

A cultura como ‘tática’ nas batalhas de sentido
Reflexões sobre as práticas cotidianas de coletivos culturais
na cidade de Niterói (RJ)



Culture as “tactics” in purport battles
Reflections on the everyday practices of cultural associations
in the city of Niterói (RJ)

*Márcio de Souza Castilho**

Universidade Federal Fluminense (UFF), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

ORCID:0000-0003-2193-0517

*Autor Correspondente (e-mail: castilho.uff@gmail.com)

Victor Gabry

Universidade Federal Fluminense (UFF), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

ORCID: 0000-0003-4375-2598

(e-mail: victormartinigabry@gmail.com)

Resumo:A comunicação é lugar permanente de disputas e negociações, uma arena em que múltiplos polos de enunciação travam uma luta pelo direito de produzir sentidos no espaço público. O ambiente comunicacional caracterizado pelo impacto da desintermediação reforça a possibilidade de o cidadão produzir outras narrativas e estabelecer novos consensos. Nesse sentido, propõe-se examinar a experiência dos projetos culturais Rap School e Conexão Favela & Arte, desenvolvidos em Niterói, na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, e como estes coletivos estão se apropriando das novas tecnologias para pôr em relevo a produção cultural local, confrontando visões estigmatizadas reproduzidas pelos meios de comunicação de massa ao abordar os espaços populares. Recorrendo a estudos na área da comunicação popular e movimentos sociais, a metodologia também se apoia em entrevistas semiestruturadas com os realizadores. O estudo conclui que os projetos vêm conseguindo favorecer articulações comunitárias e fortalecer identidades em seus espaços locais, através da música, da dança, do grafite, dentre outras atividades constantes do “mutirão”, como são chamados os eventos culturais realizados pelos grupos.

Palavras-chave: Cidadania. Comunicação Popular. Contra-hegemonia. Educação. Movimentos sociais.

Abstract : Communication is a permanent place of disputes and negotiations, an arena in which multiple poles of enunciation fight for the right of producing purport in the public space. The communicational environment characterized by the impact of lake of mediation reinforces the possibility of the citizen to produce alternative narratives, confronting views of the world and establishing new consensus. In that sense, we propose examining the experience of the cultural projects Rap School and Conexão Favela & Arte, located in Niterói, in the Metropolitan Region of Rio de Janeiro, and how these associations are exploiting new communication and information technologies to draw attention to other attributes of the territory. Resorting to studies in the field of popularcommunication and social movements, the methodology is also bolstered by semi-structured interviews with the players. As a hypothesis, we sustain that the projects benefit communitary connections and strengthen the identity of their local spaces.

Keywords: Citizenship. Popular Communication. Counter-hegemony. Education. Social Movements.

1. Introdução

Historicamente, os meios de comunicação de massa atuam para reforçar consensos em torno de ideias e interesses de determinados grupos políticos e econômicos na sociedade. Consequentemente, a lógica do conteúdo noticioso orienta-se pelo estreitamento do espaço de circulação de sentidos que possam contestar a ordem dominante. No entanto, os códigos que asseguravam às empresas de comunicação a manutenção de um lugar de fala autorizado parecem menos estáveis com as possibilidades abertas pela troca de informações no mundo digital.

Não desconsideramos a importância do recorte que privilegia a denúncia do caráter manipulador de discursos que circulam nos meios de comunicação das chamadas indústrias culturais. Contudo, concordamos com Enne (2008, p. 199) sobre a ideia de pensar a comunicação no plural, sob pena de “perdermos de vista a riqueza do processo social, em que sujeitos concretos, históricos, estão vivendo e construindo suas realidades, num jogo de estratégias e táticas que não cabe em esquemas reducionistas do tipo maniqueísta e polarizado”.

No campo da comunicação popular produzida fora dos grandes centros, a lacuna é ainda maior. Entendemos, portanto, que há um campo de exploração amplo para análise de iniciativas de grupos situados em territórios populares que fazem uso das ferramentas de comunicação, em especial da internet, para sair do registro de invisibilidade dos espaços tradicionais. Ainda conforme Enne (2008, p. 212), “trazer para o campo acadêmico suas práticas e militâncias é hoje [...] compromisso político fundamental dos que pretendem desmarcar o caráter perverso daqueles que se esforçam para tornar invisível a vida que pulsa entre os sujeitos que fazem a história”.

