifusão para mobilizar política e ideologicamente a sociedade, aquele projeto brechtiano morreu no nascedouro. E a sociedade, em seu conjunto, facilmente se ajustou às novas determinações: era ótimo chegar em casa após um dia exaustivo de trabalho, sentar à frente de um enorme aparelho de rádio (àquela época, os aparelhos eram enormes, mobiliavam e decoravam a sala de estar) e, junto com a família, dar-se algum tempo de relaxamento e descanso ouvindo música, novela, a narração de um jogo de futebol ou luta de boxe. Tudo aparentemente de graça...

A história do rádio é um excelente exemplo de como uma tecnologia pode vir a seguir diferentes roteiros evolutivos mas acabará seguindo aquele roteiro que a sociedade concreta vier a lhe dar. A sociedade concreta é essa constituída pelas empresas capitalistas mas também pelos demais grupos sociais inseridos nas suas condições de trabalho e vida cotidiana. Certamente, àquela época, alguns segmentos resistiram àquele roteiro mas ao fim e ao cabo, para a grande maioria da população, o "rádio caixa de música", como chegou a ser chamado, foi uma grande invenção...

Se não podemos, como não pudemos na era do rádio ou nos tempos da telegrafia, determinar rumos efetivamente democráticos para o desenvolvimento tecnológico, talvez possamos, ao menos, submeter esses rumos a algum controle público. Mal ou bem, a história dos meios de comunicação é a história dessa tensão entre as determinações capitalistas e a resistência de segmentos sociais que lutam por efetiva democratização dos meios. Menos nos Estados Unidos, muito menos no Brasil, mais ou menos nas democracias liberais européias, o sistema regulatório, porque debatido nos parlamentos e efetivado em conselhos ou comissões relativamente transparentes ou receptivas à pressão pública – a exemplo da Ofcom britânica – o sistema regulatório vem a ser o instrumento que dispõem os setores politicamente conscientes da sociedade para impor certo controle ao domínio do capital sobre os meios.

Ocorre que a Internet – ou o Facebook, o Google, a Amazon – está totalmente a margem de qualquer sistema regulatório digno desse nome. Quem regula a Internet é uma organização privada estadunidense, criada sob os auspícios do Departamento de Comércio do governo dos Estados Unidos, sediada na Califórnia, denominada Internet Corporation for Assigned Numbers and Names – ICANN. Sua responsabilidade é "puramente" técnica, embora saibamos o quanto há de político nesse "técnico". Todos os graves problemas acusados, por exemplo, pela senhora Haugen não parecem ser da alçada da ICANN e não são tratados por qualquer estatuto regulatório, nem nos Estados Unidos, nem na União Européia, nem no Brasil. Por isso mesmo, cada vez mais, o mundo – e posso dizer, o mundo – clama por regular a Internet, mais precisamente as grandes plataformas que operam sobre a Internet. Este é um debate que está avançando, inclusive no Brasil.

Até agora, na Internet, tem sido aplicado o princípio, de origem estadunidense, segundo o qual, os assim chamados "provedores de acesso" ou "intermediários" não são responsáveis pelos conteúdos que circulam através deles. Os responsáveis seriam os próprios autores desses conteúdos, os usuários das plataformas. A denúncia de Frances Haugen vem a confirmar, mais uma vez, vem reforçar, o que já sabemos: os "provedores de acesso", isto é, as grandes plataformas, são sim também responsáveis pelos conteúdos que nelas circulam, elas impulsionam os conteúdos que podem atrair mais interesse dos usuários, logo gerar mais lucros. Pior que, em geral, estes são justamente os conteúdos que, em termos éticos e estéticos, são os piores, são os negacionistas, os obscurantistas, os mentirosos, os que propagam ódio e discriminações. Sabemos que discursos assim sempre existiram e sempre existirão numa sociedade como a nossa. A questão é decidirmos se têm direito de circularem livremente pelas plataformas ou através da Internet. Para a Alemanha, por exemplo, não têm. A Alemanha adotou uma lei que claramente reprime mentiras (ou fake news) e discurso de ódio na Internet. Outros países debatem leis similares. No Brasil, neste momento, temos um projeto de lei tramitando no Congresso – o PL 2630 – que busca também impor limites a toda essa liberalidade. Naturalmente, há muito o que podemos discutir, convergir ou divergir, sobre essas leis e projetos de lei. Estou apenas, aqui, sublinhando que o debate está concretamente aberto.

