

Os desafios da cidadania e da comunicação na era digital: “Há muito menos racionalidade e mais emoção, são estratégias”

por Adriel Cassini e Carolina Firmino

ISSN: 2236-8000

v.18, n.1, p. 221-230, jan.-jun. 2023

Professora titular e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), Denise Cogo é Pesquisadora Produtividade 1D do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) e coordena o grupo de pesquisa Deslocar - Interculturalidade, cidadania, comunicação e consumo.

Foi professora visitante na Universidade Autônoma de Barcelona (2004-2008) e é uma das fundadoras do GT Comunicação e Cidadania da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós).

Nesta entrevista, Denise aborda sua trajetória acadêmica, explica a relação entre direito à comunicação, cidadania e diversidade, discute a presença da tecnologia nas práticas de consumo e avalia o impacto da pandemia nesse contexto.



Denise, em sua trajetória acadêmica, você passou por temáticas como educação popular, comunicação na América Latina, multiculturalismo, comunicação e cidadania e outros. Poderia destacar momentos mais importantes desta jornada e quando se reconheceu nessas pesquisas?

Eu comecei a estudar no mestrado a questão da comunicação comunitária, popular ou cidadã. Fiz uma pesquisa para investigar a produção e a recepção de rádios comunitárias, e escolhi uma que ficava na periferia de Belo Horizonte. Fui morar nessa comunidade, na casa de uma família que me acolheu. E eu morei dois meses para fazer um trabalho de campo, entrevistar tanto os produtores quanto os receptores [da rádio comunitária]. Quis tentar entender como eram os processos de produção e a importância dessa rádio na comunidade. Um programa que para mim, como pesquisadora, não despertava tanto interesse, se chamava *A Hora da Ave Maria*, mas ele mobilizava as pessoas recém-chegadas da zona rural, migrantes de Minas Gerais e trazia toda uma questão de religiosidade popular da América Latina, que eu já me interessava. Martín-Barbero estudou rádios comunitárias, Rosa Maria Alfaro, Maria Cristina da Mata e outros grandes autores latino-americanos foram minhas referências e foi uma

experiência muito legal, que agora é mais difícil de executar pelo tempo que dura o mestrado. Depois, no doutorado, também na USP, uni às minhas pesquisas a questão do multiculturalismo, quando tive bolsa sanduíche em Barcelona e entrei em contato com a migração, um fenômeno que começava a crescer na Europa. [Minha investigação] se concentrou em escolas de Ensino Médio na região metropolitana de Porto Alegre, para observar como os professores trabalhavam com essas temáticas multiculturais, que também envolviam classe, gênero e raça. Eu tentei entender como abordar a comunicação intercultural em contextos educativos, foi um trabalho enorme. Depois, então, eu comecei a me interessar pelo tema da migração, principalmente pela visão do multiculturalismo. No Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos foi onde comecei com as primeiras pesquisas sobre comunicação e migração, entendendo como a mídia cobria migrações históricas (de italianos, alemães) e, posteriormente, as migrações contemporâneas, como a de haitianos e venezuelanos. Entre muitas questões, discuti o papel da mídia na construção da cidadania dos migrantes e os imaginários que iam se constituindo sobre as migrações contemporâneas. Desde então, sigo mais voltada aos estudos sobre mídias e migração transnacionais na América

Latina. Quanto às teorias, eu dou aulas sobre estudos culturais, com uma concepção teórico-metodológica voltada para os autores e teorias latino-americanos. E aí, toda abordagem que passei a desenvolver sobre as desigualdades digitais de migrantes é orientada por esse olhar que tenho para esses fenômenos aqui na América Latina.

Em Agudos, cidade do interior de São Paulo que fica ao lado de Bauru, onde está localizada a Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação da Unesp, há uma rádio comunitária. Você acha que essas e outras rádios comunitárias têm impacto no consumo da população local, se considerarmos o excesso de anúncios na programação atualmente?

Quando eu estudei as rádios havia essa discussão: podemos nos sustentar a partir de anúncios? Isso porque se analisavam as rádios e os próprios jornais comunitários dentro de uma perspectiva de movimento social. A história das mídias comunitárias tem muito a ver com a organização dos movimentos, com as reivindicações populares por cidadania, pela democratização da comunicação e pela comunicação local. Hoje mudou, mas é muito importante fazer essa reflexão a partir das próprias teorias latino-

americanas e ver as rádios como organização popular. Era uma luta para democratizar os processos sociocomunicacionais em relação ao papel da grande mídia e assegurar às pessoas o direito à comunicação. Hoje até existe essa perspectiva local da comunicação cidadã, mas muito se perdeu por não estar mais tão associada à ideia de mobilização popular.

