

CIDADANIA, ARENAS DA ATENÇÃO E DISPUTAS DE PODER: visibilidade e repercussão do VOZ na esfera pública digital¹

CITIZENSHIP, ATTENTION ARENAS AND POWER STRUGGLES: visibility and repercussion of VOZ in the digital public sphere

Cinthya Pires Oliveira ²

Resumo: Parte de projeto de pesquisa mais abrangente, este artigo propõe verificar de que modo iniciativas comunitárias (PERUZZO, 1998 e 2015) podem fazer uso de seus respectivos sites para estimular o exercício da cidadania, fomentar “vínculos sociais por meio de tecnologias digitais” (ESTEVES, 2004) com “comunidades gerativas” (PAIVA; MALERBA; CUSTÓDIO, 2013) e atrair a atenção da sociedade em prol de questões coletivas locais. Para o corpus do estudo, analisamos a atuação do veículo Voz das Comunidades (VOZ) em seu site por meio de discussão teórica e pesquisa empírica com coleta sistemática, monitoramento e análise categorial dos textos publicados ao longo do mês de maio de 2024. Apesar do site indicar potencial tecnológico enquanto ferramenta de comunicação, o estudo demonstra que o futuro ainda é incerto no cenário midiático de plataformização, mas caminhos possíveis surgem por meio de rede de solidariedade e de disputas de poder para captura de outros olhares para o tecido comunitário vivo e mobilizador.

Palavras-Chave: Mercado da Atenção. Comunicação para Mudança Social. Visibilidade midiática.

Abstract: As part of a research project, this article aims to examine how community initiatives (PERUZZO, 1998 and 2015) can utilize their respective websites to promote civic engagement, foster “social bonds through digital technologies” (ESTEVES, 2004) within “generative communities” (PAIVA; MALERBA; CUSTÓDIO, 2013), and draw society’s attention to local collective issues. The corpus of this study consists of an analysis of the Voz das Comunidades (VOZ) on its website through theoretical discussion and empirical research, involving systematic data collection, monitoring, and categorical analysis of texts published throughout may 2024. Although the website demonstrates technological potential as a communication tool, the study highlights that the future remains uncertain in the media landscape of platformization. However, possible pathways emerge through solidarity networks and power disputes, offering alternative perspectives on the living and mobilizing fabric of community life.

Keywords: Attention Market. Communication for Social Change. Media Visibility.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cidadania no 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2024.

² Cinthya Pires Oliveira: Doutora em Mídia – UFF, Publicitária e Jornalista, Pesquisadora EMERGE, Especialista em Comunicação Pública - EBC. E-mail: cinthyaoliveira@id.uff.br.

1. Introdução

A história dos meios de comunicação está diretamente relacionada aos processos de direcionamento e captura da atenção humana. Enquanto processo social inerente à dinâmica comunicacional, os fluxos de atenção (CABRAL; OLIVEIRA, 2022) configuram-se como arena de disputas de poder e de deslocamento de interesses para temáticas pautadas pelo neoliberalismo. Essas disputas têm se intensificado diante da imponência dos aparatos tecnológicos, sobretudo digitais, que potencializam recursos para mobilizar audiências e participação da sociedade em prol de questões que privilegiam grupos econômicos em detrimento de objetivos comuns necessários para o estabelecimento de processos de mudança social.

Logo, mesmo diante dos desafios impostos, a comunicação comunitária permanece como campo essencial para estimular a formação de vínculos, fomentar “comunidades gerativas” (PAIVA; MALERBA; CUSTÓDIO, 2013) e impulsionar a visibilidade midiática de causas comuns locais, como as problemáticas socioambientais. As iniciativas de comunicação comunitária possuem expressiva importância devido ao impacto social e aos benefícios gerados nos territórios locais. Diante do crescimento exponencial das tecnologias digitais³, iniciativas de comunicação comunitária adquirem papel ainda mais expressivo para a defesa do exercício da cidadania e para o fortalecimento de ações em prol de mudanças sociais.

O processo histórico-social dos movimentos sociais indica a importância da comunicação comunitária (GOHN, 1997; PERUZZO, 1998 e 2015) enquanto campo de articulação da luta pelos Direitos Humanos. Até o final do século XX as iniciativas comunitárias periféricas não somente foram estigmatizadas por esferas de poderes público, político e econômico, como também invisibilizadas e inviabilizadas (CABRAL; OLIVEIRA, 2022). A sociedade em geral não teve oportunidade de vislumbrar as potencialidades da comunicação comunitária que perdia espaço de voz perante os discursos hegemônicos. No século XXI, brechas e outros horizontes surgem para as iniciativas comunitárias na arena da atenção, ainda que permaneça a disputa acirrada por discursos e visibilidades.

No ambiente digital, plataformas de redes sociais passaram a ser elemento central para proporcionar níveis de visibilidade às necessidades das comunidades locais. Pelo incentivo à

³ Relatório International Telecommunication Union, (ITU), 2021 reporta que há cerca de três bilhões de cidadãos desconectados no mundo. No Brasil, 36 milhões de pessoas que ainda não têm acesso à Internet, sendo que mais de 90 milhões acessam à Internet apenas por meio de telefone móvel (TIC 2022 e 2023).

cidadania e à defesa de causas comuns locais, iniciativas comunitárias alcançam um patamar diferenciado de enfrentamento pela atenção humana, considerando a permanência da concentração dos poderes político, econômico e tecnológico entre grupos empresariais.

Para possibilitar mudanças sociais expressivas e estimular o envolvimento da comunidade em causas coletivas, as iniciativas comunitárias passam por reconfigurações, amplificando o uso de ferramentas e técnicas de comunicação. Tais procedimentos estão inerentes aos fluxos de disputas pela atenção em prol de visibilidade de causas locais. Nesse cenário, de acordo com pesquisadores do campo (PAIVA; MALERBA; CUSTÓDIO, 2013), faz-se necessário compreendermos tais estruturas como gerativas em prol da vinculação social, da cooperação, do pertencimento, da reciprocidade e da solidariedade.

Perante o cenário desafiador configurado, esse estudo tem como objetivo verificar de que modo iniciativas comunitárias podem fazer uso de seus respectivos sites (próprios) para estimular o exercício da cidadania e atrair a atenção da sociedade em prol de questões coletivas locais. Partimos da hipótese de que o uso de estruturas próprias (como *sites* na esfera pública digital) podem contribuir para a visibilidade e o posicionamento em defesa de causas periféricas locais constituindo outras narrativas que não aquelas disseminadas pela mídia hegemônica.

Como *corpus* para esse estudo, analisaremos a atuação do veículo Voz das Comunidades em seu site (vozdascomunidades.com.br). Para o propósito do artigo, iniciamos com discussão teórica sobre potencialidades e desafios da comunicação comunitária frente ao uso de tecnologias digitais, e, na sequência, conduzimos a investigação por meio de dados coletados durante o processo de observação e monitoramento do referido site ao longo do mês de maio de 2024, além de elaborar análise categorial dos temas das notícias publicadas no período.

2. Cidadania e participação no comunitário

Os conceitos “comunidade” e “comunicação comunitária” abordados estão relacionados ao “objetivo comum” (PAIVA, 2003) que transcende territórios e permeia a complexidade dos tecidos sociais configurados nos diferentes espaços físicos ou virtuais. Embora a comunicação comunitária possa ser baseada na extensão territorial, conforme área de abrangência dos veículos e atuação local da sociedade, utilizaremos como referência o

conceito de “comunitário” que amplia os horizontes pautados pelo pertencimento e consenso que se constroem através das esferas públicas.

