

Midiativismo, mídia alternativa, radical, livre, tática: um inventário de conceitos semelhantes

autor:

Leonardo Feltrin Foletto

Doutor em comunicação e informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professor visitante da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e da Universidade de Caxias do Sul (UCS), editor do <http://baixacultura.org> e integrante do hackerspace <https://matehackers.org>.
E-mail: leofoletto@gmail.com.

RESUMO

Neste texto, faço um inventário de cinco conceitos utilizados nos estudos de comunicação, ativismo e tecnologia para designar aquelas mídias ou práticas que não identificadas como grande mídia, ou mídia de referência, ao longo da segunda metade do século XX e deste início de século XXI. Para isso, busco na pesquisa bibliográfica detalhes das origens e dos contextos de uso dos termos, de modo a contar como surgiram, quais as bases conceituais anteriores para que despontassem nos momentos apresentados, e como têm sido adotados em pesquisas científicas e na prática cotidiana de mídia ao longo da história recente. Tenho por objetivo esmiuçar a origem dessas definições para organizar e aprimorar a investigação científica sobre o midiativismo, bem como situá-lo no conjunto de estudos contemporâneos de comunicação e mídia.

PALAVRAS-CHAVE: Midiativismo. Mídia alternativa. Mídia radical. Mídia livre. Comunicação.

Para citar este capítulo:

FOLETTTO, Leonardo Feltrin. Midiativismo, mídia alternativa, radical, livre, tática: um inventário de conceitos semelhantes. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 95-110.

Midiativismo, mídia alternativa, radical, livre, tática: um inventário de conceitos semelhantes

Introdução

Nos estudos relacionados às práticas de ação midiática alternativas àquelas consolidadas como tradicionais nos estudos de Comunicação e Jornalismo, uma dificuldade corrente para pesquisadores dá-se na definição dos conceitos a se trabalhar. Há diversos termos que ora são alinhadas a um contexto político específico (à esquerda ligada ao movimento que criou o Fórum Social Mundial, por exemplo), ora a um momento histórico peculiar (as ditaduras latino-americanas), ou ainda a usos desviantes das mídias, como objetos técnicos, ligados à ação direta. Embora de bases teóricas distintas, esses termos têm como ponto comum tentar nomear iniciativas ou práticas de mídia que são diferentes daquelas instituídas como “grande mídia” pelo senso comum, práticas encontradas em veículos de que se estabeleceram como instituições e se profissionalizaram como jornalísticos ao longo do século XX (SCHUDSON, 1978; NEVEU, 2005), também chamados aqui no Brasil como “veículos de referência”, “imprensa de referência” ou “jornal de referência” (ZAMIN, 2014).

A proposta deste texto, então, é buscar fazer um inventário de conceitos semelhantes ao midiativismo com o intuito de rastrear as origens de cada um desses termos. Embora muitas vezes eles sejam usados para designar a mesma prática, compreender as distintas origens teóricas e de uso dos conceitos pode ajudar a entender melhor as características das atividades de produção de mídia que não correspondem àquela tradicional. Busco aqui fazer uma revisão bibliográfica e histórica da origem dos conceitos, bem como do contexto de sua utilização corrente, para identificar semelhanças e diferenças entre eles.

1 Midiativismo

A relação entre meios de comunicação e ação ativista política é tão antiga quanto os próprios meios; por isso, é possível aproximar o midiativismo já com as primeiras práticas relacionadas como jornalísticas por autores como Franciscatto (2005) e Marcondes Filho (2009), nos séculos XVII e XVIII. Práticas que remetem ao período histórico que vai de 1789 a aproximadamente 1830, marcado pela revolução industrial, pelo avanço do capitalismo e pelo começo da profissionalização dos jornais nos países capitalistas europeus e das Américas, “[...] em que as páginas impressas funcionam como caixa acústica de ressonância de ideias, programas político-



-partidários, plataformas de políticos, de todas as ideias” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 19). Nesse momento, as mídias eram só uma, os jornais, e estavam nas mãos dos poucos que tinham condições financeiras para possuir máquinas de impressão, que eram normalmente quem disputavam o poder político e usavam os veículos para a propagação de ideias com fins pedagógicos e de formação política.

Na segunda metade do século XIX, a consolidação do jornalismo como instituição social leva esse Primeiro Jornalismo, na classificação proposta por Marcondes Filho (2009), para o *underground*. No lugar de veículos militantes com fins de formação política e pedagógica, entram os jornais generalistas, com o objetivo de incluir muitos assuntos para atingir o maior número de pessoas. Sob influência do paradigma da modernidade, são estabelecidas as características ainda hoje identificadas com a atividade jornalística: a notícia, a procura da verdade, a independência, a imparcialidade, a noção de serviço público e, principalmente, a ideia da objetividade (TRAQUINA, 2005; MARCONDES FILHO, 2009). Com isso, a relação direta da ação política com as mídias vai para jornais militantes de partidos políticos e movimentos sociais, os principais grupos que, nessa época, mesmo com muitas dificuldades, conseguiam reunir recursos para obter os meios de produção para produzir seus próprios veículos.