Você foi a primeira coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania da do Intercom (de 2001 a 2006). O que mudou na sua percepção sobre os conceitos de comunicação para cidadania de lá pra cá?

Muita coisa mudou. A começar pela definição do que seria o alternativo hoje, o que seria o popular ou o comunitário? Porque as coisas embaralharam muito mais, principalmente a ideia de participação, que era a dimensão central da comunicação popular, de o povo poder participar desse processo de democratização e de ser produtor não só consumidor de conteúdo e de informação. Agora as plataformas digitais possibilitam isso. Vende-se uma ideia de que você participa, de que você pode interagir, ter seu espaço, seu canal para postar conteúdo. Isso embaralha a ideia de mobilizar as

peçoas para uma comunicação democrática ou alternativa que tenha um caráter mais coletivo. Na época em que o grupo da Intercom surgiu, as experiências que compartilhamos partiram dessa questão do coletivo, da mobilização popular para a construção de projetos políticos para e com a sociedade, pensando em termos de busca de igualdade e justiça social. Essa perspectiva passou por muitas mudanças e reordenamentos. Então, agora falar de cidadania no contexto da cultura digital exige outros tipos de olhares. Acho que principalmente entender quais são as possibilidades de organizações coletivas que não se reduzam a pautas identitárias baseadas em visões identitaristas. As identidades continuam importantes e fazem parte do meu escopo de estudo, mas, muitas vezes, as lutas identitárias estão presas a lógicas individualizantes, de que você tem que lutar pela sua própria causa, numa bolha, cancelando e não negociando pautas. Ou seja, pautas que poderiam ser incluídas nas políticas públicas a partir do reconhecimento do Estado como um ator importante, sem se reduzirem a lógicas neoliberais de visibilidade nas redes digitais. Por isso, eu vejo que falta uma discussão sobre como os movimentos sociais e suas pautas identitárias foram capturados por essa lógica das redes. Algumas pautas parecem ter dimensão coletiva, mas ficam muito reféns do sujeito que posta e que denuncia [nas redes]. Há

muitas coisas para denunciar, mas também é necessário constituir pautas mais coletivas e propositivas que possam sair das redes para serem negociadas. Não podemos ignorar que há uma economia política das plataformas e redes digitais para entender as armadilhas de ficarmos preso a elas nas lutas por cidadania. Nas minhas pesquisas, tenho tentado discutir isso a partir das questões das desigualdades digitais e das lutas políticas dos migrantes que também acontecem nas redes. Talvez eu esteja um pouco cética quanto à própria pauta da democratização da mídia. Era uma pauta que contava com adesão de acadêmicos e outros setores sociais que estudavam economia política e se preocupavam com a democratização da comunicação. Hoje, embora haja vários estudiosos e críticos sobre a atuação das plataformas digitais, há também, por parte da sociedade, acomodação, adesão e pouco interesse no questionamento do poder e na agenda das Big Techs, sobre como têm operado para enfraquecer a democracia, influenciar a política. Talvez estejamos em um momento de transição.

A sua fala sobre a produção de conteúdo mostra que ela se tornou um desafio hoje, principalmente para quem estuda a comunicação.

Podemos dizer que essa produção de informação em massa foi um grande impulso, principalmente para as bolhas ideológicas presentes nas redes criarem muitos discursos “desinformativos”?

Eu acho que houve um reordenamento da subjetividade nas redes. Essa ideia de acreditar em algo, se aquilo corresponde ao que você gostaria, se atende às suas expectativas, alterou profundamente a noção de verdade. Penso que a “economia da atenção” é uma estratégia, um posicionamento das plataformas em gerar, gerar e gerar conteúdo a partir de trabalho gratuito, é uma estratégia que também desmobiliza, porque você não sabe para onde vai. Hoje, o indivíduo está atento a uma pauta, amanhã já é a outra e vai mudando. Há muito menos racionalidade e mais emoção, são estratégias e modos de operar a subjetividade que estão fazendo a plataforma constituir esse lugar. No caso do debate público eu acho muito sério. Há muitas questões a serem resolvidas no sistema político, mas não acredito que as plataformas que poderão resolver os problemas de organização política. E vejo muito mais como um lugar profícuo para a desinformação. Continua sendo importante o desenvolvimento de literacia, mas a gente vê que as literacias também esbarram na subjetividade daqueles que querem acreditar em algo

e que não vão mudar de posição. Há um crescimento de grupos extremistas, racistas, xenofóbicos e de partidos de extrema direita nas redes digitais, todas essas são questões que se relacionam à cidadania. E tem ainda o excesso de informação que nos esgota. Você chega no final do dia exausto, não lembra o que consumiu e, sem muitas vezes, experimentar outras formas de interação que não passam pelo consumo digital. Acho que são características dessa lógica dominante da cultura digital, que também está relacionada à cidadania, mas que não estamos sabendo como enfrentar. No âmbito dos partidos de esquerda ou dos movimentos sociais, estamos mais aderindo do que enfrentando. Existem grupos acadêmicos e outros setores sociais que estão discutindo isso criticamente, mas há muito setores contra a regulação das plataformas digitais. A própria liberdade de expressão se tornou um conceito totalmente desvirtuado. A gente comprou essa ideia de que qualquer regulação ferirá a nossa liberdade individual, confundindo com a possibilidade de que você pode dizer qualquer coisa sem nenhuma noção sobre os limites da liberdade de expressão em relação a outros direitos fundamentais também garantidos pela Constituição

