

# CASO TENTALIZE: A DESCENTRALIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DOS COLETIVOS INDEPENDENTES<sup>1</sup>

Nadla Gois do NASCIMENTO<sup>2</sup>  
Lígia de Oliveira SALES<sup>3</sup>

## RESUMO

A descentralização da comunicação surge quando a mídia alternativa resolve dar vez e voz aos sujeitos, fugindo dos padrões midiáticos tradicionais. A partir desse ponto, iremos fazer um estudo de caso, por meio de uma pesquisa qualitativa sobre o coletivo Tentalize Audiovisual, que conceitua a comunicação como uma representatividade do espaço físico através dos documentários e das formações em audiovisual que os jovens realizam. Para tanto, apresentaremos alguns conceitos de comunicação popular, comunicação comunitária, mídia radical, midiativismo e o conceito da participação da comunicação comunitária no âmbito da cibercultura. Como conclusão, percebemos a possibilidade dessa descentralização das informações no contexto social, partindo do entendimento e eficácia que os coletivos independentes proporcionam.

**Palavras-chave:** Comunicação Popular. Comunicação Comunitária. Midiativismo. Cibercultura. Tentalize.

## ABSTRACT

The decentralization of communication arises when the alternative media resolve gives the subjects time and voice, avoiding traditional media patterns. From that point, we will make a case study, through a qualitative research about the collective Tentalize Audiovisual, which conceptualizes communication as a representation of the physical space through the documentaries and the formations that the youth perform. To do so, we will present some concepts of popular communication, community, radical media, media activism and the concept of community communication participation in cyberculture. As conclusion we realize the possibility of this decentralization of information in the social context, starting from the understanding and possible efficacy that the independent collectives provides.

**Keywords:** Popular Communication. Community Communication. Media Activism. Cyberculture. Tentalize.

---

<sup>1</sup> Artigo científico apresentado no Centro Universitário Estácio do Ceará, no dia 06 de dezembro de 2017, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

<sup>2</sup> Aluna do curso de Jornalismo do Centro Universitário Estácio do Ceará. E-mail: nadlagoes18@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora e Mestra em Comunicação e Semiótica, pela PUC-SP. E-mail: ligia.sales@gmail.com.

## INTRODUÇÃO

A comunicação tradicional impõe à população o que ela deve consumir de informação. Isso vem de uma cultura massiva, advinda da indústria cultural e popularizada pela homogeneização ou massificação dos gostos e formas de consumo<sup>4</sup>. A partir de que ponto conseguimos visualizar uma comunicação descentralizada da mídia massiva? Tal aspecto pode ser visto na construção de coletivos independentes, que buscam lutar por uma informação mais justa e coerente na sociedade.

Por outro lado, observa-se que alguns veículos de comunicação, principalmente programas televisivos, retratam o lado negativo da periferia, especulando estereótipos de bairros e pessoas em si. A partir do entendimento sobre comunicação popular e comunitária como meio alternativo, este artigo tem como objetivo estudar as ações produzidas e os métodos de formação em audiovisual do coletivo Tentalize como comunicação independente e observar a importância do coletivo nas comunidades, como impacto do contexto social da informação na periferia.

O grupo, composto por cinco jovens, busca, através de suas produções e formações, informar e transformar a comunidade em que vivem. No objetivo específico, observamos uma comunicação transparente, pelo qual eles têm como proposta mostrar a representatividade daquele bairro, em seus moradores, centros de cultura e outros pontos que dão vida ao território. Nesse contexto, internet e espaços públicos, como praças e eventos, são ferramentas de distribuição de informação, não só para que a população tenha fácil acesso, mas também para que ela as use como um espaço livre para discussão dos conteúdos. A partir desse viés, o grupo ganha visibilidade, na própria comunidade em que vive e diferencia o olhar da mídia massiva.

Para chegar ao estudo de caso, discutimos conceitos como protagonismo da comunicação popular, formas de construção da comunicação cidadã, através da mídia radical; a participação da comunicação comunitária na cibercultura e como a internet é um instrumento funcional nos coletivos, através do midiativismo. Como base teórica, utilizamos os autores Cicília Peruzzo (1998), John Downing (2004), Raquel Paiva e Muniz Sodré (2008), Henry Jenkins (2009), Pierre Lévy (2003) e Raquel Recuero (2009), para conceituar a pesquisa de acordo com o estudo de caso.