Do século XIX, damos um salto grande para a década de 1990, o início da *Internet* e uma distinção importante: militância X ativismo. A partir de Sartre, Antoun e Malini (2013) caracterizam o militante como alguém “[...] que sacrificava a realização da própria vida no altar dos interesses da revolução” (p. 143), o que acaba por transformar, no século XX, o desejo libertário da revolução no pesadelo totalitário do stalinismo. O ativismo, então, recusa a militância para construir uma vida ao mesmo tempo pública e secreta, agora potencializado pela *Internet*, que possibilita a construção dessa vida pública/secreta a partir dos sistemas de hipermídia, “[...] inventando modos de viver no novo meio que reúnam realização individual e atividade comunitária como expressões de um mesmo combate político” (ANTOUN; MALINI, 2013, p. 143). A *Internet* libera o polo emissor da informação para qualquer pessoa com (alguma) capacidade de lidar com os computadores e a rede, pulverizando a ação política em milhões de mídias ao redor do planeta. É, então, que começamos a falar do midiativismo que conhecemos hoje: é aquele em que pessoas – ou grupos, organizados em rede – criam seus próprios relatos de acontecimentos, normalmente de interesse público como protestos, manifestações e reuniões coletivas, e assim disputam uma “guerra de narrativas” com os veículos de referência.

Um marco importante e sempre comentado para a eclosão do midiativismo do século XXI é a fundação do o Centro de Mídia Independente (CMI), estabelecido originalmente como *Independent Media Center* (IndyMedia) em 1999. Foi uma criação de diversas pessoas – ativistas políticos ligados à movimentos de esquerda, anarquistas-



tas e também pessoas “comuns” sem vínculos partidários ou com movimentos sociais – com o intuito de realizar a cobertura dos protestos de Seattle durante reunião da Organização Mundial do Comércio (OMC), em 30 de setembro de 1999. À época, desenvolveram um *site* que oferecia diversos materiais das manifestações (cobertura em textos, fotos, vídeos e áudios) das manifestações num sistema de publicação aberto, ou seja, qualquer um poderia enviar seu material para publicação, sem filtros editoriais. A intenção era organizar uma cobertura de orientação alternativa àquela realizada na mídia tradicional, num contexto em que a publicação na *Internet* não era acessível a qualquer pessoa: não havia redes sociais como as que conhecemos hoje, e os *blogs* recém iniciavam sua trajetória – o primeiro sistema gratuito e facilitado de publicação de conteúdo (CMS) a se tornar popular, o *blogger*, havia começado a funcionar também em 1999 (FOLETTTO, 2009). Depois dos protestos em Seattle, uma rede internacional *IndyMedia* constituiu-se e ainda mantém um *site*¹ de publicação aberta, com notícias, informações sobre acontecimentos e opiniões que continuam a buscar orientação alternativa àquela publicada pelo jornalismo dito de referência.

No Brasil, o midiativismo ganha força especialmente a partir dos protestos de junho de 2013, em que milhares de pessoas-mídia registraram as ações ocorridas pelo país com imagens e textos de dentro dos fatos ocorridos, em contraste com a cobertura distante da mídia de referência. Um dos grupos a ganhar mais destaque neste período foi o *Mídia Ninja*, surgido a partir da rede de coletivos *Fora do Eixo* e que, com uma organização distribuída em diversas cidades brasileiras e um modelo de gestão baseado em moedas sociais e na economia solidária (DOWBOR, 2013, *online*), conseguiu alcançar repercussão internacional e se tornar, em pouco tempo, um dos grupos mais conhecidos de mídia alternativa no Brasil. Especialmente no Rio de Janeiro, de julho até outubro de 2013, “ninja” tornou-se uma espécie de nome coletivo, identificação adotada por qualquer pessoa que fizesse transmissão *online* de protestos de rua, sem necessariamente ter ligação com a “base Ninja” que originou o coletivo (FOLETTTO, 2017, p. 165).

Segundo Milan (2013), o que há de novo no período contemporâneo do midiativismo é sua escala, autossuficiência e autonomia: “Pela primeira vez na história, estas questões mobilizam um público amplo e diversificado que também inclui não especialistas²” (p. 6). A popularização das mídias digitais, aliado à propagação da *Internet* banda larga e móvel no Brasil e no mundo, torna a possibilidade de sair na rua para cobrir acontecimentos como manifestações nas ruas – em texto, foto, vídeo, transmissão ao vivo – uma realidade para milhares de pessoas. O alcance crescente

¹ O site da rede internacional Indymedia é <https://www.indymedia.org/pt/index.shtml>; o CMI Brasil se encontra no site <http://midia independente.org/>

² Em inglês, “have increased public awareness of media influence, and nurtured demands for democratization and public access to the media” (MILAN, 2013, p.6). Tradução do autor.



das redes sociais, principalmente *Facebook* e *Twitter*, oferecem a expectativa de que essas coberturas sejam vistas, compartilhadas, “curtidas” por milhares de pessoas. Está feito um cenário de (re)aproximação da ação política às mídias, mas agora com um alcance incomparável ao anterior à *Internet*. A *Internet* torna-se o corpo dos movimentos políticos nas redes, não apenas somente um meio; todos (potencialmente) somos midiativistas e podemos comunicar para milhares de pessoas. É o que Castells (2013) chama de “autocomunicação de massas”, o que traz autonomia na emissão, seleção e organização de narrativas nos meios digitais. A repercussão dessas transformações ainda estão sendo estudadas, inclusive neste mesmo livro.

2 Mídia alternativa

A questão aqui começa simples: o alternativo só existe em relação a alguma coisa. Rock alternativo é aquele que não é o tradicional, o que não nos diz muito se não definirmos o que é cada um deles. Se considerarmos alternativo como aquele produzido de forma “independente”, ou por pequenos selos e gravadoras, temos um pouco mais de precisão; ainda assim, precisaremos definir o que são grandes gravadoras, conceito fluido neste século XXI de transformações constantes na indústria da música. Com mídia alternativa passa-se o mesmo; ela só existe em relação à outra mídia – no caso, à chamada tradicional, *mainstream*, “grande mídia”, ou aquela dos veículos de referência, estabelecidos a partir da profissionalização do jornalismo na segunda metade do século XIX e desenvolvidos sob o paradigma da modernidade e com as características já comentadas aqui. Ainda que a própria mídia e o jornalismo estejam passando por um processo de profunda transformação, ainda temos, tanto no senso comum, quanto na teoria, algum consenso sobre o que eles “ainda” são.