Desta forma, a origem etimológica da palavra “comunicação” também pode contribuir para esse entendimento. Do Latim “*communicatio*”, a tradução exata significa “tornar comum”, embora tenha sido genericamente reportado como “ato de repartir, dividir, distribuir”. O termo deriva de “*communis*” ou “algo partilhado por vários, público, geral”⁴. Esses termos possuem proximidade com o conceito de *communication* que carrega o sentido de “participar a” (no Francês) ou “pôr em comum, partilhar” (no Inglês). Jorge Duarte (2004, p.63) reitera que a informação, assim como o ato de participar são elementos essenciais para os fluxos comunicacionais.

Adicionalmente, também é oportuna a reflexão de Paulo Freire sobre comunicação e suas raízes etimológicas (comum, comunhão, comunidade, *communis*), considerando a perspectiva política imbuída no processo dialógico já que “a sociedade existe em e por meio da comunicação; e é o quadro de referência comum da sociedade que forma a essência do processo de comunicação” (DE LIMA apud DUARTE, 2004, p.98).

Historicamente, o conceito de cidadania está relacionado aos Direitos Humanos, os quais foram alvos dos movimentos democratizantes do século XVIII, e representam os ideais de resistência às instituições autoritárias, contra as classes dominantes (POSTER, 2010, p. 316). Segundo Poster (2010), o uso do termo “direitos” seria muito vago e para os interesses da Revolução Francesa (século XVIII) e a consequente Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão. Por isso, foi necessário acrescentar a palavra “humanos” para fortalecimento da luta. No entanto, ainda assim, registra-se que em 1789 o uso de “direitos humanos” não foi suficiente para afastar exclusões de feministas e antirracistas, por exemplo. Então, uma nova incursão foi realizada com o acréscimo do termo “cidadão”.

A utilização dessa palavra ampliava teoricamente o escopo de atuação do homem, promovendo o respeito aos direitos humanos e garantia ao exercício da cidadania (POSTER, 2010, p.318). Porém, o conceito trouxe divergências entre os teóricos. Esse teórico ainda cita que Marx (1967) expôs seu entendimento sobre a divisão entre as palavras homem e cidadão

⁴Disponível em: <<http://www.gramatica.net.br/origem-das-palavras/etimologia-de-comunicacao/>> Acesso em: 13 mar 2016.

no campo político, uma vez que o primeiro representava o privado, o indivíduo burguês, enquanto o segundo, o público, a pessoa envolvida em questões políticas.

Logo, “a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão anuncia uma antropologia nova e unificada, uma exigência de que o ser humano apareça no palco da política mundial com os direitos do cidadão e ao mesmo tempo” (POSTER, 2010, p. 319). De certa forma, seria o potencial do “cidadão” representar a democracia na globalização. E embora este ideal possa significar muito para os estudos sobre a inserção iniciativas comunitárias no uso de tecnologias digitais, também devemos considerar os efeitos da globalização e da mídia digital perante o “cidadão”.

O professor norte-americano avalia que o termo “cidadão” ligado ao “Estado-nação” pode não mais ser adequado diante da amplificação de espaços políticos sobre os quais possa atuar em rede, globalmente e não mais local. Sinaliza a necessidade de “reconfigurar o indivíduo político em relação às condições de globalização”, considerando as novas características dos meios de comunicação, sobretudo com a disseminação da internet, que estabelece outras possibilidades de relações políticas.

Carvalho (2002, p.12) também destaca que historicamente o conceito de cidadania se desenvolveu no processo de constituição do Estado-nação, com a Revolução Francesa de 1789. Nesse período, as disputas pelos direitos ocorreram nos limites geográficos e políticos proporcionados pelo Estado-nação, caracterizando uma luta política nacional através da relação dos sujeitos sociais com o Estado e a nação. O autor expõe que desta época para a atualidade, resta daquela cidadania aspectos de lealdade ao Estado (participação na vida política) e a identificação com a nação, embora nem sempre esses dois fatores apareçam juntos.

No entanto, com a derrocada do conceito de Estados-nação a partir da globalização e dos processos de fortalecimento do sistema capitalista, questiona-se a manutenção de sua identidade diante dos novos arranjos políticos e econômicos, em que o Estado reduz seu poder e consequentemente sua atuação em relação às atividades de defesa e garantia dos direitos que compõem a cidadania.

Em seu livro “Cidadania no Brasil”, Carvalho (2002) desenvolve levantamento histórico sobre o processo de construção da democracia no Brasil e as diferentes fases que permearam a construção da cidadania: “A cidadania, literalmente, caiu na boca do povo. Mais ainda, ela substituiu o próprio povo na retórica política. Não se diz mais ‘o povo quer isto ou

aquilo', diz-se 'a cidadania quer'. Cidadania virou gente. No auge do entusiasmo cívico, chamamos a Constituição de 1988 de Constituição Cidadã" (CARVALHO, 2002, p. 07).

Sobre as diferentes nuances as quais o termo cidadania está sujeita, o autor discute que a conquista de um dos direitos – no caso políticos, gerou a falsa expectativa de que seria suficiente para consolidação da democracia no Brasil. Desdobramentos da democracia e da cidadania são fenômenos que se entrelaçam e desencadeiam um sistema complexo relacionado a questões econômicas, políticas, sociais e históricas no país. Por isso, é habitual considerar a instituição da cidadania a partir de três eixos - direitos civis, políticos e sociais, sendo que a aquisição de um destes não possibilita automaticamente a aquisição dos demais.

Portanto, seguindo as análises de Carvalho acreditamos na validade de esclarecermos essas três dimensões da cidadania, cujo desafio é alcançá-las, proporcionando equilíbrio e exercício pleno dos direitos. Uma utopia ocidental que nos indica parâmetros para reivindicações e mobilizações em prol do bem comum. No que diz respeito aos direitos civis, encontramos os direitos fundamentais de igualdade, liberdade de opinião e expressão, organização, garantia de ir e vir, manifestação do pensamento, de exercício da lei acessível a todos. Sobre os direitos políticos, vislumbramos a participação no governo, o direito de votar e ser votado, enfim a atuação política em defender ideologias, organizar partidos, sindicatos e instituições. Com relação aos direitos sociais, temos todas as variáveis relacionadas à vida igualitária em sociedade, incluindo direito à saúde, ao trabalho e à educação, dentre outros. Seu exercício advém da atuação do Estado em prol da redução das desigualdades e da garantia de bem-estar para a sociedade.

A abordagem do conceito cidadão relacionado à globalização e à lógica consumista introduzida pelo mercado é uma das críticas de Mattelart (2011), que considera desvirtuar os estudos acadêmicos de seus objetivos. Ao absorvermos a noção de "consumidor-cidadão", recorrentemente atrelada à concepção dos Estados-nação, o teórico enfatiza que as análises estarão eivadas das interferências do projeto global hegemônico. Através desta observação entende que a referida aproximação se trata de um "neopopulismo cultural" que busca igualar questões distintas como aquisição de produtos/serviços e liberdade pautada pela cidadania (*Ibidem*, p. 164).

O autor ainda denúncia a tentativa de comparar o Estado Democrático de Direito e o exercício da democracia ao "*global democratic marketplace*" (mercado global democrático) como comumente é referido pelas "elites globalizadas". Tal reflexão é necessária para que

estarmos atentos às possíveis influências mercadológicas sobre a participação social em prol do bem comum. A partir da complicaçāo do cenário midiático com usos de tecnologias digitais e suposta multiplicação de possibilidades de acessos à informação, não devemos confundir esse sistema com apropriação popular de espaços públicos de comunicação, garantias de liberdade, consolidação da democracia e da justiça social.