A partir destas considerações preliminares sobre a importância da produção de uma “outra comunicação” que não seja dependente dos aportes do capital privado e dos interesses políticos de grupos hegemônicos na sociedade, propomo-nos, neste trabalho, a examinar a experiência dos projetos culturais Conexão Favela & Arte e Rap School, desenvolvidos em Niterói, município com pouco mais de 480 mil habitantes, localizado na Região Metropolitana do Rio de Janeiro.

Apresentamos um breve histórico, a estrutura, a relação com o público e as formas de financiamento dos dois projetos sediados em Niterói. Não obstante, interessa-nos verificar a relação desses grupos com as ferramentas digitais de modo a ampliar as possibilidades de expressar diferentes manifestações culturais. Qual o uso que fazem da internet para interferir no real, deslocando-se de um polo passivo no circuito comunicacional para, gradualmente, tornarem-se sujeitos das suas próprias narrativas? Sustentamos, como hipótese, que os projetos, através da música, da dança, do grafite, dentre outras atividades, favorecem articulações comunitárias e fortalecem identidades em seus espaços locais.

2. Comunicação popular e produção de contrassentidos

No conceito de hegemonia de Gramsci, sociedade civil e sociedade política formam o Estado em sentido amplo, mas enquanto a segunda cumpre a função de atuar como aparelho coercitivo, “através do qual a classe dominante detém o monopólio legal da repressão e violência” (MORAES, 2009, p. 37), é na dimensão da sociedade civil que são travadas as batalhas pela conquista do consenso. Interessante observar, a partir da perspectiva gramsciana, que a liderança ideológica e cultural de um grupo social sobre a coletividade, que caracteriza o conceito de hegemonia, não resulta apenas do uso da força. Nos estados modernos, diferentemente dos estados soberanos, tão ou mais eficaz que o exercício do monopólio da violência são as estratégias de persuasão empreendidas pelas classes dominantes de modo a manter controlados grupos tão heterogêneos na sociedade. Então o Estado sempre buscou conjugar força e persuasão, coerção e convencimento, inclusive com a assimilação dos signos contidos no universo dos dominados para integrá-los ao sistema de valores da cultura dominante.

Os meios de comunicação de massa, que fazem parte do conjunto de instituições da sociedade civil (escola, entidades de classe, sindicatos, igreja, partidos políticos etc.), representam, para Gramsci, os aparelhos privados de hegemonia. Embora relativamente autônomos em relação ao Estado, acabam atuando nas cercanias do poder, sendo “sustentáculos de suas ideias e difusores do senso comum fixado pelo bloco de classes hegemônico e dirigente” (MORAES, 2009, p. 40). Neste sentido, o discurso midiático tem por funções apagar a pluralidade conflituosa da sociedade e, como afirma Fontes (apud MORAES, 2009, p. 46), “reduzir ao mínimo o espaço de circulação de ideias alternativas e contestadoras – por mais que estas continuem se manifestando e resistindo”.

O que faz da mídia, em particular o campo jornalístico, um instrumento estratégico nas disputas de consenso? Vale destacar que, segundo Gramsci, todo processo de hegemonia passa necessariamente pela mediação da linguagem. Para o pensador italiano, a linguagem não tem caráter estritamente técnico ou formal, fechado em seus elementos internos, mas, antes, faz parte da luta política dado o seu caráter ideológico-histórico. Portanto, a batalha para conquista da hegemonia é, em última instância, “um processo comunicacional” (COUTINHO, 2014, p. 15) em que diferentes grupos sociais buscam, através das estratégias de persuasão, conformar ou contestar a dominação.

Partindo desse pressuposto, percebe-se a comunicação como lugar permanente de disputas e negociações. Múltiplos polos de enunciação travam uma luta pelo direito de participar da esfera pública. Assim, movimentos sociais e setores críticos da sociedade também buscam instaurar divergências para se contrapor às ideias dominantes, incorporando uma luta discursiva contra-hegemônica. Novos consensos apoiados na valorização da cultura local, na diversidade e no combate às desigualdades e violências estruturais encontraram força, sobretudo, no ecossistema midiático atual, caracterizado pelo impacto da desintermediação, que permite aos

cidadãos diferentes modos de interação.

A comunicação pode ser o espaço por meio do qual pode ser formada a esfera pública, vista como conjunto de cidadãos participantes, comprometidos com o veículo, a interatividade, a horizontalidade do discurso e atuando como sujeitos políticos. Nesse sentido, a comunicação por rede pode se constituir no paradigma da nova democracia [...] A rede pode tornar-se um meio de informação horizontal capaz de combater a verticalidade dos meios tradicionais de comunicação de massa. (PAIVA, 2003, p. 168).