Desde quando existe mídia alternativa? Como prática, provavelmente desde que existe mídias e jornais. Nas primeiras gazetas europeias do século XVII, é possível imaginar que, em paralelo a um empresário montar seu jornal – tomar posse das máquinas que permitiam a impressão no papel, ter pessoas que escrevem e diagramam, montar um sistema de distribuição rotineira dos jornais –, outra pessoa estaria tentando fazer a sua versão alternativa desse jornal, trazendo as informações que julgava serem mais importantes em formatos diferentes, em máquinas clandestinas ou usadas para outros fins. Conceitualmente, há registros de análises marxistas da mídia da primeira metade do século XX que trazem a ideia de uma mídia alternativa, oferecendo relações de produção anticapitalistas, associada a processos de ruptura com a ideologia da época (ATTON, 2002). Desenvolvida por Gramsci, a noção de contra-hegemonia, por exemplo, é ilustrada a partir de projetos de jornais da classe trabalhadora, publicações socialistas radicais e outros veículos alternativos à mídia de massa da época (ATTON, 2002; DOWNING, 2002).



É a partir desta noção de uma mídia contra-hegemônica que se consolida o conceito de mídia alternativa, sobretudo a partir dos anos 1970, com as mídias de trabalhadores urbanos e rurais, movimentos sociais, publicações anarquistas, culturais e de grupos marginalizados, rádios comunitárias e jornais de resistência a ditaduras aos governos das ditaduras militares na América Latina (ATTON, 2002; DOWNING, 2002; KUCINSKI, 2003). Há pelo menos três vertentes perceptíveis na identificação como mídia alternativa nesse momento: a primeira é aquela relacionada a mídias que introduzem a noção de mudança social radical na sociedade, que rejeita e desafia as políticas estabelecidas, ou pelo menos considera uma reavaliação crítica dos valores tradicionais (ATTON, 2002), tendo como exemplo os jornais de movimentos sociais políticos ligados à esquerda ou ao anarquismo; a segunda diz respeito às mídias relacionadas à representação de uma identidade que não tem espaço na mídia *mainstream*, como as mídias feministas, *gays* e produzida por negros; e a terceira trata de publicações culturais, produzidas de maneira artesanal por fãs ou pequenos grupos de pessoas reunidas em torno de questões ligadas a movimentos musicais e artísticos, aqui trazendo como principais exemplos os *fanzines* produzidos especialmente a partir da década de 1970 (ATTON, 2002).

No Brasil, em especial, há extensa documentação³ sobre o que se convencionou chamar de “imprensa alternativa” (ou “imprensa nanica”), veículos ligados à ideia de resistência à ditadura militar no país (1964-1985). Composta por um conjunto diverso de jornais e revistas, do *Pasquim* ao *Coojournal*, passando pelo *Versus* e o *Bon-dinho*⁴, foi uma imprensa que tratou de vários assuntos, da política à cultura, tendo como principal ponto comum a ideia de se contrapor aos interesses dominantes, sobretudo dos governos militares brasileiros e latino-americanos, e de não fazer parte de grandes grupos de comunicação que detinham mais de uma mídia. Ainda que alternativos em relação ao conteúdo, muito deles tinham características parecidas aos da grande mídia na forma em que eram graficamente apresentados, no processo de produção de suas notícias e reportagens e em suas estruturas internas de organização, exceção feita ao *Coojournal*⁵, caso raro (ainda na segunda década do século XXI) de jornal administrado por uma cooperativa de jornalistas.

Em trabalhos posteriores, Atton (2009) propõe uma definição mais

³ Ver, em especial: MOREIRA, Sônia. Vinte anos de imprensa alternativa. In: UCHA, Danilo. *O poder da imprensa alternativa pós-64, histórico e desdobramentos*. Rio de Janeiro: Rioarte, 1985. CHINEM, Rivaldo. *Imprensa alternativa: jornalismo de oposição e inovação*. São Paulo, Ática, 1995.

⁴ Jornais estes estudados numa obra referencial sobre esse período: KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa*. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2003.

⁵ *Coojournal* foi um jornal mensal editado pela Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre que circulou entre 1975 e 1982 e se caracterizou pela valorização da reportagem e pela autonomia dos jornalistas na manutenção financeira do veículo. Para mais informações, ler GUIMARÃES, Rafael.; CENTENO, Ayrton; BONES, Elmar. *Coojournal – um jornal de jornalistas sob o regime militar*. Porto Alegre: Libretos, 2011.



específica, a de jornalismo alternativo. Seria, por exemplo, aquele jornalismo produzido por “cidadãos comuns” (“desinstitucionalizado”), sem a necessidade de treinamento profissional (“desprofissionalizado”) e sem aporte financeiro excessivo (“descapitalizado”), que pode ser mais precisamente definido como sem participação no mercado publicitário de vendas de anúncios. Ele afirma que veículos jornalísticos alternativos são organizações amadoras de jornalismo que produzem suas notícias e matérias com pouco ou nenhum treinamento/qualificação “profissional” ou formação universitária na área de comunicação/jornalismo. Reportam de suas posições como cidadãos, membros de comunidades, ativistas ou fãs de determinado assunto, comprometidos mais com a transparência dos lugares e dos interesses de seus pontos de vista do que com o equilíbrio de posições e a busca de uma pretensa objetividade, características que são comuns em várias das definições detalhadas aqui.