Para Esteves (2004), é inevitável a dispersão física dos públicos e o fortalecimento de vínculos sociais diante das mudanças tecnológicas que alteram os procedimentos comunicacionais na sociedade. Por isso, não devemos desconsiderar o papel político do indivíduo e subjugá-lo aos apelos tecnológicos:

Os públicos, enquanto redes de comunicação, reservam um papel essencial à afirmação das características individuais dos seus membros, são espaços sociais fortemente personalizados que fazem emergir “individualidades”, ou seja, dependem de agentes sociais, empenhados em afirmar sua personalidade e subjetividade próprias – o que torna, afinal, cada membro dos públicos um interlocutor, isto é, um sujeito de discurso e um destinatário crítico das opiniões dos outros (ESTEVES, 2004, p. 130).

Esteves também sinaliza que as tecnologias digitais facilitam o interesse comum, o consenso. Apesar do acesso a tais tecnologias ainda ser um desafio em áreas mais afastadas das regiões metropolitanas, é inegável a sua importância para apropriação social e novas configurações de fluxos comunicacionais na arena da atenção.

3. VOZ na arena da atenção: conflitos para o exercício da cidadania

Com a preocupação de mudanças efetivas na localidade surgiu a ideia do Voz das Comunidades (VOZ). Lançado de forma voluntária em 2005 por cinco jovens, os textos, escritos e impressos em papel no formato A4, tinham como principal intenção a divulgação dos problemas da região periférica por meio de um jornal escolar.

Quando o jornal comunitário surgiu, o seu fundador Rene Silva (na época com onze anos) tinha a intenção de expor os múltiplos problemas de estrutura, saneamento básico e serviços essenciais que afetavam a sua escola, localizada no Morro do Adeus, uma das comunidades do Complexo do Alemão, de modo a ajudar a solucioná-los a partir da sensibilização de autoridades e sociedade em geral. A partir daí, os textos começaram a ser distribuídos gratuitamente para conhecimento da comunidade e não pararam mais.

Desta forma, o objetivo do veículo comunitário se configurou na vontade de Silva em dar visibilidade às problemáticas sociais no Alemão, “muitas vezes ignoradas pelas mídias

tradicionais”⁵. A ascensão e reconhecimento do VOZ, no entanto, é emblemática. O crescimento no acesso aos perfis nas redes sociais do projeto comunitário, assim como seu reconhecimento para além dos muros das favelas, ocorreu em 2010⁶ (após cinco anos de seu lançamento), durante a ocupação da Vila Cruzeiro, quando ações policiais no Complexo da Alemão foram narradas pelo veículo, possibilitando a disseminação de informação não somente para os moradores locais, como também para a sociedade em geral⁷.

Esse se tornou um marco na história do Alemão, com grande repercussão midiática possibilitada pelo uso de tecnologias digitais para disseminação dos fatos a partir do olhar dos moradores das favelas. Para além dos confrontos subsequentes⁸, há outras histórias que merecem destaque pelas mobilizações e novos olhares gerados para os moradores da região.

Diante do uso de plataformas de redes sociais na Internet para ampliar o acesso às mensagens de veículos comunitários, o processo de conectividade e mobilidade proporcionado pelas tecnologias digitais viabiliza uma outra ambiência em que se reacomodam as dimensões sociocultural, política e econômica.

Mesmo diante de restrições e dificuldades de infraestrutura enfrentadas pelos jovens, 76%⁹ dos moradores do Complexo do Alemão com idade entre 15 e 29 anos acessam diariamente a internet por *smartphone*. Se há um longo caminho a percorrer para garantir acesso à Internet¹⁰ e às tecnologias digitais para todos, há também vozes que ecoam dessas regiões periféricas possibilitando o fortalecimento de redes de mobilização para o exercício da

⁵ BRAZIL FOUNDATION. FalaJovem: Protagonismo jovem na criação de um legado para a comunidade. Voz das Comunidades. Disponível em: <https://www.brazilfoundation.org/pt-br/project/voz-das-comunidades/>. Acesso em: 13 de jul. de 2020.

⁶ Em 26 de novembro de 2010 agentes militares iniciaram a ocupação das favelas do Complexo do Alemão. No dia 28 do mesmo mês, a comunidade foi totalmente ocupada pelas forças militares do Estado, dando início a um processo de pacificação que demonstra sinais de retrocessos.

⁷ EL PAÍS. A voz da comunidade que corre o Rio. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/04/05/politica/1428194084_073598.html. Acesso em: 13 jul. 2020.

⁸ O histórico de violência, tiroteios e mortes no Complexo do Alemão demonstra a ocorrência de episódios cíclicos. A partir de 2016, a plataforma Fogo Cruzado (<https://fogocruzado.org.br/>) iniciou a coleta de dados e vem reportando aumento de registros de tiroteios/disparos na comunidade. Em 21 de julho de 2022, novos confrontos ocorreram na região ocasionando 18 mortes.

⁹ Fonte: IBASE, 2019/2020.

¹⁰ No Brasil, de acordo com Instituto Locomotivas e Consultoria PWC, cerca de 34 milhões não possuem conexão à internet e 87 milhões não conseguem se conectar diariamente. Maior proporção do grupo é formado por pessoas negras, que estão nas classes socioeconômicas C, D e E. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/03/21/mais-de-33-milhoes-de-brasileiros-nao-tem-acesso-a-internet-diz-pesquisa.ghml>. Essa realidade de desigualdade é enfrentada em todo o mundo - estudos reportam que há quatro bilhões de cidadãos desconectados no mundo, pessoas que ainda não possuem acesso à internet (Belli, 2017).

cidadania.

Ao longo dos últimos 19 anos, a iniciativa se tornou uma Organização Não Governamental (ONG), a equipe cresceu e os produtos midiáticos se multiplicaram, principalmente com o suporte das plataformas de redes sociais. Enquanto o jornal impresso bimestral¹¹ possui distribuição de 10.000 exemplares, o jornal digital alcança a marca de um milhão de visitas na internet (com picos de três milhões de acessos em dias específicos)¹².

Com a percepção de que “No Rio de Janeiro (RJ), todos os outros veículos só mostram a violência. Operações da polícia aparecem na TV o dia inteiro, a semana toda”¹³, o VOZ anunciou em 2018 a intenção de “mostrar o RJ além da violência”. Nesse sentido, assume posicionamento diverso daquele adotado pela imprensa comercial hegemônica do Brasil para constituir e disseminar outras narrativas e vivências que vibram no tecido social das favelas, mas poucas vezes possuem oportunidade de estar em foco nas lentes da imprensa que tende a direcionar o olhar e a atenção da sociedade.

Além dos canais próprios de distribuição em plataformas digitais, o veículo conta com a articulação e influência do seu fundador: Rene Silva. Em 2018, Silva ganhou o prêmio da organização Mipad (*Most Influential People Of African Descent*), que o reconheceu como um dos 100 negros com menos de 40 anos mais influentes do ano. Em 2021 recebeu a Medalha Pedro Ernesto¹⁴ — maior honraria concedida pela Câmara Municipal do Rio — enquanto comunicador comunitário, ativista pelas causas dos Direitos Humanos e antirracista.