Na metodologia, foram consultados os autores Mirian Goldenberg (2004) e

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://educacao.uol.com.br/disciplinas/sociologia/teoria-critica---estudos-importantes-dialetica-do-esclarecimento-e-industria-cultural.htm>>. Acesso em: 25 de novembro de 2017.

Lakatos e Marconi (2003), para contextualizar o estudo de caso, a pesquisa qualitativa e o termo entrevista - principal fonte de informação, realizada com o coletivo Tentalize -, para então, observarmos a importância do coletivo nas comunidades, qual a reação das pessoas ao serem percebidas nas produções e de que forma o grupo impacta o contexto social da informação na periferia.

## 1. A COMUNICAÇÃO POPULAR COMO PROTAGONISTA DA INFORMAÇÃO

A comunicação popular possui um conceito ambíguo, que não é datado necessariamente, como o surgimento de um jornal, por exemplo. Trata-se de um conceito que pode ser aplicado desde os movimentos sociais populares, como nos anos de 1970 e 1980, no Brasil, até os coletivos na internet. É uma comunicação que se configura a determinado contexto. Em certos conceitos, principalmente no da autora Cicília Peruzzo (1998, p. 119), “ela é uma comunicação vista como a luta do povo por melhorias, por meio dos movimentos de base organizados<sup>5</sup>”. Ainda segundo a autora, são determinadas duas vertentes dessa comunicação: a primeira, no início dos anos de 1980, quando ela é concebida como uma comunicação “libertadora, revolucionária, portadora de conteúdos críticos capaz de conduzir a transformação social” (1998, p.119). A outra vertente surge nos anos de 1990, quando essa comunicação torna-se ágil e discursiva, podendo trazer modificações e “contribuir para a democratização dos meios comunicacionais e da sociedade” (1998, p.119). Essas duas linhas de pensamento coexistem, cada uma com suas particularidades, sendo como realizações da sociedade civil.

Mesmo com a repressão do regime militar<sup>6</sup>, esse conceito esteve aplicado nos movimentos sociais vinculados às classes subalternas, ou, no popular, à luta de um povo ou à luta de classes, que iniciava o poder de reivindicação dos direitos, pois o empoderamento da comunicação popular veio através de instrumentos alternativos, como tablóides impressos, rádio e manifestações. Logo, essa comunicação possibilitou rever questões, como bens de consumo coletivo, desigualdades culturais, defesa dos direitos humanos, questões trabalhistas,

---

<sup>5</sup> É uma organização popular constituída por meio da vontade de luta do povo. Assim, ela não é fruto de um movimento espontâneo, mesmo sabendo que muitas expressões da luta de classes surgem espontaneamente. Disponível em: <<https://anarquismorj.wordpress.com>>. Acesso em: 21 de novembro de 2017.

<sup>6</sup> A ditadura militar aconteceu no período de 1964 a 1985, quando o Brasil passou por três fases, durante os 21 anos de regime. A primeira foi de legalização do regime autoritário, a segunda de recrudescimento da repressão e da violência estatal contra os opositores da ditadura e a terceira de reabertura política, com a Lei da Anistia e o movimento pelas eleições diretas para presidente. Disponível em: <<http://memoriasdaditadura.org.br>>. Acesso em: 21 de novembro de 2017.

entre outras. Os movimentos sociais populares parecem ter ganhado mais espaços na sociedade, construindo laços democráticos, formando uma nova cidadania e novos atores sociais: as instituições, ONGs, coletivos, igrejas e a própria população.