3 Mídia radical

Usada com frequência no mesmo contexto de mídia alternativa, a expressão “mídia radical” foi popularizada nos estudos de comunicação especialmente a partir do livro referencial do inglês Jown Downing, *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*, publicado em 1984, no Reino Unido. O trabalho levanta casos de mídia produzidos por não profissionais, ressaltando mídias mais ligadas à esquerda política europeia e dos Estados Unidos, mas também traz referências dos séculos XVIII e XIX, de *cartoons* políticos ingleses a canções de trabalho alemãs, passando por *flyers*, montagens, festivais afro-americanos, grafite e diversos outros métodos radicais de expor mensagens publicamente⁶. A partir daí, ele define mídia radical como “[...] a mídia em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas” (DOWNING, 2002, p. 21). Como se vê, tem a mesma origem da ideia de hegemonia em Gramsci, e por conta disso alguns autores, entre eles Atton (2002; 2009), usam com frequência como sinônimo à mídia alternativa.

A ideia de mídia radical proposta por Downing tem também o diferencial de não apenas considerar o conteúdo das mídias, mas também a sua forma de organização. Interessa não apenas o que dizem, mas o jeito de se organizar, como comenta Hamilton (2000):

As iniciativas agrupadas como “comunicação rebelde” por Downing não apenas desafiam o status quo político em suas notícias e comentários, eles desafiam as formas em que são produzidas. O próprio meio requer transformação: a posição do trabalho em relação aos meios de produção deve ser realinhada criticamente. Isso

⁶O conceito de mídia radical em Downing considera como mídias práticas teatro, grafite e festivais culturais, o que a torna a mais ampla de todas as definições trabalhadas neste artigo.



requer não apenas a radicalização dos métodos de produção, mas um repensar do que significa ser um produtor de mídia. (p. 266)⁷.

É uma proposta que dialoga com a tipologia estabelecida em Atton (2002), que considera não apenas o produto finalizado, mas também o processo. Sua categorização estabelece as divisões:

a-) Quanto ao produto:

1. Conteúdo (politicamente radical, social/culturalmente radical), novos valores;
2. Forma: gráfica, visual, variedades de apresentação e conexão, estética.
3. Inovações/adaptações reprográficas - uso dos mimeógrafos, IBM *typesetting*, fotocopiadoras.

b-) Quanto ao processo:

4. Distribuição: redes clandestinas/invisíveis em locais alternativos de distribuição, sites de distribuição, *copyleft*;
5. Transformação das relações sociais, papéis e responsabilidades – receptor/produzidor, organização coletiva, desprofissionalização, por exemplo, do jornalismo, da impressão, da edição (ATTON, 2002, p. 27).

Em *Mídia radical*, Downing traz ainda o conceito de “audiência ativa”, que substitui os termos de espectador e leitor com a perspectiva de que o público também elabora seus conteúdos em vez de apenas consumir passivamente mensagens da grande mídia. Nesse sentido, o conceito antecipa proposições semelhantes formuladas depois da *Internet*, nos anos 2000, como “ex-audiência” (GILLMOR, 2004), “as pessoas anteriormente conhecidas por audiência” (ROSEN, 2006) e “*produsage*” (BRUNS, 2008).

4 Mídia livre

Como agrupamento de duas palavras que, juntas, produzem algum significado diferente de uma só, mídia livre (mídia + livre) é tão antigo quanto a própria mídia. A ideia de uma mídia que tenha a liberdade de produzir também remete ao tema da liberdade de expressão, que esteve ao lado do jornalismo desde o seu início; enquanto houver seleção e publicação de informações, haverá alguém pra dizer que as mídias devem ser livres para difundirem o que quiserem. É nesse cenário liberal que muitas mídias digitais de hoje usam a expressão mídia livre, inclusive aquelas de referenciais

⁷ Tradução nossa para: “What Downing terms ‘rebellious communication’ does not simply challenge the political status quo in its news reports and commentaries, it challenges the ways it is produced. The medium itself requires transformation: the position of the work in relation to the means of production has to be critically re-aligned. This requires not only the radicalising of methods of production but a re-thinking of what it means to be a media producer.”



políticos opostas aos de mídia alternativa, por exemplo, caso do *site* brasileiro *Jornalivre*⁸, identificado a princípios conservadores, neoliberais e de direita.

“Mídia livre”, como um conceito relacionado a um contexto, autores e uma discussão teórica específica, entretanto, tem origem distinta. Remete, inicialmente, ao cenário da cultura livre, por sua vez diretamente relacionada com o movimento do *software* livre⁹, criado na primeira metade da década de 1980 pelo programador Richard Stallman. As quatro liberdades estabelecidas inicialmente pelo *software* livre são, ainda hoje, referência importante para entender o assunto:

- A liberdade de executar o programa, para qualquer propósito (liberdade 0).
- A liberdade de estudar como o programa funciona, e adaptá-lo às suas necessidades (liberdade 1). Para tanto, acesso ao código-fonte é um pré-requisito.
- A liberdade de redistribuir cópias de modo que você possa ajudar ao próximo (liberdade 2).
- A liberdade de distribuir cópias de suas versões modificadas a outros (liberdade 3). Desta forma, você pode dar a toda comunidade a chance de beneficiar de suas mudanças. Para tanto, acesso ao código-fonte é um pré-requisito. (PROJETO GNU, 2013, *online*).