Munido de dispositivos móveis (celulares, câmeras, gravadores), com acesso à internet, quem antes era considerado um receptor hoje pode atuar como produtor de conteúdo. Em que pese as dificuldades relacionadas à universalização do acesso à internet e os desafios quanto ao financiamento e visibilidade das mídias alternativas, o “olhar de dentro para fora” e não o contrário permite aos cidadãos reforçar identidades e produzir o contraponto crítico aos enunciados da mídia massiva, disputando narrativas no campo simbólico.

Peruzzo (2009) aponta duas vertentes para a ideia de “alternativo” na produção e circulação de informações: (1) comunicação popular, comunitária e alternativa e (2) imprensa alternativa. Tal categorização, segundo a autora, não serve para classificar todas as práticas alternativas em comunicação, mas as experiências neste campo tendem a se incorporar numa luta discursiva contra-hegemônica, desvinculada de aparatos governamentais e empresariais de interesse comercial. Como forma de delimitar o escopo desta pesquisa, vamos nos deter aqui à análise da primeira vertente, mais especificamente da comunicação popular, que permite a grupos ou indivíduos se comunicarem diretamente sem passar pela mediação social do jornalismo.

A internet, ao inverter a lógica de produção centrada num emissor e dirigida a muitos (um/todos) para aquela em que todos podem se tornar emissores e serem lidos, vistos ou ouvidos por todos (todos/todos), amplia as possibilidades comunicativas e de participação social. A facilidade com que cada cidadão pode se tornar “jornalista” é incomparável a de períodos anteriores (PERUZZO, 2009, p. 139).

Ainda que a existência de veículos alternativos de propagação de ideias em defesa dos direitos dos trabalhadores acompanhe a história da imprensa no país, Peruzzo afirma que a ação de movimentos populares nos anos 1970, com postura assumidamente crítica e de resistência à ditadura civil-militar, representou um momento importante para a comunicação alternativa e, conseqüentemente, para ampliação dos direitos da cidadania no país. No artigo *Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço*, a autora esclarece que:

No conjunto, a comunicação alternativa representa uma contracomunicação, ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares e das 'comunidades' e que visa exercitar a liberdade de expressão, oferecer conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização e, assim, democratizar a informação e o acesso da população aos meios de comunicação, de modo a contribuir para a transformação social (PERUZZO, 2009, p. 132).

Nos últimos anos, diferentes formatos vêm sendo aplicados no âmbito da comunicação popular, comunitária e alternativa, não se restringindo apenas aos segmentos tradicionais organizados que contribuíram historicamente para o fortalecimento da “contracomunicação” ou da luta discursiva contra-hegemônica. Assim, somam-se às organizações de base, sindicais e movimentos populares outros grupos e associações com demandas coletivas/comunitárias ou “até por pessoas autonomamente” (PERUZZO, 2006). Se antes pequenos jornais, rádios comunitárias, fanzines e carros de som serviam como canais de difusão predominantes, hoje o ambiente web permite outras iniciativas, tais como e-mails, boletins eletrônicos, compartilhamento de vídeos (Youtube), imagens (Flickr, Picasa, Instagram) e áudio (Soundcloud), redes sociais (Facebook), mensagens instantâneas (WhatsApp), sites, blogs, microblogs (Twitter), transmissões ao vivo e outros. “Mas todo este arsenal de armas só vai ter utilidade se for usado por um pelotão ou exército de militantes conscientes e organizados em torno de um projeto político construído coletivamente.” (Gustavo Barreto, apud GIANNOTTI, 2014, p. 200).

Giannotti (2016) defende a ideia de que a comunicação popular não deve prescindir de um movimento popular organizado. A autora ressalta a importância do processo de autogestão pelos participantes, ou seja, “a criação de instrumentos de comunicação produzidos autonomamente e coletivamente por moradores das favelas e financiadas pelos próprios moradores” (GIANNOTTI, 2016, p. 27), os quais devem participar de todas as etapas de produção, desde o planejamento do projeto, a mobilização e a execução das tarefas até a etapa da distribuição, acompanhamento e avaliação.