**Falando sobre o grupo de pesquisa
Deslocar - Interculturalidade,**

cidadania, comunicação e consumo, que você está à frente na ESPM. Quais estudos têm sido realizados atualmente?

Temos pesquisas sobre migrações transnacionais, muitas abordando dinâmicas que se desenrolam nas plataformas digitais, como a da ação política e ativismo dos migrantes, incluindo a própria relação dos migrantes com o ativismo de extrema-direita. Alguns integrantes do grupo desenvolvem trabalhos mais relacionados ao transnacionalismo, como uma aluna que está pesquisando sobre o ensino de espanhol oferecido nas plataformas digitais a partir dessa ideia de que não é necessário ser um professor para ensinar, mas basta ser um influencer. A partir dessa lógica da economia da atenção de que você tem que ser atrativo e rápido, não precisa ter formação. Há outra aluna que acaba de concluir uma pesquisa de doutorado sobre educação e consumo midiático em escolas públicas na cidade de Boa Vista, na fronteira Brasil-Venezuela, Tenho um aluno que estudou a as dinâmicas de (in)visibilidade de migrantes LGBTQIA+ nas cidades de São Paulo e Barcelona.

Entrando na discussão da migração e dos estereótipos, sempre nos voltamos aos casos dos mexicanos ou dos muçulmanos nos Estados

Unidos. Mas temos relatos crescentes de brasileiros sofrendo com xenofobia em Portugal. Na sua opinião, essas investidas tendem a aumentar?

Tenho um doutorando, colaborador do grupo de pesquisa, elaborando um projeto de pós-doutorado para estudar a xenofobia contra migrantes brasileiros nas plataformas digitais. A proposta é olhar para o papel das plataformas nesses processos, especialmente em relação ao crescimento de partidos de extrema direita em Portugal, que têm usado as redes para consolidar propostas xenofóbicas, atacar migrantes de forma anônima e praticar violência sem nenhuma regulação. Dá para pensar que vivemos em democracias que aceitam e consentem com a institucionalização de partidos autoritários e fascistas. Eu acho que são fenômenos que têm crescido transnacionalmente e ganhado expressão própria em diferentes contextos nacionais.

Voltando ao grupo de pesquisa, existe uma parceria com o Museu da migração do Estado de São Paulo e com o Observatório das Migrações. Quais têm sido os resultados dessa colaboração e como avaliar a participação da academia no desenvolvimento das

políticas públicas ou no contexto dos fluxos migratórios internacionais no Brasil? A comunicação é uma aliada nesse processo?

Embora muita gente não veja a comunicação como estratégica, a universidade, por meio da comunicação, pode ter uma interlocução muito importante e contribuir com setores sociais. Esse projeto com o museu partiu da constatação de que havia um acervo de mídias impressas produzidos por italianos, espanhóis e outros grupos históricos que chegaram a São Paulo, mas que não contemplava mídias, a maioria dela digitais, vinculadas a grupos migratórios que chegaram nas últimas décadas à cidade de São Paulo. Por isso, tentamos recolher as mídias dos novos grupos ligados ao que chamamos de migrações contemporâneas para registrar também essa memória no museu. A ideia era ter esse acervo para valorizar a comunicação feita por esses grupos contemporâneos, como haitianos, bolivianos, venezuelanos, dentre outros. Já no Observatório, temos um projeto chamado Migracine, em que buscamos e cadastramos filmes sobre temática da migração que cruzam com as questões de gênero e raciais, além de organizarmos eventos sobre diferentes temas com a participação de migrantes que produzem audiovisual sobre

migrações. É mais uma tentativa de valorizar quem produz a obra a partir do seu próprio ponto de vista, um pouco na linha da comunicação popular.

Você discute a relação entre as tecnologias digitais e as migrações na perspectiva de uma mídia mediadora das relações. Podemos dizer que a comunicação, por meio das tecnologias digitais, integra toda essa trajetória dos migrantes?