Transpostas à cultura, com a troca apenas de “software” por “obra”, é que se estabelece a ideia de cultura livre. O termo populariza-se a partir de *Free Culture*, livro publicado pelo advogado estadunidense Lawrence Lessig em 2004, um ano depois no Brasil¹⁰, que trata de discutir como o *copyright* está sendo usado por grandes empresas (estúdios de cinema, gravadoras musicais, companhias editoriais) para criar um monopólio dos bens culturais da humanidade. Lessig é também um dos criadores das *Creative Commons*¹¹, conjuntos de licenças – entre elas algumas livres – baseados no conceito do *copyleft*, também estabelecido por Stallman, que significa literalmente “esquerda da cópia” (ou “permitida a cópia”) em oposição ao *copyright*,

⁸ Disponível em: <http://jornalivre.com>

⁹ O *software* livre foi estabelecido a partir de Stallman com o objetivo de obter e garantir certas liberdades para usuários de *software*, a saber: a liberdade de executar o *software*, para estudá-lo, modificá-lo e redistribuir cópias, com ou sem alterações. Embora com base em tradições e filosofias entre os membros da década de 1970 da cultura hacker, Richard Stallman fundou formalmente o movimento em 1983 com o lançamento do Projeto GNU – que tinha como base o sistema operacional próximo a linguagem Unix, que, anos depois, foi ser a base do Linux, hoje o sistema operacional livre mais utilizado. Em 1985, Stallman criou a *Free Software Foundation* (<http://www.fsf.org/>), para apoiar o movimento e defender a liberdade na rede, que existe até hoje. Como movimento, o *software* livre propagou-se para outras áreas do conhecimento, como o direito autoral, o *hardware*, o urbanismo, além da cultura.

¹⁰ LESSIG, Lawrence. *Cultura livre: Como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade*. São Paulo, Editora Trama Universitário, 2005. Disponível em: <<http://bibliotecadocomum.org/files/original/1c93f8900b7457f4ca78995aea43a806.pdf>>. Acesso em 10 nov. 2017.

¹¹ Para entender o *Creative Commons*, o vídeo de apresentação produzido em 2002 quando do lançamento das licenças, ainda é muito didático ao explicar como funciona as CCs. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=izSOOrOmXrGE>>. Acesso em: 10 nov. 2017.



(“direito à cópia”) que protege juridicamente o *software* livre de ser patenteado e garante que o *software* permaneça livre independente de seu uso ao exigir que seja compartilhado pela mesma licença. Tanto o *copyleft* original, quanto as licenças CC garantem mais liberdades de escolha do autor perante sua obra, já que seleciona de partida quais os usos que quer (e não quer) dar para a sua obra.

“Mídia livre” passa a se propagar como a adaptação, no campo da mídia, dos princípios do *software* livre, da cultura livre e do conhecimento livre. É assim que, alinhados a uma linha de esquerda agrupada em torno do Fórum Social Mundial (FSM), evento altermundista organizado por movimentos sociais de muitos continentes, iniciado em 2001, surge uma primeira definição, tirada do Fórum Mundial de Mídia Livre de 2015, evento associado ao FSM:

Comprometidas com a luta pelo conhecimento livre e por alternativas aos modelos de comunicação monopolizados ou controlados pelo poder econômico, as mídias livres são aquelas que servem às comunidades, às lutas sociais, à cultura e à diversidade. Praticam licenças favoráveis ao uso coletivo e não são negócios de corporações. Compartilham e defendem o bem comum e a liberdade de expressão para todo mundo e não apenas para as empresas que dominam o setor. Entendem comunicação como um direito humano e, por isso, querem mudar a comunicação do mundo. (FÓRUM MUNDIAL DE MÍDIA LIVRE, 2012, *online*).

O conceito é, como se vê, um *remix* de aspectos da mídia alternativa (“não ser negócios de corporações, alternativas aos modelos de comunicação monopolizados”) com os da cultura livre (“licenças favoráveis ao uso coletivo, compartilhar e defender o bem comum”). No Brasil, Savazoni (2014) afirma que o termo se difunde a partir da primeira metade dos anos 2000, com uma política pública do Ministério da Cultura que reconhecia e premiava “Pontos de Mídia Livre”¹² espalhados pelo país, tal qual fez com os Pontos de Cultura¹³, outra política pública relacionada ao MinC que reconhecia iniciativas culturais e distribuía *kits* multimídias com computadores com diversos *softwares* livre.

A partir daí, a expressão passa a ser frequentemente usada em duas acepções distintas e complementares. A primeira é designando as mídias, os suportes técnicos,

¹² Segundo a definição do Ministério da Cultura, o Prêmio de Mídia Livre é uma “Ação de desenvolvimento e acompanhamento de construção de políticas públicas para iniciativas de comunicação livre e compartilhada, não atreladas ao mercado”. Mais informações sobre a definição de mídia livre do MinC disponível em: <<http://bit.ly/1TjfyQD>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

¹³ Pontos de cultura são grupos, coletivos e entidades de natureza ou finalidade cultural que desenvolvem e articulam atividades culturais em suas comunidades, reconhecidos, certificados ou fomentados pelo Ministério da Cultura, por meio dos instrumentos da Política Nacional de Cultura Viva, estabelecida em 2004 na gestão de Gilberto Gil no ministério, e em 2014 tornado política pública de Estado. Em abril de 2010, havia 2,5 mil Pontos de Cultura instalados em 1.122 cidades de todas as regiões do país. Mais informações em <http://culturaviva.gov.br/>.