Nesse sentido, observamos que há uma relação direta entre movimentos organizados na sociedade e comunicação popular. Ademais, a luta pelo direito à comunicação corresponde, em última instância, às lutas que constituem os direitos humanos no sentido mais amplo, pois aqui estamos tratando do direito à informação, à cultura e à educação. Tal articulação pode ser mais bem compreendida a partir da definição de Gohn (2011), referência nos estudos sobre os movimentos sociais na contemporaneidade:

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

3. Metodologia

Além de fornecer um arcabouço conceitual para a compreensão sobre a comunicação popular e os usos da internet por parte de movimentos sociais, a pesquisa bibliográfica como ferramenta metodológica nos auxiliou na identificação dos projetos selecionados na fase seguinte da pesquisa. Inicialmente, o escopo da proposta empírica estava delimitado à análise de iniciativas em comunicação popular na sua definição mais tradicional (PERUZZO, 2009). Foi realizada então uma busca nos meios eletrônicos e de radiodifusão na tentativa de localizar veículos com esse perfil em Niterói e região. Gianotti (2016) já havia mapeado projetos como o jornal Grotresco, produzido por moradores da favela da Grota, e o veículo *Ainda Não Pensei*, do Morro do Preventório, também em formato impresso. Verificamos, porém, que ambas as iniciativas haviam encerrado suas atividades.

No diálogo com Gohn (2011), foi possível estabelecer uma relação entre os movimentos sociais que buscavam a efetivação de direitos humanos fundamentais com a definição sobre comunicação popular postulada por Peruzzo (2009). Três projetos foram selecionados nessa pesquisa preliminar: Nova Niterói, Conexão Favela & Arte e Rap School. Todos foram contatados através de seus portais na internet, mas apenas o Conexão Favela & Arte e o Rap School responderam satisfatoriamente a nossa solicitação de entrevista.

Os eventos promovidos pelos dois projetos variavam de acordo com a agenda escolar das crianças com as quais trabalham e a realidade do seu local de atuação. Não havia um calendário fixo de apresentações. A entrevista foi realizada em 09/06/2018 e dela participaram Raphael Compagnac, fundador do Conexão Favela & Arte; Eric Fenelon, comunicador popular e um dos apoiadores do Favela & Arte; e MC Guelo Fabio, organizador do Rap School. O encontro ocorreu numa quadra de futebol situada na favela do Viradouro, em Niterói, durante uma manifestação artística reunindo o Conexão e o Rap School. O diálogo foi registrado em áudio no dispositivo de celular, com autorização dos participantes.

Optamos metodologicamente pelo formato de entrevistas conduzidas presencialmente e organizadas de forma semiestruturada. Assim, optamos pela aplicação de um roteiro de questões pré-estabelecidas para reunir informações básicas sobre cada projeto, sem limitar o processo de interação necessário entre pesquisadores e fontes na absorção de novos dados e informações obtidos no decorrer da entrevista.

Na entrevista semiestruturada, a resposta não está condicionada a uma padronização de alternativas formuladas pelo pesquisador como ocorre nas entrevistas com dinâmica rígida. Geralmente, a entrevista semiestruturada está focalizada em um objetivo sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias da entrevista. (MANZINI, 1990/1991, p. 154).

As entrevistas foram complementadas com a análise do conteúdo postado nas redes sociais do Conexão Favela & Arte e do Rap School. Embora os coletivos se apropriem de diferentes plataformas para divulgação das ações e até mesmo venda de produtos (Facebook, WhatsApp, Instagram e Youtube), o Facebook, por ser o mais utilizado por ambos, recebeu um exame mais detalhado nesta pesquisa. Nesta última etapa, procedemos à coleta e análise das postagens compreendidas no período de 4 a 28 de fevereiro de 2019.

4. Conexão e Rap School: 'usos' e reapropriações na ordem tecnocomunicativa

O Conexão Favela & Arte surgiu em março de 2014 com o objetivo de promover a inclusão social através da arte, da cultura, da educação e do esporte. Como destaca o fundador do grupo, Raphael Compagnac, o projeto foi criado com a intenção de “ocupar a cabeça da menorizada” com cursos e oficinas gratuitas de teatro, música, desenho, capoeira, jiu-jitsu e muay thai, dentre outros, para crianças e adolescentes. No início, os idealizadores propuseram um mutirão de grafite na favela do Beltrão, incluindo performances de rap e dança. Nos últimos anos, outros espaços da cidade foram ocupados pelo projeto, como as comunidades de Souza Soares e Viradouro, na região de Santa Rosa, naquele município. De 15 em 15 dias, o Conexão realiza as rodas culturais – um “evento coletivo e colaborativo”, como os membros costumam divulgar nas redes sociais – que reúnem mostra de fotografias, apresentação de DJs e as batalhas de MCs.