Silva adquiriu *status* de jornalista e influenciador digital, ultrapassando 120 mil seguidores no Instagram, e mais de 240 mil seguidores no X (Twitter). A repercussão de suas publicações nas plataformas de redes sociais e sua fala enquanto formador de opinião pública adquire notoriedade. Em 2020, quando o Supremo Tribunal Federal¹⁵ proibiu as ações da

¹¹ Inicialmente com 12 páginas, o jornal passou por reformulações e dobrou o número de páginas a partir de 2017. A versão impressa é distribuída gratuitamente nas favelas do Complexo do Alemão, Borel, Cantagalo, Cidade de Deus, Fumacê, Formiga, Pavão Pavãozinho, Vila Kennedy, Complexo da Maré e Complexo da Penha.

¹² EL PAÍS. A voz da comunidade que corre o Rio. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/04/05/politica/1428194084_073598.html. Acesso em: 13 jul. 2020.

¹³ ESTADÃO. Portal Voz das Comunidades quer mostrar o RJ além da violência. 06 set 2018. Fala de Melissa Canabrava (Chefe de Redação em 2018). Disponível em: <https://brasil.estadao.com.br/blogs/em-foca/portal-voz-das-comunidades-quer-mostrar-o-rj-alem-da-violencia/>. Acesso em: 04 abr. 2022.

¹⁴ Disponível em: <https://br.noticias.yahoo.com/rene-silva-gente-n%C3%A3o-consegue-070010490.html>. Acesso em: 13 jul. 2022.

¹⁵ Na época, estavam ocorrendo ações policiais concomitantemente com as atividades para doações de alimentos durante o ápice da crise pandêmica. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/rene-silva-mobilizacao-e-comunicacao-na-favela/>. Acesso em: 09 mar. 2022.

polícia nas favelas do Rio de Janeiro, o ministro Edson Fachin chegou a referenciar um tweet de Rene Silva sobre as operações policiais que estavam acontecendo durante a pandemia.

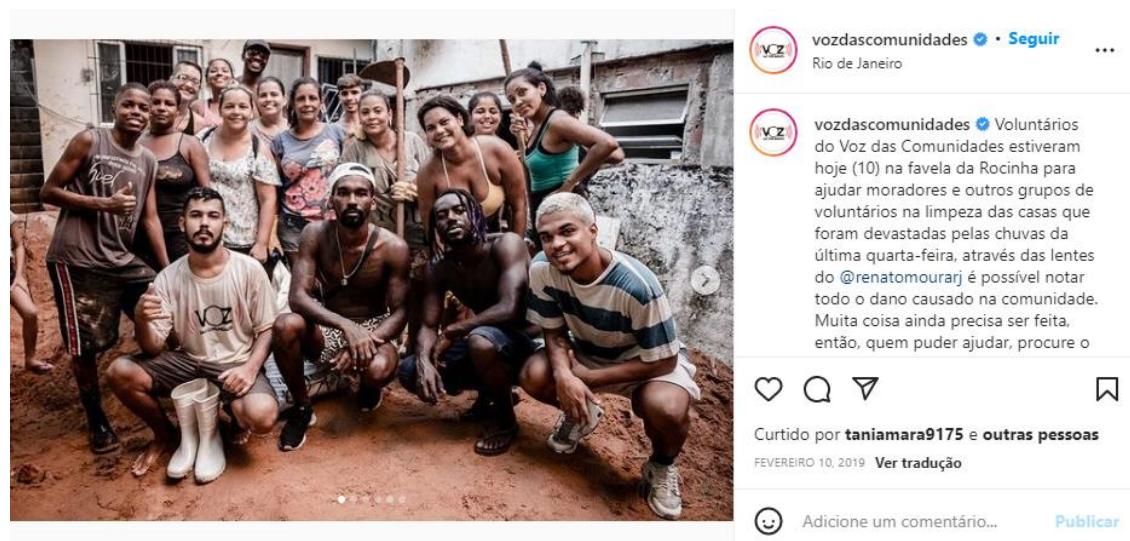
O VOZ também desenvolve atividades sociais nas comunidades e se posiciona como veículo para “prestar serviço de utilidade pública” (Figuras 1 e 2). Na primeira imagem à esquerda, programa “Quais seus direitos em tempos de pandemia?” do “VOZ” para esclarecer dúvidas sobre o auxílio emergencial. Na imagem à direita o VOZ retuita denúncia de moradora sobre o descarte de lixo.

Figura 1 – Prestação de serviço, proximidade e diálogo com moradores



Fonte: Extraído pela autora do perfil do VOZ no Instagram e X (mai. de 2021).

Figura 2 – Voluntários do VOZ auxiliam moradores da Rocinha a limpar casas após as fortes chuvas



Fonte: Extraído pela autora do perfil do VOZ no Instagram (fev. 2019).

Além da mobilização para mudança social, há também o desenvolvimento de ações emergenciais para ajuda humanitária. O VOZ mobiliza diferentes campanhas de doação em datas comemorativas como Natal e “PAZcoa, além de ações culturais como distribuição de livros e sessão de cinema para crianças no Complexo do Alemão.

De modo suscinto, o VOZ utiliza diferentes plataformas de mídias sociais para garantir circulação dos seus conteúdos, gerar visibilidade e alcançar distintos segmentos de público da sociedade. Atualmente, a ONG possui nove canais de distribuição de conteúdos: X (Twitter), Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, WhatsApp, sendo três financiados por administração própria: Site, App e Jornal Impresso.

Após pesquisa exploratória realizada nas plataformas de mídias sociais com perfis do VOZ e respectivo site, selecionamos o mês de maio de 2024 para as análises subsequentes – período em que o site do VOZ completou 13 anos de existência. Para essa etapa da pesquisa será realizada análise das categorias dos temas das editorias publicadas no site vozdascomunidades.com.br.

3.1 Editorias do site VOZ: posicionamento e disputas de poder

Com relação aos textos publicados no site do VOZ, monitoramos as publicações ao longo do mês de maio de 2024. Após identificação das matérias, os textos foram salvos e organizados em pastas nomeadas por editoria. E, antes de evoluirmos para a próxima etapa da análise, foi realizada leitura dos textos para procedimento preliminar de comparação do material coletado.

A partir desse procedimento inicial, apresentamos a seguir as principais observações sobre esse *corpus*. Além das atualizações de editorias e mudanças ao longo dos anos, alguns textos são publicados de modo duplicado em diferentes categorias/editorias.

Ainda é pertinente destacar que nem todos os textos possuem a forma tradicional de matéria jornalística (alguns podem ser compreendidos como informe de algumas linhas) e são realizadas publicações distintas sobre o mesmo assunto (diferentemente de jornais comerciais baseados em técnicas tradicionais de jornalismo que usam o recurso de *suite* para atualizar a página com os desdobramentos de acontecimentos). A publicação de novas páginas para atualizações sobre o mesmo assunto gera maior volume para os resultados dentro das categorias

e tende a garantir maior relevância para indexação pelos motores de busca – as *tags* podem contribuir para que o site possa ser localizado mais facilmente.

A respeito do aspecto formal, as publicações abordam os principais tópicos dos acontecimentos sem aprofundamento, em textos de fácil e rápida leitura. Alguns assuntos também poderiam ter sido alocados em categorias com maior aderência contextual. Como exemplos: (1) matéria informando a morte do deputado David Miranda foi alocada em “Política”, ao lado do texto “Conselhão do Governo Lula tem representantes de favelas” e (2) matéria sobre a não oficialização de obras para construção de nova clínica da família foi publicada na editoria “Saúde”, sendo que nos parece mais adequada em editoria sobre infraestrutura que não mais existe no site (a editoria “Saneamento” foi descontinuada).