Do mesmo modo, o Spotify, o Netflix, o Facebook, o WhatsApp, a Amazon, para não falar do Google, surgem como "grandes invenções" para a sociedade concreta em que vivemos. É muito mais fácil e rápido, sentar no sofá e escolher um filme no Netflix que o próprio Netflix já "sugere" para você, do que ficar catando filmes, legendas, esperando baixar no BitTorrents... Só os "nerds" ainda se dão a esse trabalho...

Durante um período de 10 a 20 anos, a Internet esteve aberta à experimentação social. Inventada e desenvolvida por cientistas a serviço do Pentágono, espalhou-se inicialmente pela sociedade por iniciativa de "nerds" e "hackers" que experimentavam novos meios de interação social por fora dos monopólios estatais ou privados, também à margem dos comportados comportamentos cotidianos da maioria das pessoas. Rebeldes. Dessa expansão inicial, emergirá a idéia de uma Internet como meio de comunicação finalmente livre dos poderes econômicos e políticos, conforme anunciou o letrista de rock John Barlow, numa "Declaração da Independência da Internet" proclamada em 1996, numa das anuais reuniões de Davos, ou seja, justo num encontro das maiores cabeças do capital financeiro internacional! Banqueiros e líderes políticos ali reunidos devem ter sorrido condescendentes ante tamanha ingenuidade...

Barlow pretendia que as pessoas que então começavam a "navegar" na Internet seriam eticamente distintas das que trafegavam no mundo real das relações de negócio e trabalho. Então, porém, as cabeças financeiras que forneciam fundos para a rapaziada do Vale do Silício inventar tecnologias e empresas, já se perguntavam "como podemos ganhar dinheiro com isso"? Esta era a pergunta de um milhão de dólares. No caso, literalmente. O modelo publicitário tradicional da radiodifusão não parecia funcionar bem no novo meio. A resposta chegou pelas mentes de Sergey Brinn e Larry Page, os criadores do Google. O negócio está nos dados. Descoberta a solução, em uma década a Internet foi colonizada pelo Google, Facebook, Amazon etc.

Ao mesmo tempo, a Internet tornou-se tão essencial para as nossas vidas quanto a energia elétrica. Já não podemos viver sem ela, conforme constatou-se nesse "apagão" do Facebook, há dois dias. Não podemos viver sem a Internet ou... sem o Facebook?

De fato, não haverá Facebook ou Google sem Internet mas poderia haver Internet sem Facebook ou Google. Este é o ponto. A Internet, essencialmente, é um sistema físico-lógico de interconexão social. Você pode ter, digamos assim, um perfil na Internet sem ter perfil no Facebook. Eu mesmo tenho um (www.marcosdantas.pro.br ou www.marcosdantas.com.br), e nunca tive perfil no Facebook ou Instagram. Mas é aquele "velho" problema: a maioria das pessoas e empresas acha "mais fácil", "mais simples", "Menos trabalhoso" ter perfil no Facebook ou endereço no WhatsApp... Sim, de fato, manter um sítio pessoal dá um certo trabalhinho e nem sempre sai de graça. Já perfil no Facebook é simples e gratuito... É mesmo gratuito? Sabemos que o preço a pagar é sua privacidade. Mas, isto é outra história...

Direito à resistência... sim, no século XXI, a comunicação social será via Internet, será o streaming, serão as interações pelas plataformas. A disputa, agora, é por regulá-las. Como sempre, o capital, igual já fez no passado, acabará por regulá-las conforme seus interesses. Ou será que, desta vez, os setores críticos, realmente democráticos, conseguirão avançar na direção de um sistema realmente público? Eu quero dizer, um sistema também aberto às vozes e imagens críticas, transformadoras, não apenas às que, de um modo ou outro, reforçam e reproduzem as práticas do mercado. A hora é agora!

Sobre os autores

Ana Maria da Conceição Veloso

Professora adjunta do Departamento de Comunicação da UFPE. Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFPE. É coordenadora do Observatório de Mídia – Gênero, Democracia e Direitos Humanos da UFPE. Faz parte da Rede Brasileira de Jornalistas e Comunicadoras com Visão de Gênero e Raça, do Centro das Mulheres do Cabo e do Coletivo Intervozes. E-mail: ana.cveloso@ufpe.br

Ana Sophia Ramos Maciel Cordeiro

Atualmente é marketing digital e estratégias de redes – ABA Global Education. Tem experiência na área de Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: pandemia, mídia, desinformação, rádio e comunicação. E-mail: ana_sophiar@hotmail.com

Andrea Trigueiro

Doutora em Comunicação (UFPE), mestre em Educação Matemática e Tecnológica (UFPE), especialista em Direitos Humanos (Unicap) e em Docência do Ensino Superior (Uninassau). Professora da Escola de Comunicação da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e coordenadora da especialização em Jornalismo Independente (Unicap) e da Escola de Educomunicação e Direitos Humanos (EducomDH/Unicap). E-mail: andrea.trigueiro@unicap.br