No final da década de 1970, setores das classes subalternas, que durante vinte e um anos de ditadura (1964 – 1985) se viram afastados do acesso pleno à cidadania, começam a denunciar, a resistir, a organizar-se em torno das reivindicações de seus direitos [...]. Constituindo-se no Brasil inteiro, nos últimos anos daquela década e nos anos de 1980, milhares de novos movimentos sociais populares e sindicais. (PERUZZO, 1998, p. 30 - 31)

A comunicação popular é vista como “comunitária, participativa, dialógica e horizontal” (PERUZZO, 1998, p.120), ou seja, uma forma de buscar novos meios de comunicar-se e dar voz e vez às necessidades. É uma comunicação que vincula movimentos coletivos, inseridos nos movimentos sociais populares, com intuito de restituir a mudança social para que os conteúdos sejam feitos para a comunidade e com a comunidade, tendo em vista a participação ativa da sociedade, que se torna protagonista da informação. Historicamente, essa comunicação constituída pela sociedade civil, passa por mudanças nos anos de 1990, na perspectiva dos meios tecnológicos: o rádio, a televisão e, principalmente, com a chegada da internet.

A comunicação popular tem como protagonista o próprio povo e/ou as organizações e pessoas ligadas organicamente. [...] A quebra lógica da dominação não se dá a partir de cima, mas a partir do povo, compartilhando dentro do possível seus próprios códigos (PERUZZO, 1998, p. 127).

Peruzzo (1998, p. 128) defende que a “comunicação popular é transformadora e ideológica; e a massiva é manipuladora e tem o controle da sociedade”. Mas, na leitura da autora, ela condena que a comunicação popular seja oposta à massiva. Pelo contrário, estas se enlaçaram, quando aspectos da comunicação popular podem ser vistos na comunicação convencional e vice-versa. Na prática, os meios de comunicação popular e massivo, cada qual com sua relevância, não eram excludentes, mas eram formas de complementação de informação para a sociedade.

Há que se reconhecer o grande poder da mídia e sua manipulação, prioritariamente, a serviço dos interesses das classes dominantes. Mas nem por isso ela deixa de dar sua contribuição ao conjunto sociedade. [...] Os grandes veículos fazem-se necessários e importantes a sociedade no campo do divertimento e da informação, por exemplo, mas não conseguem suprir as necessidades em nível de comunidades e de movimentos sociais organizados (PERUZZO, 1998, p. 131).

A mídia massiva é aceita pelas classes subalternas, e esse antagonismo se torna práxis, porque depende da cultura política e social da população. Criam-se hábitos de consumo, por meio da persuasão. Supostamente, as pessoas não trocariam a “novela das nove” pra assistir um programa educativo. Poderiam até assistir, mas o poder midiático e capitalista ainda predominaria. Vai muito além do apenas julgar quaisquer informações que nos sejam passadas. É necessário que a massa se culturalize e conceitue o que é essa informação, à medida que essa comunicação vai se ampliando, desde os veículos que traziam uma leitura crítica em oposição a frentes políticas como “Pasquim, Extra, Versus” (1998, p.120). Em contrapartida, nos dias atuais, com o acesso às TVs públicas, programas educativos, rádios comunitárias, rádio escolas, impressos alternativos e coletivos a serviço da comunidade temos uma possibilidade democratização dos meios.

## **2. A CONSTRUÇÃO DA COMUNICAÇÃO CIDADÃ**

Na construção da cidadania, a comunicação comunitária, segundo Raquel Paiva e Muniz Sodré (2008, p. 40), “parte de um pressuposto político, seja nos movimentos ou com viés educacional”. Peruzzo (2006) afirma que a comunicação comunitária desenvolve alguns conceitos da comunicação popular, em que a palavra “popular” pode significar comunicação do povo, engajada por eles mesmos quando resolvem, por meio dos movimentos emancipatórios, assumir a transformação das estruturas sociais.

Assim, a comunicação popular e comunitária pode ser entendida de várias formas, mas sempre é classificada como uma comunicação que tem o povo, os coletivos, movimentos e organizações populares como protagonistas. Vai “desde a literatura de cordel até a comunicação comunitária” (PERUZZO, 2006, p. 9). Com efeito, comunicação comunitária é o meio pelo qual as pessoas manifestam seus interesses, tornando-se expressão da comunidade.

Comunicação comunitária é caracterizada como processo de comunicação alternativo. [...] visando a construção de um discurso próprio, no qual são abordados conteúdos ligados aos interesses da comunidade local, propiciando aos indivíduos o papel de protagonistas no processo comunicativo, por meio de uma participação efetiva dos envolvidos (DELIBERADOR; LOPES, 2009, p. 2).