Outro fator importante é verificar que o volume total de textos publicados no site segue volume comparativo muito inferior ao número de publicações nos perfis de mídias sociais do VOZ – ou seja, além das plataformas receberem constantes atualizações de assuntos repetidos, nem todos os tópicos geram conteúdo para o site. A respeito das categorias de assuntos por editorias estabelecidas pelo VOZ, podemos verificar na Tabela 1 que a maior proporção de textos produzidos está relacionada a “Geral” (33%), “Cultura” (17%), “Educação” (14%) e “Comunidades” (11%).

Tabela 1 – Categorização de editorias pelo VOZ (mai. 2024)

Site 01 a 31.05.2024	QUANTIDADE	%
Casos de Polícia	4	6%
Comunidades	8	11%
Conexões	3	4%
Cultura	12	17%
Educação	10	14%
Empreendedorismo	2	3%
Esporte	3	4%
Geral	23	33%
Política	2	3%
Saúde	3	4%
TOTAL PUBLICAÇÕES	70	100%

Fonte: Elaborado pela autora com dados de matérias publicadas no site VOZ.

Diante das observações expostas, eliminamos as matérias jornalísticas duplicadas, organizamos e tratamos os textos para processamento pelo software Iramuteq¹⁶, que será utilizado como apoio para organizar dados e indicar quais categorias se destacam dentre os textos publicados no site do VOZ durante o mês de maio de 2024.

Amplamente utilizado e reconhecido internacionalmente pelo seu rigor estatístico, o Iramuteq possibilita o processamento de relatórios que viabilizam análises quantitativas e qualitativas de texto. Essa ferramenta contribui na identificação de padrões de linguagem e frequência no uso de palavras-chave.

Sendo assim, o *corpus* para cotejamento foi formado por 70 textos¹⁷ ou matérias, sendo que alguns textos são compostos por apenas um ou dos parágrafos. Para processamento dos dados, além de adaptar o material para o padrão técnico do Iramuteq, eliminamos erros (digitação, grafia e concordância) identificados nas matérias, revisamos pontuações, adequamos palavras e pronomes, além de ajustarmos a grafia de palavras compostas.

Na sequência, com o apoio do Iramuteq realizamos um teste com processamento dos dados para verificar se as escolhas de categorias aplicadas utilizadas em estudo maior referente às publicações em mídias sociais também poderiam ser utilizadas comparativamente com as matérias publicadas no site do VOZ.

Para o propósito desta etapa, optamos pelo uso do relatório Classificação Hierárquica Descendente (CHD) que, a partir do *corpus* disponibilizado, apresenta resultados de análise fatorial de correspondência entre segmentos de textos e classes formadas pelo software. A composição das classes apresentadas pelo Iramuteq depende da construção textual e uso de vocabulários (semelhanças e diferenças entre os diferentes segmentos de textos analisados).

O resultado dos dados em forma de dendrograma nos trouxe panorama sobre os agrupamentos de segmentos de texto por classes e a relação entre elas. A partir de cálculos estatísticos o software apresenta lista de palavras que melhor se relacionam ou “explicam” cada uma das classes.

A partir da análise das classes agrupadas pelo Iramuteq, conforme subdivisão em três ramificações do *corpus* total, vemos que o software identificou seis classes, sendo que há

¹⁶ O Iramuteq é um software amplamente utilizado por pesquisadores para analisar e representar dados textuais, possibilitando a identificação de padrões a partir interpretação qualitativa dos dados.

¹⁷ Para consulta complementar, disponibilizamos [aqui os textos coletados do site](#).

correlação entre pares. Pelo processamento e análise multifatorial dos segmentos de texto em seus respectivos contextos, foi possível observar e nomear as classes ou categorias de análise que emergiram do *corpus* em tela.

No Quadro 1, é possível observar a proximidade e o distanciamento entre as ramificações que dão origem às classes e revelam a relação do conteúdo semântico das palavras. A partir das frequências observadas e das relações estabelecidas, o índice qui-quadrado revela a significância das associações entre as formas (palavras) e classes, demonstrando o quanto forte é a ligação entre esses elementos. Ao considerar os padrões de significado e agrupamentos, concluímos que também serão úteis para o *corpus* extraído do site as categorias que anteriormente havíamos destacado para o estudo de publicações nas redes sociotécnicas.

Como pode ser identificado no Quadro 1, as ramificações apresentadas são correspondentes às categorias “Saneamento e infraestrutura”; “Políticas e segurança”, “Esporte, cultura e arte” e “Educação e carreira”. No caso de “Saneamento e infraestrutura” e “Políticas e segurança”, ambas estão correlacionadas, partindo da mesma raiz, sendo que a partir das palavras que melhor “explicam” e apresentam respectiva relevância nas classes, percebemos que esses dois grupos são alavancados por questões de infraestrutura e ação policial, respectivamente.

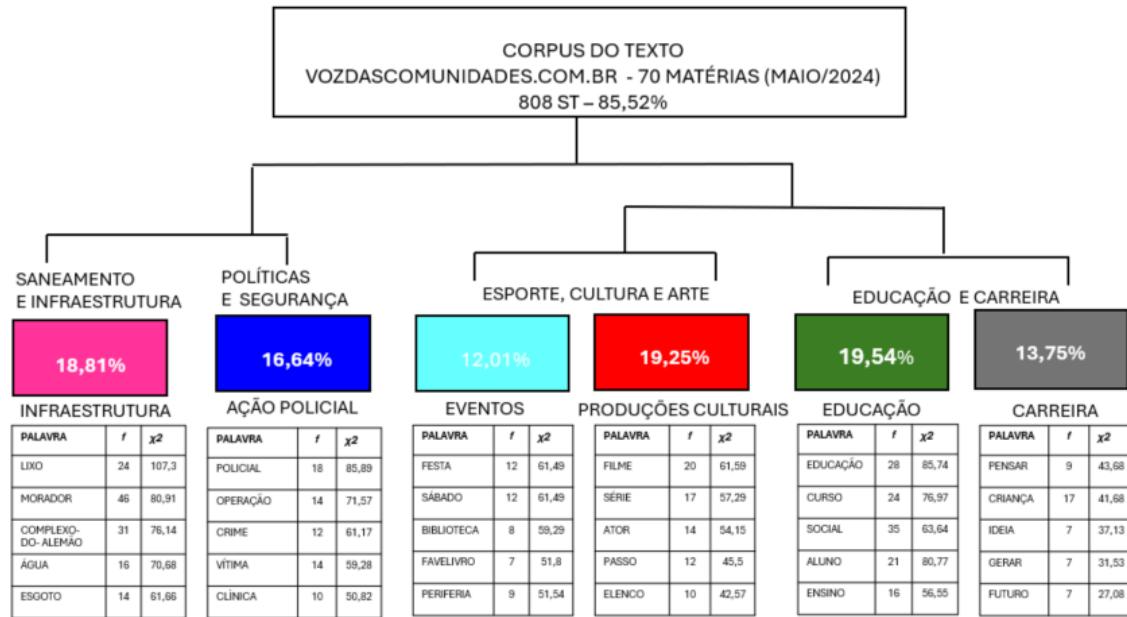
No caso da ramificação “Esporte, cultura e arte”, o processamento nos apresentou dois subgrupos a partir da temática “cultura e arte” que não havíamos identificado como significativo: a relevância de matérias jornalísticas relativas a “Eventos” *versus* “Produções culturais”, sendo que o primeiro subgrupo envolve textos sobre divulgação de eventos (não somente sobre “cultura e arte”, mas também incluindo festas de comemoração relacionadas ao tema “esporte”) e o segundo, textos sobre produções e obras audiovisuais (com destaque para entrevistas com artistas de teatro, cinema e dança).