“hardwares, softwares, formatos, rádios e teles livres que produzem e divulgam bens culturais livres” (ESTÚDIO LIVRE, 2009, *online*). E a segunda é situando como uma alternativa ao *status quo* midiático, como expressado na definição do Fórum Mundial de Mídia Livre e exemplificado na ação grupos que se identificam como mídia livre, como *Revista Fórum*, *Le Monde Diplomatique Brasil*, *Repórter Brasil*, *Outras Palavras*, *Brasil de Fato*, entre outras¹⁴. Essa última acepção, por sua vez, dialoga com dois referenciais teóricos: o primeiro próximo ao ciberativismo *hacker*, que traz o midialivrista como “hacker de narrativas” que agrega “[...] experiências singulares de construção de dispositivos digitais, tecnologias e processos compartilhados de comunicação, a partir de um processo de colaboração social em rede e de tecnologias informáticas” (ANTOUN; MALINI, 2013, p. 21). E o segundo ao midiativismo, como o apresentado por Ivana Bentes: “O midialivrista, diferente do jornalista corporativo, não está em um protesto, ato, manifestação, apenas para fazer o registro (ou reportar) dentro de uma relação de trabalho. Ele é um corpo da multidão e a comunicação é uma das formas de mobilizar e organizar, expressar, essa multidão” (BENTES, 2015, p. 14).

5 Mídia tática

O último dos termos aqui inventariados foi estabelecido inicialmente pelos pesquisadores Geert Lovink e David Garcia em 1997, na Holanda. É uma concepção teórica mais facilmente rastreável por ter sido desenvolvida num cenário específico, o contexto europeu pós-queda do muro de Berlim, e desenvolvida em festivais e redes de comunicação, tecnologia e ativismo no final da década de 1990 e início dos anos 2000 como uma tentativa de identificação de uma tendência de convergência nos campos políticos e culturais dessa época, influenciada pelo crescimento da produção midiática viabilizada por equipamentos baratos e de fácil utilização (LOVINK, 2011).

Em 1997, Geert Lovink e David Garcia publicam o texto *O ABC da mídia tática*¹⁵, que circula numa lista de *E-mails* chamada *Nettime*¹⁶ e que define mídia tática da seguinte maneira:

Mídias táticas são o que acontece quando mídias baratas tipo “faça você mesmo”, tornadas possíveis pela revolução na eletrônica de consumo e formas expandidas de distribuição (do cabo de acesso público à internet), são utilizadas por grupos e indi-

¹⁴ Aqui uma lista dentro da aba “Mídia Livre” do *site* da *Revista Fórum*: <https://www.revistaforum.com.br/midia-livre/>.

¹⁵ Foi traduzido para o português por Ricardo Rosas e publicado no *site* do Centro de Mídia Independente em 2003 - é esta a fonte citada aqui (ver referências).

¹⁶ E ainda agrupa: o arquivo completo da lista e mais informações sobre ela em <http://www.nettime.org/> Acesso em: 13 out. 2017



vídios que se sentem oprimidos ou excluídos da cultura dominante. A mídia tática não apenas noticia eventos, porque elas nunca são imparciais, elas sempre participam e é isto que mais do que qualquer outra coisa as separa da mídia mainstream. (LOVINK; GARCIA, 2003, *online*).

A fonte mais presente no conceito original é, sem dúvida, Michel de Certeau e *A invenção do cotidiano*. Publicado originalmente em 1980, o livro examina as maneiras de fazer criativas com que as pessoas individualizam e se apropriam da cultura de massa, de objetos cotidianos até planejamentos urbanos e rituais, leis e linguagem. No capítulo três, o autor francês traz a distinção entre tática e estratégia, que é essencial para o entendimento da formulação proposta por Lovink e Garcia. Ele define como estratégia “[...] o cálculo (ou a manipulação) das relações de forças que se tornam possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder (uma empresa, um exército, uma cidade, uma instituição científica) pode ser isolado” (DE CERTEAU, 2013, p. 93). As táticas seriam, em oposição, procedimentos que “[...] jogam com os mecanismos da disciplina e não se conformam com ela a não ser para alterá-los” (DE CERTEAU, 2013, p. 94). Assim, enquanto as estratégias seriam gestos típicos da modernidade militar e científica, que valoriza as estruturas e o lugar, as táticas seriam ações típicas de uma pós (ou pré-modernidade), que valorizariam o movimento e o tempo, “[...] às circunstâncias que o instante preciso de uma intervenção transforma em situação favorável” (DE CERTEAU, 2013, p. 96).

Os usos que consumidores (usuários, segundo o autor francês) fazem de textos e objetos que os rodeiam são diferentes dos esperados ou imaginados por aqueles detentores do poder estabelecido ou de posse dos objetos; são usos “táticos”, rebeldes, ações de apropriação e engano que desobedecem ao pré-estabelecido, truques engenhosos, “[...] astúcias de caçadores, mobilidades nas manobras, operações polimórficas, achados alegres, poéticos e bélicos” (DE CERTEAU, 2013, p. 98). Ao identificar a distinção estratégia e tática analisando a cultura popular, De Certeau, segundo Lovink e Garcia (2003), transferiu a ênfase das representações para os “usos” das representações. A partir daí, ele sugeriria algumas maneiras de pensar práticas cotidianas – como habitar, circular, falar, ler – que estabeleceriam um vocabulário complexo que identificaria as maneiras que a cultura popular buscaria romper com o que lhe é imposto pelas estruturas do poder ou de consumo.