Segundo Peruzzo (2006), essa comunicação é caracterizada por não ter fins lucrativos, elencar a participação ativa da população e obter domínio coletivo de propagar conteúdos com propósito de educação, de cultura e de tornar ampla a cidadania. A

comunicação comunitária vai além da prestação de serviço. Ela consiste em mobilizar os cidadãos pelos direitos de interesse, que são vinculados aos assuntos do cotidiano da sociedade civil. Contudo, as autoras Deliberador e Lopes (2009, p. 1) dizem que “a comunicação comunitária vem se configurando como uma importante alternativa ao monopólio midiático, dando voz aos setores excluídos dos grandes meios de comunicação”. Ao invés destes serem os receptores, eles são emissores dos conteúdos.

Entretanto, os atores sociais, em sua maioria, não parecem agir da maneira que deveriam. Muitas ONGs e associações são forjadas, no que diz respeito às questões que envolvem o setor minoritário e vulnerável, fazendo da boa ação a propaganda de marketing para gerar lucro e respeito a quem patrocina, além de usarem como influenciador a própria política. O filme “Quanto Vale ou é Por Quilo?”, de Sérgio Bianchi (2005), apresenta esses atores sociais como aproveitadores das questões sociais que, com isso, se popularizaram diante a comunidade. No longa metragem, o enredo é dividido em partes, para contar as histórias dos personagens e fazer uma analogia do Brasil Colonial com o Brasil contemporâneo.

Os personagens que mais chamam a atenção são Marco Aurélio e Ricardo Pedrosa, executivos bem sucedidos, que disfarçam a lavagem de dinheiro resultante do financiamento do projeto “Solidariedade”, citado no filme. Outra personagem marcante é a “granfina” Marta Figueiredo, que arrecada presentes para crianças carentes, fazendo fotos da boa ação em seguida, como se tivesse feito algo suficiente para aquelas crianças.

Esses personagens, e outros que elencaram o cenário político da época, simbolizam a relação da construção do poder e de uma identidade de um povo invisível. No filme há sinais que nos direcionaram a concluir que o Brasil continua sendo palco da injustiça social, da corrupção, da luta de classes e do poder burguês, que acabam por construir uma identidade nacional pautada na exploração das classes desfavorecidas.

As cenas, analogicamente percebidas no filme, apresentam as atividades lucrativas das empresas que patrocinaram os projetos “Informática na Periferia”, “Sorriso de Criança” e “Projeto Alegria”, pelos quais se têm um único objetivo: lucrar sobre a permanência dos projetos, para transparecer falsamente o diálogo social e solidário. Na trama, as empresas são políticos, que fazem o papel de senhores de engenho, e a população, no papel de escravos.

Partindo de outro pressuposto comunicacional, John Downing (2004) entende que as mídias - rádio, TV e jornal - são amplas, em um complexo de interesses, no qual se conflituam patrocinadores, proprietários, políticos, militantes e cidadãos. Porém, o interesse

de Downing é mostrar “por A mais B” que existe uma mídia radical, que possa ser praticada fora de uma expressão hegemônica, dando um olhar alternativo às políticas e às perspectivas e que não precise necessariamente estar dentro de um movimento para se manifestar, pois as formas de comunicação são amplas.

Para o autor, “as mídias radicais colocam em evidência o potencial estético, cognitivo, comunicativo e mobilizador dos meios massivos de expressão”. (2004, p. 10). Em questão, é um termo que é visto nos coletivos com certa urgência, em relação ao ativismo<sup>7</sup> na mídia, e que é notável preencher essa lacuna significativa.

Embora essencial, o ativismo da mídia radical não é a única resposta necessária - também são vitais as campanhas de alfabetização pela mídia a crescente democratização dos meios de comunicação, a popularização técnica e científica e o apoio aos profissionais da mídia que lutam para elevar o nível da prática da mídia tradicional (DOWNING, 2004, p. 22).

O conceito de mídia radical pode se referenciar como uma mídia comunitária e alternativa. Para isso, precisa-se definir o conceito vago sobre a comunidade, pois ela tanto pode abranger vários sentidos, seja por padrões ou posturas, como pode subentender que comunidade atribui a opinião de grupos (DOWNING, 2004). Termos como mídia comunitária ou popular são mais sólidos naquilo que excluem: a mídia convencional.