Para a terceira ramificação “Educação e carreira”, o relatório também apresentou dois subgrupos que justamente distingue quali-quantitativamente uma categoria que optamos por agrupar: “Educação” e “Carreira”.

Os resultados principais das ramificações e categorias de textos apresentadas no relatório demonstram que os agrupamentos inicialmente organizados de modo manual para o estudo possuem significância. Com a condução de análise e classificação do texto com o suporte do Iramuteq foi possível não somente validar as nomenclaturas de agrupamentos

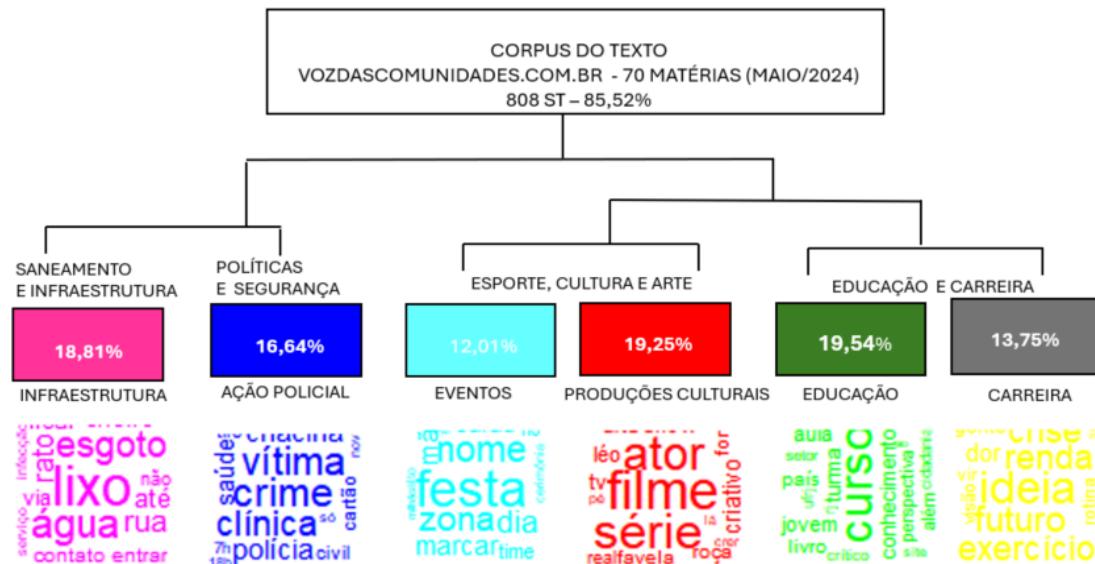
textuais (vide resumo no Quadro 2), como trazer rigor estatístico com aplicação de abordagem qualiquantitativa para o corpus extraído do site VOZ.

Quadro 1 - Dendograma da Classificação Hierárquica Descendente (CHD)



Fonte: Iramuteq. Elaborado pela autora com dados de matérias publicadas no site VOZ.

Quadro 2 - Dendograma da Classificação Hierárquica Descendente (CHD) com nuvem de palavras



Fonte: Iramuteq. Elaborado pela autora com dados de matérias publicadas no site VOZ.

Pelo exposto, na sequência optamos por reorganizar as matérias publicadas no site ao longo do mês de maio de 2024, conforme Tabela 2 considerando as categorias já estabelecidas durante as primeiras etapas de monitoramento e organização do *corpus* obtido pela varredura das redes sociotécnicas do VOZ. Além de permitir análise comparativa entre plataformas, o agrupamento dessas temáticas por palavras-chave considera importantes tópicos da agenda 2030 (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) da ONU.

Tabela 2 – (Re)categorização das matérias publicadas pelo VOZ (mai. 2024)

Site VOZ - 01 a 31.05.2024	QUANTIDADE	%
Cotidiano e estilo de vida	1	1%
Institucional	0	0%
Saúde	2	3%
Esporte, cultura e arte	20	29%
Educação e carreira	15	21%
Ação social	0	0%
Saneamento e infraestrutura	17	24%
Políticas e segurança	12	17%
Reprodução de outros veículos	0	0%
Checagem (Fake News)	0	0%
Informes diversos	3	4%
TOTAL PUBLICAÇÕES	70	100%

Fonte: Elaborado pela autora com dados de matérias publicadas no site VOZ.

Com a reclassificação das editorias nas categorias propostas, matérias inclusas como “Comunidades” e “Geral” no VOZ tiveram seus textos diluídos entre temas mais específicos. Um tópico importante foi observar que o site não possui campo disponível para comentários dos internautas, dificultando interações e conversações a partir dessa estrutura própria.

A categorização proposta possibilita que tenhamos conhecimento sobre os temas que efetivamente foram abordados, sabendo que a maior parte dos assuntos se relacionam às comunidades.

Como pode ser observado, quantitativamente, no site a maior proporção de textos publicados contempla a seguinte ordem crescente de categorias: “Esporte, cultura e arte” (29%), “Saneamento e infraestrutura” (24%), “Educação e carreira” (21%). No caso, matérias relacionadas a “Políticas e segurança” ficam em 4º lugar (12 textos publicados), sendo estratégia proposital (que não segue, por exemplo, o volume de publicações sobre essa temática no X/Twitter), conforme explica Rene Silva:

Nunca tive nenhum tipo de receio porque sempre soube muito bem o que seria publicado. Como falar, o que falar é uma situação delicada que não permite deslizes. O meu grande objetivo sempre foi dar voz aos moradores, mostrar quais são as outras situações, e não ficar focado apenas na retórica da guerra. Isso me blindou de certas situações, de ameaça, por exemplo. Essa cobertura midiática sobre invasões, tiroteios, confrontos, eu deixo para os grandes jornais. Eu percebo que muitas dessas ameaças que não sofri foi porque eu passei a denunciar outros problemas, mais ligados aos órgãos do Estado, aos cidadãos que pagam imposto... (SILVA, 2018)¹⁸

Pelos dados apresentados, foi possível aprofundarmos conhecimento sobre a produção de conteúdos para o site do VOZ, identificando o posicionamento desse canal. A produção de relatórios baseados em análise de categorias de conteúdo foi propícia para os objetivos propostos, visto que esse tipo de comparação nos possibilitou refletir sobre temas de interesse na abordagem do VOZ, indicar tendências de temas explorados em cada canal e “revelar o foco da atenção” (SAMPAIO e LYCARIÃO, 2021). A estrutura do texto e a abordagem da escrita também revelam camadas muitas vezes omitidas na formação da curva da atenção para construir pautas de agenda pública.

É necessário salientarmos que o ranqueamento das categorias de editorias no site pode ser compreendido como um indicador relevante para a compreensão do ecossistema digital no qual os produtos comunicacionais do VOZ gravitam retroalimentando e complementando uns aos outros, a depender da dinâmica e gramática de cada plataforma. Porém, estudos complementares e avaliação de outros indicadores são necessários, sendo fundamental contemplarmos o modo como o veículo de comunicação constrói seu posicionamento e sua trajetória a partir das redes sociotécnicas.