O projeto conta com a participação de 10 a 12 colaboradores, responsáveis pelo planejamento, mobilização e execução das tarefas. As datas comemorativas – Páscoa, Dia das Crianças e Natal – costumam contar com grande participação dos moradores.

O Conexão utiliza formas variadas de financiamento, desde venda de bebidas durante os eventos até doações e campanhas de crowdfunding. No primeiro semestre de 2018, o grupo ocupou parte das instalações de um colégio público municipal, que estava abandonado havia cerca de 10 anos no Viradouro, para instalar ali o Centro Cultural Conexão Favela & Arte, com 14 salas e uma área livre para a criação de uma horta comunitária. Os participantes lançaram então uma campanha na internet visando angariar recursos para reformar o espaço, comprar mobílias (estantes, mesas, cadeiras e quadros) e fazer a manutenção hidráulica e elétrica. No centro cultural, já foram realizados gratuitamente cursos comunitários pré-vestibular, alfabetização de adultos e reforço escolar. A doação de um equipamento (projetor) também tornou possível a realização do Cinema Comunitário, que exibiu filmes com temáticas culturais. Os integrantes também planejavam montar uma biblioteca, uma sala de informática e um estúdio para gravação e produção musical.

O movimento se apropria das novas tecnologias de comunicação e informação, especialmente das redes sociais, para fazer a divulgação de eventos e reuniões. As redes que mais utilizam são o Facebook e o WhatsApp. Na primeira, há um espaço dedicado à venda de ca-

misetas com mensagens que buscam valorizar o território onde o projeto nasceu e desenvolve as rodas culturais. Uma das peças, anunciadas para venda no valor de R\$ 50, tem uma estampa com os dizeres “Favela é lugar de paz”. O projeto conta ainda com um site e uma conta no Instagram, sendo que estes não vêm sendo atualizados com frequência. No caso do site, explica Compagnac, a postagem demanda mais tempo, ao

passo que, nas redes sociais, o compartilhamento de conteúdo (vídeo, fotos e imagens) é muito mais ágil. Observa-se que o uso do celular é o principal meio através do qual fazem essa intermediação¹. A conversa com Raphael Compagnac, do Conexão, que estava acompanhado de Eric Fenelon, comunicador popular e estudante de História pela Universidade Federal Fluminense (UFF), havia sido agendada alguns dias antes por meio das redes sociais.

Interessante observar a integração dos coletivos Conexão Favela & Arte e Rap School, pois sem que soubéssemos, ao chegar ao local previamente combinado, MC Guelo Fabio, organizador do Rap School, também ajudava no desenvolvimento das atividades. Ambos os projetos entendem, portanto, a necessidade de “caminhar juntos”, superando eventuais diferenças de objetivos e de público-alvo. Tanto é assim que “fortificar” é um verbo muito utilizado pelos realizadores. Participavam conjuntamente do mutirão numa quadra de futebol na favela do Viradouro como “forma de todo mundo apoiar o outro, de um movimento fortificar o outro”, nas palavras de Fenelon. Também Compagnac destaca: “onde um tá o outro também tá”, o que sugere uma consciência sobre o lugar que ocupam em seus respectivos territórios e a busca de “novas institucionalidades”, da qual fala Martin-Barbero (2001, p. 18), “capazes de dar forma às pulsões e aos deslocamentos da cidadania para o âmbito cultural e do plano de representação para o do reconhecimento instituinte”.

O coletivo Rap School surgiu como uma vontade de cinco amigos de levar a cultura Hip Hop para a favela. Eles se reuniram em 2014 em uma roda cultural em Icaraí, onde não se sentiram à vontade ou representados pelo espaço². Guelo, que morava no Morro do Estado, sugeriu então que os integrantes passassem a se reunir nesta comunidade.

Com uma atuação mais itinerante que o Conexão, o projeto ocupa esporadicamente quatro praças no município de Niterói: Rink, Cantareira, Praça Branca – tendo sido renomeada pelos integrantes de Praça Preta – e Marina. Nelas, leva ao público os quatro pilares da cultura Hip Hop: o DJ, os dançarinos (BBoy e BGirl), o Mestre de Cerimônia (MC) e o grafite, tendo como foco “a juventude que hoje se perde para o tráfico”. Os participantes realizam as atividades de 15 em 15 dias nas praças do Rink e na Cantareira. Já as Batalhas da Mariana ocorrem todos os sábados.

Segundo Guelo, o caminho para os jovens que residem em favelas e periferias é a uni-

¹ Enquanto algumas crianças grafitavam os muros da quadra, os realizadores dos projetos Conexão Favela & Arte e Rap School fotografavam as atividades, postavam-nas no Facebook e marcavam o pesquisador na rede social.