Alguns dos trabalhos identificados como mídia tática são originários do campo artístico e, principalmente, de uma postura crítica sobre a função da arte e da mídia na sociedade contemporânea, prática que tem ganhado o nome também de “artivismo”. São designados como mídia tática, por exemplo, o *flood net zapatista*¹⁷,

¹⁷ Desenvolvido pelo coletivo *Critical Art Ensemble*, o *Electronic Disturbance Theater* (EDT) foi uma frente do coletivo para promover ações de solidariedade no ciberespaço em apoio ao movimento Zapatista em Chiapas, no México. A tática realizada com maior destaque foi a do *sit-in* virtual, um tipo de ação direta contra



promovido pelo coletivo *Eletronic Disturbance Theater* em 1998; o surgimento do *IndyMedia* nos protestos em Seattle 1999, já citado aqui; e o caso *DowEthics.com*¹⁸, criado pelo *Yes Men* em 2004. No Brasil, exemplos são o *Movimento dos Sem Satélite* (MSST)¹⁹ e o *clone do blog do Planalto*²⁰, além de festivais como o Festival Mídia Tática Brasil (2003), Digitofagia (2004) e os encontros Submidialogia (2005 a 2008), esses últimos eventos importantes também na organização de políticas públicas relacionadas no Ministério da Cultura (MinC) na gestão de Gilberto Gil (2003 a 2008), como os já citados pontos de cultura (CLINIO, 2011; FOLETTTO, 2015).

um determinado *site* com o objetivo de torná-lo inacessível a partir da coordenação de acesso simultâneo por diversas pessoas à mesma página-alvo. O grupo organizou ataques em dez datas significativas para o movimento Zapatista, em abril de 1998. Para participar, as pessoas deveriam acessar determinada URL, clicar em um *link* e manter o navegador aberto durante o período programado para a ação; o aplicativo acionado recarregaria a mesma URL várias vezes por minuto, impossibilitando o acesso à página num tipo de ação chamada Ataque de negação de serviço – DDoS.

¹⁸ A dupla de ativistas Andy Bichlbaum e Mike Bonanno é conhecida por ações de produzir danos a indivíduos e entidades que causam estragos sociais, econômicos e ambientais (crimes, no julgamento dos ativistas). São “correções de imagem” realizadas a partir da personificação dos representantes destas empresas – como a que aconteceu em 2004, quando Andy concedeu uma entrevista para a rede de televisão britânica BBC como executivo da empresa *Dow Chemicals* e afirmou que, passados 20 anos do desastre químico causado na cidade indiana de Bhopal que matou 20 mil pessoas, a empresa assumiria a responsabilidade e indenizaria os atingidos em US\$ 12 bilhões. Era um trote: *Yes Men* havia criado um *site* espelho da empresa, chamado *dowethics.com*, que os jornalistas da emissora britânica entraram em contato erroneamente para combinar uma entrevista. Durante duas horas, a entrevista circulou pela *Internet*, foi repetida na mesma BBC e só então a empresa *Dow Chemicals* notificou a emissora que o entrevistado era um impostor. O vídeo da ação se encontra ainda hoje disponível na rede em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SLUQ2sUti8>>. Acesso em: 2 dez. 2017.

¹⁹ Trata-se de um “movimento de não bandeira”, como fala Bruno Vianna (em entrevista a Tarin, 2010), que usa o satélite – um aparato tecnológico que o senso comum identifica como *high-tech* para questionar a relação dos indivíduos com a tecnologia. A partir da discussão sobre os satélites e o espectro em que eles se situam, o movimento é encarado como uma oportunidade de tomada de consciência sobre a possibilidade de reapropriação da tecnologia – nesse sentido, a referência da sigla a outros movimentos sociais nacionais, como o Movimento dos Sem Terra (MST) e o Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST), é a de que o MSST, assim como os anteriores, busca a autonomia do indivíduo a partir da causas aparentemente específicas.

²⁰ Em 31 de agosto de 2009, a Presidência da República, comandada pelo então presidente Lula, lançou o *Blog do Planalto* (<http://blog.planalto.gov.br/>), uma plataforma de comunicação criada com o intuito de ampliar as estratégias digitais do ex-presidente e estabelecer mais interação com os usuários da *Internet* de então. Mas, em se tratando de um *blog*, faltou algo indispensável para a interatividade: a possibilidade de comentários nas postagens. O acesso aos que produziam o conteúdo da página só era realizado a partir de uma seção de críticas e sugestões. Três dias depois do lançamento, um *blog* praticamente igual surgiu em outro endereço: <http://planalto.blog.br>. O diferencial do clone era que ele tinha ferramenta de comentários. Foi desenvolvida de forma a criticar a falta de comentários no original. Dois hackers, Pedro Markun e Daniela Silva, produziram o *site* com os mesmos conteúdos do original, *design* parecido, domínio próximo, mas aberto a comentários, a partir das possibilidades da licença *Creative Commons* do primeiro. O clone ganhou repercussão em publicações jornalísticas da época e agregou diversos comentários em seus primeiros dias, tornando-o um espaço de conversação. O que acabou por mostrar, por algum tempo, como poderia ser o *Blog do Planalto* original se ali houvesse espaço para o diálogo.



Com o enfraquecimento dessas políticas culturais citadas a partir de 2011, também o conceito de mídia tática parece ter perdido força no Brasil. Na década de 2010, ele tem se diluído em midiativismo, mídia livre e mídia alternativa, de um lado, e ativismo e hacktivismo de outro.

Conclusão

Palavras carregam significados. Conceitos têm história. O que quis aqui neste texto foi mostrar um pouco disso em cinco conceitos – midiativismo, mídia alternativa, mídia radical, mídia livre e mídia tática –, com o objetivo de ajudar a criar um referencial teórico mais robusto sobre essas áreas. É conhecido que a mídia dominante (*mainstream*) também é dominante como objeto de estudo nas pesquisas em comunicação e jornalismo no Brasil, como atestam congressos de sociedades científicas da área, como Compós, Intercom e SBPJor²¹. E não teria como ser diferente, afinal aqui neste artigo e no livro estamos falando de mídias que têm menor alcance que as tradicionais, muitas delas com características instáveis, efêmeras e organizadas de modos caóticos, o que torna mais difícil a investigação de fôlego, essencial para a produção de conhecimento crítico. Com a *Internet*, e a consequente facilidade de se criar mídias nos ambientes digitais, o alcance e a quantidade dessas publicações têm mudado nos últimos 15 anos, tornando-se cada vez mais populares ao redor do mundo, o que pode ser que seja refletido também em pesquisas futuramente. Se (e quando) isso acontecer, espero que não nos esqueçamos da inestimável contribuição de muitas das obras aqui citadas à construção do conhecimento.