Os migrantes usam as tecnologias digitais em toda sua trajetória, e a gente descobre que elas são fundamentais para os migrantes planejar o percurso migratório, buscar informações na mídia, se conectar com as redes de apoio em outro país ou aplicativos como WhatsApp ou pelas redes sociais. É possível organizar uma rota, fugir daquelas que não têm segurança. Todos os serviços hoje estão digitalizados, e os migrantes também precisam de recursos digitais para acessar um serviço de saúde, encontrar uma linha de ônibus ou conseguir trabalho. Além disso, os migrantes usam as tecnologias digitais para participação política, inclusive para exercer o direito ao voto já que, em muitos casos, continuam com muito interesse pelas pautas do seu país de origem,

Olhando para os haitianos no Brasil, qual a sua visão sobre a

relação da pandemia e a experiência digital dessas populações?

Muitos criaram espaços de comunicação para denunciar o racismo que vivenciaram no Brasil. Mas, a pandemia afetou muito os haitianos e outros grupos migratórios, especialmente os mais vulneráveis. Já havia a questão da perda do trabalho, a impossibilidade de pagar o aluguel, além do fato de muitos terem ficado presos nas fronteiras quando elas fecharam. Muitos haitianos resolveram deixar o Brasil e ir para o Chile. A valorização do dólar também afetou os haitianos porque eles mandavam dinheiro para as famílias e passaram a ter dificuldades para manter esse envio de remessas. Em São Paulo, acompanhei também algumas campanhas para doação de cestas básicas durante a pandemia e conheci situações de precariedade vivenciadas por mulheres migrantes latino-americanas que ficaram sem recursos mesmo para manter o celular com internet para trabalhar ou se conectar com grupos de apoio.

Você falou dessas mulheres migrantes. É possível estabelecer marcações de gênero nesse contexto? Ou seja, mulheres que se apropriam das tecnologias como

mecanismo de proteção dentro dos países para onde migraram?

Os marcadores de gênero estão muito presentes nos movimentos migratórios e temos ainda a questão da infância migrante, pois há muitas crianças chegando sozinhas aos países de destino. Quando olhamos para as mulheres latino-americanas, elas deixam de cuidar dos seus filhos nos países de origem e precisam cuidar dos filhos de classes sociais privilegiadas nos países onde se estabelecem. Muitas encontram coletivos para se apoiarem, mas, em geral, a mulher fica muito mais vulnerável. Precisamos pensar também marcadores de identidade de gênero e orientação sexual, pois muitas pessoas migram porque correm risco de vida em seus países de origem. Há ainda uma ideia de que o homem migra e a mulher o acompanha, mas algumas pesquisadoras buscaram desconstruir esse entendimento, já que muitas mulheres migram sozinhas, embora isso não tenha sido suficientemente contemplado na literatura acadêmica.

Voltando para o contexto da pandemia e as mudanças significativas na sociedade, especialmente nas práticas de consumo, queremos finalizar a entrevista com a sua opinião sobre esse fenômeno: já era algo esperado ou tivemos uma aceleração?

A pandemia contribuiu para o atual reordenamento geopolítico que estamos vivendo e para uma aceleração da digitalização da vida. As relações sociais, o mundo do trabalho, as identidades também sofreram reordenamentos, além do campo da política através da ascensão dos partidos de extrema direita, do enfraquecimento da democracia e do aumento da desinformação. Nos tornamos mais reféns de narrativas digitais, e parece que reduzimos interações que acontecem fora do digital, nos conformando em consumir o que nos oferecem. Alguns consomem com mais criticidade, mas outros aceitam uma primeira versão da

informação, cada vez mais polarizada. Por exemplo, eu sou a favor da Palestina ou de Israel, não há outra opção. Eu vejo o debate público prejudicado no digital, pois sempre enxerguei os movimentos sociais como o espaço das discussões, do contraditório, de produzir e negociar propostas e levá-las às políticas públicas. Mas temos muitos jovens pouco mobilizados para o debate e luta por direitos fora das redes. Por exemplo, se eu sou prejudicada, eu denuncio, marco a empresa na postagem, o que não deixa de ser importante, mas há coisas que precisam ser coletivas para que tenham força de transformação.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

ADRIEL HENRIQUE FRANCISCO CASSINI

Mestrando em Comunicação pelo programa de pós-graduação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP), Especialista em História da Arte pelo Centro Universitário Estácio de Sá e graduado em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Sagrado Coração. Membro do Grupo de Estudo sobre a Nova Ecologia dos Meios (GENEM).

E-mail: adriel.cassini@unesp.br

CAROLINA FIRMINO

Jornalista com 12 anos de experiência, é mestra e doutora em Comunicação pelo programa de pós-graduação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP). Seus estudos se concentram na área de gênero, jornalismo feminista e esporte.

E-mail: carolina.bfirmino@gmail.com