² Icaraí, conhecido como a “Zona Sul” de Niterói, é uma região de maior poder aquisitivo, ocupada por prédios valorizados no mercado imobiliário, comércio de rua e galerias com algumas lojas de grife.

versidade. “Nosso povo estar na faculdade já é a engrenagem principal pra gente caminhar.” Guelo aprofunda o que entende como “povo”: “O povo preto, pobre, nordestino e favelado. O que fazemos é isso, de nós para nós”.

O Rap School tem estabelecido parcerias com movimentos estudantis e setores organizados de esquerda, como o Movimento Rua – Juventude Anticapitalista³. Às rodas culturais e mutirões de grafite somam-se a participação e o engajamento do coletivo em campanhas contra a política de armamento da Guarda Municipal de Niterói e em memória das vítimas do deslizamento de terra no Morro do Bumba, no mesmo município. Em abril de 2010, pelo menos 48 pessoas morreram e outras três mil foram removidas do local.

Tal como o Conexão, a divulgação do projeto e das ações encontra nas redes sociais (WhatsApp, Facebook, Youtube e Instagram) o seu principal suporte. Este projeto, entretanto, não conta com um site como meio informativo e/ou de divulgação de suas atividades. A venda de produtos, como roupas produzidas pelo coletivo, é anunciada no Facebook, onde o público pode conferir vídeos e fotos dos eventos. Em um dos vídeos, com cerca de 2,3 mil visualizações, o Rap School divulga um financiamento coletivo para realização de um mutirão de música e grafite na quadra do Morro da Chácara, sob o título “Nos ajude a colorir novos muros e a cantar nossos sonhos”. No vídeo, são explicitados alguns dos objetivos do grupo, demonstrando a consciência e o comprometimento político dos seus idealizadores: “O Rap School conseguiu abranger esse olhar para dentro da comunidade, de cores e valores, de poetizar os muros, de colocar dizeres que você não escuta no cotidiano. Seu patrão não vai falar uma palavra que tá ali grafitada, tá ligado?”⁴.

Vale ressaltar a relação dos dois projetos com os dispositivos/suportes digitais. Se não devemos celebrar acriticamente o fenômeno da desintermediação, tampouco podemos deixar de reconhecer a força do dissenso, que advém mais recentemente, conforme Gohn (2011, p. 337-338), “de redes conectadas por meios tecnológicos da sociedade da informação”.

Finalmente, os movimentos sociais tematizam e redefinem a esfera pública, realizam parcerias com outras entidades da sociedade civil e política, têm grande poder de controle social e constroem modelos de inovações sociais. [...] Novíssimos atores entraram em cena, tanto do ponto de vista de propostas que pautam para os temas e problemas sociais da contemporaneidade, como na forma como se organizam, utilizando-se dos meios de comunicação e informação modernos. (GOHN, 2011, p. 337-338).

³ O RUA – Juventude Anticapitalista se define como “movimento de juventude, uma organização política, que se insere nas mais diversas lutas em favor da juventude e da classe trabalhadora”. Tem atuação “no movimento estudantil, no movimento feminista, negro, LGBT, ambiental e indígena, nos movimentos das e pela legalização da maconha”. Integra desde 2015 a Frente Povo Sem Medo “para fazer resistência aos planos de austeridade, à retirada de direitos e ao conservadorismo provocados pelos governos e Congresso Nacional”. Disponível em <https://www.movimentorua.org/>. Acessado em 13/02/2019.

⁴ Disponível em: https://www.facebook.com/pg/rapscholniteroi/videos/?ref=page_internal. Acessado em 16/02/2019.

Os membros dos movimentos levam suas redes de sociabilidade para dentro das ferramentas web, não apenas em estrutura, mas em vivência, não se condicionando ao hábito de compartilhar conteúdo passivamente com os colegas, mas ressignificando o ato de postar algo, como gesto de se fazer ver, conhecendo o funcionamento da rede pelo convívio com o ambiente digital. Desse modo, o Conexão Favela & Arte e o Rap School desenvolveram um método para impulsionar a divulgação nas redes sociais. A “estratégia” – palavra empregada pelos próprios entrevistados – consiste em cada membro publicar, e não compartilhar, a publicação em seu próprio perfil no Facebook, marcando 50 pessoas, e nos comentários, mais 50 pessoas. Assim, afirmam conseguir manter a chamada para os eventos em destaque, apropriando-se do algoritmo⁵ da rede para garantir visibilidade e, ao mesmo tempo, criar alternativas ao desafio do financiamento.