Cicilia M. Krohling Peruzzo

Professora visitante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e do Póscom da Universidade Federal do Espírito Santo. Investigadora Colaborada do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho – Braga, Portugal. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, com pós-doutorado pela Universidad Nacional Autónoma de México. Fez o mestrado em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo e a graduação em Comunicação Social pela Faculdade de Comunicação Social Anhembi. Pesquisadora das linhas de Comunicação popular, comunitária, alternativa e mídia local, além de Relações Públicas, na perspectiva crítica e dos movimentos sociais. Foi coordenadora do Grupo de Trabalho Comunicação e Culturas Populares da Intercom, do

Grupo de Trabalho Comunicación Popular, Comunitária y Ciudadanía da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), do GT Comunicação e Cidadania da Associação Brasileira de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e do Grupo de Pesquisa Comunicação, Responsabilidade Social e Cidadania (Abrapcorp). Coordena o Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local (COMUNI). Foi coordenadora executiva e membro da equipe de coordenação do GT Comunicação e Cidadania da Asilbercom (Associação Ibero-Americana de Comunicação). Foi presidente e fundadora da Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores Populares em Comunicação Comunitária e Cidadã (ABPCom). Pesquisadora PQ 1B do CNPq. Foi membro de Comitê de Assessoramento de Artes, Ciências da Informação e Comunicação (AC) do CNPq (2016-2019). Presidente da Associação Ibero-Americana de Investigadores da Comunicação (Assibercom). E-mail: kperuzzo@uol.com.br

Cecília Almeida Rodrigues Lima

Professora adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco. Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. Faz parte do grupo Obitel - Rede de pesquisadores de ficção televisiva. Pesquisa principalmente os seguintes temas: controvérsia, cibercultura, televisão, transmídia, ficção seriada, telenovela, cultura de fãs, redes sociais digitais, novas mídias e discurso. E-mail: cecilia.lima@ufpe.br

Clarisse Castro Cavalcante

Doutora em Informação e Comunicação em Saúde pela Fundação Oswaldo Cruz. E-mail: clarissecastrocavalcante@gmail.com

Emerson Urizzi Cervi

Professor Associado Departamento de Ciência Política/UFPR; Professor Permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação/UFPR; Professor Permanente no Programa de Pós-graduação em Ciência Política/UFPR. E-mail: ecervi7@gmail.com

Fábia Pereira Lima

Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), onde é Diretora do Centro de Comunicação. Presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP), gestão 2020-2022, e Diretora Científica Adjunta da Intercom (2020-2021). Email: fabialima@ufmg.br.

Fernando Oliveira Paulino

Professor da Universidade de Brasília, Coordenador do Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom), presidente da Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas da Comunicação (SOCICOM) e vice-presidente da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIIC). Pesquisador dos Projetos "Comunicação, Educação, Acesso à Informação e Mobilização Social no DF e no Distrito de Columbia" (FAP-DF), do "Global Project of Media Accountability" (CNPq) e do Projeto Comunicação e Democracia no Brasil e na Alemanha (Capes/DAAD). Professor Visitante na TU Dortmund (2020-21) e na George Washington University (2022). E-mail: paulino@unb.br

Helena Martins

Helena Martins é doutora em Comunicação pela UnB e professora da Universidade Federal do Ceará. Integrantes do Laboratório de Pesquisa em Economia, Tecnologia e Políticas da Comunicação – Telas. E-mail: helena.martins@ufc.br

Ismar Capistrano Costa Filho

Doutor em Comunicação Social (UFMG), mestre em Comunicação (UFPE), bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo (UFC). Atualmente, é professor do Curso de Jornalismo e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFC e coordenador do Projeto de Extensão de Apoio a Comunicação Alternativa, Cidadã e Comunitária (Cacco). E-mail: ismar.capistrano@ufc.br

Ismar Soares

Professor Titular Sênior da Universidade de São Paulo. Presidente da ABPEducom – Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais da Educomunicação. www.abpeducom.org.br. E-mail: ismarolive@yahoo.com

Marcos Dantas

Professor Titular da Escola de Comunicação da UFRJ, representante do Setor de Ciência e Tecnologia no Conselho Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) e também integra o Conselho de Administração do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br). Doutor em Engenharia de Produção pela COPPE-UFRJ, é professor e pesquisador do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura da ECO-UFRJ e do Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação da ECO/IBICT-UFRJ. E-mail: mdantas@inventhar.com.br