Referências

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

AS BASES e temas do II Fórum. *Blog da Redação*, 17 maio 2012. Disponível em: <<https://outras-palavras.net/blog/2012/05/17/o-rio-vai-reunir-a-midia-livre-por-uma-outra-comunicacao/#more-3261>> Acesso em: 13. dez. 2017

ATTON, Chris. *Alternative media*. London: SAGE, 2002.

ATTON, Chris. Alternative and citizen journalism. In: WAHL-JORGENSEN, Karin. HANITZSCH, Thomas (Orgs.). *The handbook of journalism studies*. Nova York: Routledge, 2009. p. 265-282.

²¹ Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (<http://www.compos.org.br/>), Sociedade Brasileira dos estudos interdisciplinares da comunicação (<http://www.portalintercom.org.br/>) e Associação Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (<http://www.sbpjor.org.br/sbpjor/>). A inexistência de grupos de trabalho específicos sobre o tema, nesses congressos, assim como uma busca simples nos trabalhos apresentados, com pouco retorno, comprova essa situação.



BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas**. Rio de Janeiro: Mauad, 2015.

BRUNS, Axel. **Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond: from production to produsage**. New York; Peter Lang, 2008.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. São Paulo: Zahar, 2013.

CLINIO, Anne. **Mídias táticas no Brasil: dinâmicas de informação e comunicação**. 2011. 112 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

DOWBOR, Ladislau. **Redes culturais: desafio à velha indústria da cultura**. 2013. Disponível em: <<http://dowbor.org/2013/09/ladislau-dowbor-redes-culturais-desafio-a-velha-industria-da-cultura-setembro-20136p.html/>>. Acesso em: 11 dez. 2016.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Artes de fazer. 20. ed. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis (RJ): Vozes, 2013.

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

ESTÚDIO LIVRE. **Mídia livre**. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://estudiolivres.org/tiki-index.php?page=midia+livre>>. Acesso em: 4 nov. 2017.

FOLETTTO, Leonardo. **O blog jornalístico: definição e características na blogosfera brasileira**. 2009. 192 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2009.

FOLETTTO, Leonardo. Mídia tática e cultura hacker: aproximações no contexto brasileiro. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE NET-ATIVISMO, 2., 2015, São Paulo. **Anais...** Disponível em: <<http://www.netactivism.net/anais2015/GT3/Foletto-Midia-Tatica-CulturaHacker.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

FOLETTTO, Leonardo. **Um mosaico de parcialidades na nuvem coletiva: rastreando a Mídia Ninja (2013-2016)**. 2017. 224 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre 2017.

FRANCISCATTO, Carlos. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. Aracaju: Editora UFS/Fundação Oviedo Teixeira, 2005.

GILLMOR, Dan. **We the media: grassroots journalism: by the people for the people**. Sebastopol: O'Reilly Press, 2004.

HAMILTON, James. Alternative media: conceptual difficulties, critical possibilities. **Journal of Communication Inquiry**, v. 24, n. 4, p. 357-378, 2000.



INTERFACES DO MEDIATIVISMO: do conceito à prática

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa*. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2003.

LOVINK, Geert; GARCIA, David. *O ABC da mídia tática*. Trad. Ricardo Rosas. 2003. Disponível em: <<http://www.midiaindependente.org/pt/red/2003/03/249849.shtml>>. Acesso em: 15 ago. 2016

LOVINK, Geert. Atualizando a mídia tática. Estratégias de midiativismo. In: MACIEL, Maria Lucia; ALBAGLI, Sarita. (Orgs.). *Informação, conhecimento e poder: mudança tecnológica e inovação social*. Rio de Janeiro: Garamond, 2011. p. 275-306.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus, 2009.

MILAN, Stefania. *Social movements and their echnologies*. Wiring social change. London: Palgrave MacMillan, 2013. Disponível em: <<https://stefaniamilan.net/book>>. Acesso em: 8 nov. 2016.

NEVEU, Érik. *Sociologia do jornalismo*. Porto: Porto Editora, 2015.

PROJETO GNU. *O que é software livre*. 2013. Disponível em: <<http://www.gnu.org/philosophy/free-sw.html>>. Acesso em: 2 dez. 2017.

RAMONET, Ignácio. *A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias*. São Paulo: Publisher, 2012.

ROSEN, Jay. *The people formerly known as the audience*. 2006. Disponível em: <http://archive.prsstthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html>. Acesso em: 10 fev. 2015.

SAVAZONI, Rodrigo. *Os novos bárbaros – a aventura política do Fora do Eixo*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.

SCHUDSON, Michael. *Discovering the news: a social history of American newspapers*. Nova York: Basic Books, 1978.

TARIN, Bruno. Movimento dos Sem Satélite. *Global Brasil*, revista nômade, edição 13, nov. 2010. Disponível em: <<http://www.revistaglobalbrasil.com.br/?p=553>>. Acesso em: 2 dez. 2017.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: por que as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005.

ZAMIN, Angela. Jornalismo de referência: o conceito por trás da expressão. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 918-942, set./dez. 2014.