Em *A invenção do cotidiano*, Certeau (1994) faz uma crítica à ideologia do consumo cultural como receptáculo. Segundo o autor, o consumo dos produtos culturais não é passivo ou uma simples “atividade de arrebanhamento” de indivíduos sem papel histórico. Salaria o historiador que “não se pode admitir tal representação dos consumidores” (1994, p. 260). Certeau propõe então uma teoria das práticas cotidianas, observando que elas são do tipo tática. Trata-se de uma cultura comum sendo permanentemente apropriada (e reapropriada) pelo público. Ademais, salienta que essas “astúcias táticas” podem ser observadas no campo social amplo, não apenas em uma área específica. Tais operações de ressignificação aparecem, por exemplo, na ordem televisiva, nas táticas das etnias indígenas diante dos conquistadores, nos “usos” que os meios populares fazem das culturas difundidas pelas elites ou mesmo na reapropriação da língua pelos locutores, ou seja, microrresistências também na ordem discursiva/linguística.

O que une todas essas experiências, prossegue o pensador francês, é o fato dessas astúcias – às quais se refere como arte de “dar golpes” – não serem exercidas com produtos próprios, mas dentro das regiões definidas por um sistema dominante. Nesse sentido, pode-se afirmar que os coletivos aqui examinados, inseridos numa dada ordem tecnocomunicativa, apropriam-se das redes sociais, em particular do Facebook, para operar o desvio e, aproveitando as fissuras desse mesmo sistema, “(re)inventar” o cotidiano, termo que remete ao título da obra de Certeau.

Na realidade, diante de uma produção racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta, posta-se uma produção de tipo totalmente diverso, qualificada como 'consumo', que tem como característica suas astúcias, seu esfarelamento em conformidade com as ocasiões, suas 'piratarías', sua clandestinidade, seu murmúrio incansável, em suma, uma quase-invisibilidade, pois ela quase não se faz notar por produtos próprios (onde teria o seu lugar?) mas por uma arte de utilizar aqueles que lhe são impostos. (CERTEAU, 1994, p. 94).

⁵ No Facebook, recurso utilizado para selecionar o que deve aparecer com destaque em seu feed da tela principal. Vários fatores contribuem para determinar os posts que terão mais visibilidade, dentre eles o comportamento do usuário na rede, as reações e os compartilhamentos, o tempo de permanência em determinado tipo de postagem, dentre outros.

Como as andanças que ressignificam a cidade ou as táticas empreendidas na prática da leitura por parte dos receptores-produtores (CERTEAU, 1994), a vivência nos algoritmos parece ter habituado os realizadores do Conexão e do Rap School a falar e andar no espaço web com as ferramentas que possuem, em linguagem crítica, criativa e inovadora. Fazem da comunicação uma “questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimento, mas de re-conhecimento” (BARBERO, 2001, p. 28). Sem ignorar os dispositivos técnicos, subvertem os seus “usos”, as maneiras de utilizar tais suportes, para colocá-los a serviço dos objetivos e reivindicações que lhes são próprios, a saber: a valorização da cidadania, a inclusão social e o fortalecimento de identidades nos territórios onde atuam através dos “dizeres que você não escuta no cotidiano” e da cultura hip hop.

Tal sentido de pertencimento e resistência se expressa ao final do vídeo produzido pelo Rap School, anteriormente mencionado, para mobilizar a comunidade em mais um mutirão cultural no Morro da Chácara: “O importante mesmo é o falar, o contato. Então a gente tem pessoas capacitadas a explicar o que o rap pode mudar na vida de cada um. O que a cultura hip hop pode mudar na vida dos moradores de comunidade, tá ligado?”⁶.

5.Considerações finais

Ao examinarmos a experiência do Conexão Favela &Arte e Rap School, ambos situados no município de Niterói (RJ), pudemos verificar que os projetos, enquanto formas de expressão coletivas, vêm conseguindo favorecer articulações comunitárias, afirmar identidades que circulam nestes territórios e reforçar relações de pertencimento entre os moradores, especialmente os jovens, através da música, da dança, do grafite, dentre outras atividades constantes do “mutirão”, como são chamados os eventos culturais realizados pelos grupos. Observamos, ainda, como os coletivos estão se apropriando das redes sociais para interferir no real.