Marina Polo

Doutora em Estudos de Comunicação pela Universidade do Minho onde é pesquisadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Integrante do Laboratório de Pesquisa em Economia, Tecnologia e Políticas da Comunicação – Telas. E-mail: marina@marinapolo.net

Nair Prata

Jornalista (UFMG), doutora em Linguística Aplicada (UFMG), com estágio de pós-doutoramento na Universidad de Navarra (Pamplona, Espanha). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e diretora científica da Intercom. E-mail: nairprata@uol.com.br

Nita Freire

Ana Maria Araújo Freire – Nita Freire – é pedagoga e doutora em Educação pela PUC-SP. É a segunda mulher de Paulo Freire, com quem se casou em 1988 e, desde 1997, quando o educador morreu, é a responsável legal pelo seu legado e obra. E-mail: nitafreire@uol.com.br

Patrícia Paixão de Oliveira Leite

Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), tendo concluído o curso em fevereiro de 2016. É mestre em Comunicação também pela UFPE. Possui especialização em Propaganda e Marketing (UFPE) e especialização em Jornalismo Cultural (Universidade Católica de Pernambuco). É graduada em Jornalismo (Universidade Católica de Pernambuco) e em Serviço Social (Universidade Católica de Pernambuco). Atualmente, atua como professora Substituta do Departamento de Comunicação da UFPE. E-mail: patricia.paixao@ufpe.br

Paula Reis Melo

Professora da Universidade Federal de Pernambuco. Doutora em Ciências da Comunicação, na área de concentração Processos Midiáticos, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS - com doutorado sanduíche na Universidade Nova de Lisboa. Possui graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Pernambuco (1996) e mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (2000). A área de pesquisa é: Comunicação, com ênfase em Processos Midiáticos, Jornalismo e comunicação dos movimentos sociais. E-mail: paula.reis@ufpe.br

Rogério Christofolletti

Professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC. Pesquisador do CNPq e um dos líderes do Observatório da Ética Jornalística (objETHOS). E-mail: rogerio.christofolletti@ufsc.br

Rogério Luiz Covaleski

Professor do quadro permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). É Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), com estágio pós-doutoral na Universitat Pompeu Fabra (Barcelona, Espanha). Autor dos livros "Cinema, publicidade, interfaces" (2009), "Publicidade híbrida" (2010) e "Idiossincrasias publicitárias" (2013), "Cinema e Publicidade: intertextos e hibridismos" (2015) e "Da Publicidade ao Consumo: ativismos, reconfigurações, interações" (2020). É líder do Grupo de Pesquisa "Publicidade Híbrida e Narrativas de Consumo" (PPGCOM/UFPE) e membro do Grupo de Pesquisa "Comunicação, Discursos e Biopolíticas do Consumo" (PPGCOM/ESPM). Coordena o GT Consumos e Processos de Comunicação da Compós (2020/2022). É bolsista de produtividade em pesquisa PQ-2 do CNPq. E-mail: rogerio.covaleski@ufpe.br

Venício Lima

Professor Emérito da Universidade de Brasília (2017). Graduação em Ciências Sociais/Sociologia pela UFMG (1969), mestrado (1974), doutorado (1979) e pós-doutorado (1988) em Communications pela University of Illinois at Urbana-Champaign. É também pós-doutor pela Miami University-Ohio (1991) e especialista em História do Cristianismo Antigo pela UnB (2009). Professor Titular de Ciência Política e Comunicação da UnB (aposentado) é pesquisador senior do Centro de Estudos Republicanos Brasileiros (CERBRAS) do DCP-FAFICH-UFMG e membro (eleito) do Conselho Curador da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), 2015-2019 [mandato cassado pela MP 744 de 01/09/2016]. Tem experiência nas áreas de Ciência Política e Comunicação atuando principalmente nos seguintes temas: pensamento de Paulo Freire; mídia e política; liberdade de expressão; liberdade da imprensa; políticas públicas, legislação e economia política da mídia. E-mail: vadelima@uol.com.br

Yvana Fechine

Possui graduação em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (1986), mestrado e doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1997 e 2001, respectivamente). Atualmente é professora associada IV da Universidade Federal de Pernambuco

(Departamento de Comunicação Social, Programa de Pós-graduação em Comunicação), pesquisadora associada ao Centro de Pesquisas Sociossemióticas (CPS) e ao Observatório Iberoamericano de Ficção Televisiva (OBITEL Brasil). Integra a equipe gestora da Rádio Universitária Paulo Freire e coordena o Laboratório de Imagem e Som, ambos vinculados ao Departamento de Comunicação Social da UFPE. E-mail: yvana.fechine@ufpe.br