O VOZ nasceu em termos de visibilidade e captura da atenção pública coletiva a partir da repercussão proporcionada pelos posts publicados no X (na época, Twitter). Inclusive, seu

¹⁸ <https://www.jb.com.br/hildegard-angel/noticias/2018/07/22/um-silva-brasileiro-e-um-dos-100-negros-mais-influentes-do-mundo.html>. Acesso em 20 nov 2020.

fundador relatou: “Não tenho dúvidas que depois da ocupação feita pela polícia aqui no Complexo do Alemão, minha vida mudou muito” (SILVA, 2015)¹⁹.

Os índices apresentados ao longo desse mapeamento nos trazem informações preliminares sobre o potencial de circularidade das publicações e consequente visibilidade do VOZ, assim como a prévia captura da atenção dos internautas – a manutenção do direcionamento de interesse depende justamente de fatores diversos, que demandariam o acompanhamento de determinados assuntos por longo período em pesquisa complementar, o que excederia o nosso propósito para essa pesquisa com limitações de tempo e recursos.

Ainda por meio de análise anual (no período de 2011 a 2024) sobre o percurso histórico de atualizações no *framework* do site em tela, podemos observar que a organização dos assuntos em editorias não somente reflete o processo técnico de escolhas no “fazer jornalismo” como também decorre de questões estratégicas que englobam processos socioculturais, políticos e econômicos. Uma dessas questões está diretamente relacionada à disputa por visibilidade e posicionamento do jornal diante da concorrência.

Conforme relatório publicado pela We are social e Meltwater²⁰, o brasileiro dedica em média 9 horas e 13 minutos diariamente à navegação na Internet, sendo 3 horas e 37 minutos às plataformas de redes sociotécnicas.

Dentre os principais motivos indicados para o uso de plataformas de mídias sociais é possível identificar a predisposição sociocultural do brasileiro em se envolver com conteúdos e se relacionar com outros internautas, neste último caso muitas vezes as conversações estão diretamente relacionadas aos conteúdos distribuídos nas plataformas.

Além do comportamento dos internautas nas redes sociotécnicas, importante destacar a relevância dessas plataformas para a composição do tráfego de sites de terceiros: Facebook (39,2%), Instagram (27,4%), Pinterest (18,3%), YouTube (7,3%) e X (Twitter (6,7%)²¹.

Tais percentuais de participação demonstram a robustez das mídias sociais na composição da audiência (tráfego) de sites sendo que, quanto maior a base de seguidores em cada conta/perfil, maior a dependência das plataformas para viabilizar a distribuição e circulação de conteúdos.

¹⁹ Entrevista concedida ao Panorama Mercantil em 04/03/2015. “Rene Silva quer dar valor aos projetos sociais”.
Fonte: <https://panoramamercantil.com.br/precisamos-dar-valor-aos-projetos-sociais/>. Acesso em: 20 ago 2024.

²⁰ <https://www.meltwater.com/en/global-digital-trends>. Acesso em: 20 set 2024.

²¹ <https://www.meltwater.com/en/global-digital-trends>. Acesso em: 20 set 2024.

Essa tendência se aplica também ao VOZ, indicando não somente a importância de sites com estruturas próprias, mas também o perigo de utilizar apenas plataformas de mídias sociais para distribuição de conteúdos. Como exemplo recente, pode ser considerada a descontinuidade do X (Twitter) no Brasil durante o mês de agosto de 2024, em virtude de descumprimento de exigências legais estabelecidas pelo Supremo Tribunal Federal (STF)²².

O impasse sobre métricas de visibilidade e posicionamento parecem impor dilema para o VOZ, quando paradoxalmente há expressivo alcance observado nos dados públicos das redes analisadas e vultosa dependência das plataformas. Logo, restrições de alcance pela lógica algorítmica de visibilidade vai de encontro à missão de gerar conteúdo hiperlocal. Assim, o VOZ produz matérias sobre temas locais (aqui categorizadas como “Saneamento e infraestrutura”, “Políticas e segurança” ou “Educação e carreira”), mas também publica (matérias categorizadas em “Esporte, cultura e arte”) conteúdos não somente relacionados a acontecimentos e moradores das comunidades – como é o caso de posts sobre Olimpíadas, Carnaval, Rock'n Rio.

Ao acompanhar o histórico de desenvolvimento do site, também foi possível estabelecer um paralelo sobre a curva de visibilidade do VOZ que passou a atrair a atenção pública coletiva: “A pessoa certa no lugar certo na hora certa: esse era Rene Silva” foi a referência dada sobre o fundador do VOZ, em matéria publicada no jornal O Globo em 2013.²³

Como pôde ser observado, é possível ponderarmos constructos de incentivo à participação social vinculante nas comunicações do veículo Voz das Comunidades (VOZ), enquanto direciona estratégias para proporcionar visibilidade às causas locais divulgadas pelo veículo.

Portanto, a comunicação comunitária adquire ainda maior relevância na construção de ambientes de diálogo e defesa dos Direitos Humanos, possibilitando que causas locais que afetam a dignidade humana evidenciem os reais desafios para o atingimento do Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) indicados pela ONU para 2030.

²²<https://www.infomoney.com.br/politica/twitter-x-entrega-ultimos-documentos-e-pede-a-moraes-fim-da-suspensao-no-brasil/>. Acesso em 26 set 2024.

²³<https://oglobo.globo.com/rio/a-voz-jovem-conectada-da-comunidade-do-complexo-do-alemao-8365592>. Acesso em: 20 ago 2024.

4. Considerações: outros olhares para o tecido comunitário vivo e mobilizador

Ao longo do estudo, foi possível observar que o site do VOZ possui um claro posicionamento editorial voltado para as causas coletivas locais, em favor de narrativas constituídas pelo próprio veículo comunitário. Os espaços dedicados a textos voltados a temáticas como “esporte, cultura e arte”, “saneamento e infraestrutura” e “educação e carreira”, demonstra o posicionamento do VOZ em apresentar outras narrativas que não sejam o padrão da “imprensa marrom”²⁴ (adotado em grande parte pela mídia hegemônica) ao se referir às comunidades. No site do VOZ, notícias referentes à segurança pública tendem a ser publicadas para cobrar providências de entes públicos.

Portanto, a hipótese pode ser confirmada parcialmente: o uso de sites como espaço próprio para produzir e gerar circularidade de narrativas denota maior autonomia editorial para indicar temas que carecem de visibilidade e devem ser utilizados como mola propulsora de repercussão para alavancar melhorias locais. Porém, a visibilidade desse canal ainda está atrelada ao tráfego de acessos vindos dos perfis do VOZ nas plataformas de mídia sociais. Esse fator demonstra alta dependência da iniciativa comunitária frente aos fluxos de direcionamento de interesse na esfera pública digital tendo em vista o fenômeno da “plataformização” e colonização de dados (COULDRY, 2019).

O estudo ainda demonstra, pela trajetória do VOZ, possibilidades para disputas de poder e visibilidade na mídia, para defesa de causas coletivas locais e para a constituição de “comunidades gerativas” (PAIVA; MALERBA; CUSTÓDIO, 2013). Porém, o site (enquanto canal de comunicação com estrutura própria) ainda requer ajustes (como inserção de comentários, reflexões e conteúdos produzido pela própria comunidade local, dentre outros aprimoramentos) para que no ambiente digital também possa reverberar os vínculos constituídos no cotidiano.