Para proceder à análise, mostrou-se de suma importância resgatar as reflexões trazidas por Gohn (2011) para melhor compreensão do universo dos movimentos sociais na contemporaneidade, definidos como “ações sociais coletivas e de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas de a população se organizar e expressar suas demandas” (2001, p. 335), e Peruzzo (2009) sobre o conceito de comunicação popular. Compartilhamos a visão da autora sobre a importância de valorizar menos a questão técnica, isolada de contextos sociais amplos, e mais o processo, a participação, a “vontade de interferir para a ampliação da qualidade da cidadania, para a circulação de ideias dissonantes das dominantes e para a transformação social” (2009, p. 144):

⁶ Disponível em https://www.facebook.com/pg/rapscholniteroi/videos/?ref=page_internal. Acessado em: 19/02/2019.

Os elementos principais que caracterizam a comunicação como popular, comunitária e/ou alternativa estão no processo, nas práticas sociais, nas relações que se estabelecem, e não no tipo de veículo utilizado, nem em outra característica qualquer (linguagem, propriedade, formato) tomada isoladamente. O que importa é o conjunto da práxis e o significado que tem para a comunidade. (PERUZZO, 2009, p. 140).

A partir do encontro com os realizadores, foi possível estabelecer um diálogo entre teoria e prática, visto que as redes de sociabilidade criadas e mantidas pelos projetos analisados seguem as trilhas deixadas por Certeau (1994, p. 21), sobre as “táticas” empreendidas pelos consumidores-produtores (culturais) em suas práticas cotidianas, e por Barbero (2001), ao se referir a “essas novas maneiras de estar juntos’ pelas quais se recria a cidadania e se reconstitui a sociedade”.

Estamos inseridos num processo dinâmico de transformações, que segue impondo desafios para os pesquisadores que se dedicam a examinar o impacto das novas tecnologias de comunicação e informação na sociedade. Reconhecemos a complexidade e diversidade de questões que tangenciam o debate sobre os limites e os impactos da apropriação dos dispositivos midiáticos por parte de projetos contra-hegemônicos na cultura. Não se pretendeu aqui esgotá-las. Seria impensável fazermos tal postulação. De todo modo, esperamos complementar outros estudos com interface nas áreas da cultura, cidadania, espaço público e comunicação popular, partindo do pressuposto que a ampliação das possibilidades de produção da informação, de maneira plural e participativa, contribui para aperfeiçoar o funcionamento da sociedade em bases mais democráticas.

Referências

BARBOSA, Frederico. Os jovens brasileiros e as suas práticas culturais: entre universalismo e singularidades. In SILVA, Enid Rocha Andrade da; BOTELHO, Rosana Uihôa (org.). **Dimensões da experiência juvenil brasileira e novos desafios às políticas públicas**. Brasília: Ipea, 2016.

BARRETO, Gustavo. Mini-manual do guerrilheiro digital In GIANNOTTI, Vito. **Comunicação dos trabalhadores e hegemonia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2014.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

COUTINHO, Eduardo Granja. **A comunicação do oprimido e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Mórula, 2014.

_____. (org.). **Comunicação e Contra-Hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

GRAMSCI, Antônio. **Cadernos do cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, v. 2, 1999.

ENNE, Ana Lucia. Práticas midiáticas e disputas por hegemonia: reflexões a partir de estudos de caso na Baixada Fluminense. In COUTINHO, Eduardo Granja (org.). **Comunicação e Contra-Hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

GIANNOTTI, Claudia Santiago. **Experiências em comunicação popular no Rio de Janeiro ontem e hoje**. Uma história de resistência nas favelas cariocas. Rio de Janeiro: Núcleo Piratininga de Comunicação / Fundação Rosa Luxemburgo, 2016.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos Sociais na Contemporaneidade. In: **Revista Brasileira de Educação**. v. 16, n. 47, maio-ago. 2011.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. São Paulo: Didática, 990/1991. MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.

MORAES, Denis de. Imaginário social, hegemonia cultural e comunicação. In: **A batalha da mídia: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009, p. 29-56.

MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignácio; SERRANO, Pascual. **Mídia, Poder e Contrapoder: da concentração da monopólice à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo, 2013.

PAIVA, Raquel. Perspectiva comunicacional. In: **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003, p. 135-168.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária. Artigo **Intercom**, 2006. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>.

_____. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.



A **Revista de Comunicação Dialógica** (RCD) é editada pela Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição- Não Comercial- Compartilha Igual 4.0 Não Adaptada.

Link: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

Recebido em: 09/04/2019

Aprovado em: 02/05/2019