Grupos sociais tendem a direcionar atenção para temáticas locais desde que essas questões sociais possam ser diretamente interligadas ao cotidiano comunitário. Sobre esse aspecto, há relevância no estímulo aos pensamentos e aos saberes locais que dialoguem criticamente com os processos sociais em defesa do exercício da cidadania e dos Direitos Humanos.

²⁴ Termo utilizado no jornalismo para designar imprensa sensacionalista que utiliza notícias sobre determinadas temáticas para atrair atenção, com intuito de ampliar a qualquer custo os índices de audiência.

No contexto de uso de produtos comunicacionais na Internet por iniciativas comunitárias, consideramos como essencial a territorialidade e a temporalidade constitutivas de potencial emancipador do comum. Para além do sentimento de pertencimento, o território passa a ser o lugar de identificação e de empoderamento, mesmo diante das agruras do cotidiano de povos periféricos.

Partindo do território como tecido vivo e mobilizador (SANTOS, 2006), o VOZ expande sua ação comunicativa para outros espaços e esferas públicas, em movimento mestiço de contínua negociação (MARTÍN-BARBERO, 1997).

Evidentemente, a dinâmica territorial pressupõe movimentos e forças estabelecidos em constante disputa, quando nem sempre é possível adquirir amplitude (no sentido de atrair a atenção da sociedade para as problemáticas sociais locais), mas ranhuras podem ser observadas e compreendidas como atos de resistência. Portanto, a territorialidade é “o lugar de aplicação de uma certa forma de poder social, incluindo em suas representações espaciais o que é constitutivo do poder no momento: tanto os sistemas de crenças e leis quanto as exigências mercantis” (SODRÉ, 2013, p. 18).

Sob essa perspectiva, nos desafiamos a investigar a atuação do VOZ considerando seu uso estratégico das territorialidades “pelo princípio de coexistência da diversidade e como um conjunto de ‘virtualidades infinitas de coexistência’ ou de comunicação” (SODRÉ, 2013, p. 20), enquanto veículo comunitário em constante articulação com a mídia *mainstream* e que realiza uso intensivo de mídias sociais na Internet.

Se, por um lado, as formas comunitárias de expressão contribuem para diversificar falas e para expor problemáticas muitas vezes invisíveis ou pouco reconhecidas pela sociedade, por outro, as transformações nas relações sociais e o crescimento exponencial do uso de tecnologias e mídias têm ressignificado os processos de comunicação que adquirem ainda maior centralidade no cotidiano urbano.

A comunicação também passa a ser apreendida como instrumento para exercício da cidadania e garantia de outros direitos fundamentais²⁵, incluindo o direito de acessar e transmitir informação (UNESCO, 1983). Portanto, o respeito à dignidade e à legitimação do interesse público devem fundamentar a constituição de experiências comunicacionais locais

que viabilizem o diálogo com a sociedade - processo essencial para fomento de ações comunicativas em prol de mudança social.

Com a expansão das teias da globalização sobre as diferentes áreas do cotidiano local, os fluxos de atenção humana têm sido alvo de disputas discursivas que merecem maior esforço investigativo. Sem o propósito de esgotar o assunto nesse artigo, ao longo das páginas demonstramos a partir da atuação do VOZ o potencial de estratégias desenvolvidas por iniciativas comunitárias para gerar visibilidade e repercussão em prol de solução de problemáticas locais de modo a estimular a mobilização social, o exercício da cidadania e o direcionamento de atenção de entes públicos e da sociedade em geral. No entanto, estudos complementares são necessários para acompanhar as etapas vindouras sobre a formação de “comunidades gerativas” por meio da atuação do VOZ no território e no espaço digital.

Referências

BOLAÑO, César. **Indústria cultural**: informação e capitalismo. São Paulo: Hucitec; Polis, 2000.

CABRAL, Adilson; OLIVEIRA, Cinthya. Democracia em vertigem: reflexões sobre os fluxos de atenção e ações coletivas para mudança social na Internet. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 18, n. 2, p. e6052, 2022. DOI: 10.18617/liinc.v18i2.6052. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/6052>. Acesso em: 19 nov. 2024.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

COULDREY, Nick; MEJIAS, Ulises. The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford, Stanford University Press, 2019, pp.: 187-216.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 59-71.

DUARTE, Márcia. Comunicação e Cidadania. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 95-115.

ESTEVES, João. Espaço público. In: ALBINO, Antônio; RUBIM, Canelas (org.). **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. Salvador: Editora da Universidade Estadual Paulista, 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/134/4/Comunicacao%20e%20politica.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2023.

FUCHS, Christian. Como podemos definir vigilância? **MATRIZes**, São Paulo, Brasil, v. 5, n. 1, p. 109–136, 2011. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v5i1p109-136. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38311>. Acesso em: 2 set. 2023.

GOHN, Maria da Glória. **Teoria dos movimentos sociais**. Paradigmas clássicos e contemporâneos. São Paulo: Loyola, 1997.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Tradução de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Templo Brasileiro, 2003.

_____. **Teoría de la acción comunicativa:** complementos y estudios previos. 3. ed. Madri: Catedra, 1997.

_____. **New social movements.** Telos, New York, n. 49, p. 33-37, 1981.

HJARVARD, Stig, 2015. Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Revista Parágrafo**, v. 3, n. 2, 2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331/339>. Acesso em: 10 jan. 2020. Acesso em: 17 jul 2023

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1997.

MATOS, Carolina. **Mídia e política na América Latina:** globalização, democracia e identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

MATOS, Heloísa. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública:** Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATTELART, Armand. Estudar comportamentos, consumo, hábitos y prácticas culturales. In: ALBORNOZ, Luis A. (comp.). **Poder, medios, cultura:** uma mirada crítica desde la economía política de la comunicación. Buenos Aires: Paidós, 2011.

OLIVEIRA, Cinthya P. **Iniciativas comunitárias de TV e perspectivas de envolvimento da sociedade na construção de esfera pública.** Dissertação (Mestrado em Mídia e Cotidiano). Niterói, 2016. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/4025>. Acesso em: 8 mar. 2023.

PAIVA, Raquel; MALERBA, João; CUSTÓDIO, Leonardo. “Comunidade gerativa” e “comunidade de afeto”: propostas conceituais para estudos comparativos de comunicação comunitária In: **ANIMUS - Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 12, n 24, 2013.

PAIVA, Raquel (org.). **O retorno da comunidade:** os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

_____. **TV Comunitária:** dimensão pública e participação cidadã na mídia local. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____. **O espírito comum:** comunidade, mídia e globalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PERUZZO, Cicília. **TV Comunitária no Brasil:** histórico e participação popular na gestão e na programação. 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-krohling-tv-comunitaria-brasil-historico-participacao-popular-gestao-programacao.pdf>. Acesso em: 25 maio 2015.

_____. **Comunicação nos movimentos populares:** a participação na construção da cidadania. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

POEL *et al.* Plataformização. **FRONTEIRAS – ESTUDOS MIDIÁTICOS.** v. 22 n. 1, p. 2-10, 2020. Janeiro/Abril. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01> Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01> Acesso em: 2 set. 2023.

POSTER, Mark. Cidadania, mídia digital, globalização. In: MORAES, Dênis. **Por outra comunicação.** 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2010. p. 315-338.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço:** Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006. 4. Edição, pp.: 16-66 e 212-231.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial:** manual de aplicação. Brasília: Enap, 2021.

SODRÉ, Muniz. **A antropológica do espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.