Segundo Downing (2004), a mídia radical alternativa se desenvolve em inúmeros sentidos, tornando-se essencial à democracia. Primeiro, ela dissemina o âmbito das informações e da reflexão sobre o discurso da mídia convencional. Segundo, ela torna-se mais maleável do que a mídia convencional, no que diz respeito às vozes dos excluídos. Terceiro e quarto, ela não precisa censurar-se aos interesses, pois a sua própria organização interna é mais democrática do que hierárquica.

Em sua leitura, Downing (2004) cita Freire para ressaltar que a possível democratização da mídia radical alternativa parte da noção de diálogo. Quando Freire enfatiza que “a alfabetização é uma forma de estender o poder ao público no centro do processo de comunicação as estruturas opressivas” (2004, p. 82).

### **3. A PARTICIPAÇÃO DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NA CIBERCULTURA**

Para chegar à cibercultura e a participação da comunicação comunitária, é preciso

---

<sup>7</sup> Argumentação que privilegia a prática de transformação da realidade em detrimento da atividade. Disponível em: <<http://www.espacomulher.com.br/ead/aula/ativismo.pdf>>. Acesso em: 21 de novembro de 2017.

compreender de que forma esse conceito se abrangeu. A convergência midiática, citada por Henry Jenkins (2009), é definida por transformações tecnológicas, que representam a transformação cultural, conforme as pessoas vão sendo incentivadas a buscar novas informações.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos [...] Graças à proliferação de canais e a portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência (JENKINS, 2009, p. 43).

Jenkins (2009, p. 30) aponta que “a expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação”, ou seja, ao invés das pessoas serem apenas produtores e consumidores de mídia, elas participam de modo interativo de acordo com as regras compostas. Ainda segundo Jenkins (2009), a convergência não acontece apenas por meio de aparelhos, mas também nos cérebros dos indivíduos e em suas “interações sociais com outros” (2009, p. 30).

A cultura da convergência é o encontro de velhas e novas mídias, “onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (2009, p. 343). Ou seja, a convergência é para ser futuro, mas está sendo moldada na atualidade.

Pierre Lévy (2003, p. 15) diz que “a cibercultura, expressa o surgimento de um novo universal”. É quando o conjunto de atitudes e valores se desenvolve junto ao ciberespaço, que é “o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” (2003, p. 17). Segundo Peruzzo (2010), com as novas tecnologias a comunicação comunitária passa a integrar novos canais e plataformas e ganha mais expressividade com a *Web 2.0*. Nesse cenário a comunicação comunitária passa por transformações: radioweb, webtv, blogs, vlogs e podcasts voltados para o meio social e comunitário.

Um exemplo que podemos citar dessa mudança é a rádio escola da Rede Cuca Barra, em Fortaleza-CE, em que os programas de rádio só tinham veiculação nas caixinhas sonoras espalhadas pelo equipamento. Hozana Arruda<sup>8</sup>, que era a técnica de rádio do equipamento, passou a interagir com esses novos formatos, veiculando os programas como

---

<sup>8</sup> Jornalista e supervisora de Comunicação Comunitária da Rede Cuca.



podcasts na plataforma SoundCloud<sup>9</sup>, com a intenção de dar visibilidade aos conteúdos produzidos pelos jovens comunicadores.

Atualmente, com o *boom* tecnológico, surgem novos atores nas redes sociais, que protagonizam o próprio conteúdo, tendo em vista sua liberdade de expressão. Essa manifestação da informação incorpora os meios digitais e interativos para criação de códigos que põem em suspensão a hierarquia (PERUZZO, 2010).

Peruzzo (2010, p. 6), cita Heim, que diz que “o ciberespaço constrói um mundo artificial ou representado, um mundo composto de informações que nossos sistemas produzem e que re-alimentamos”. Tendo em vista que o ciberespaço contempla o protagonismo popular nos processos de construção da cidadania - civil, política e cultural – nota-se fenômenos crescentes nesse sentido na rede social de relacionamentos Facebook, que atualmente possibilita reelaborar as informações.

Segundo Peruzzo (2008), o ciberespaço tem sido um lugar de expressão e interação das atividades que envolvem coletivos de resistências, ativistas, entre outros, que têm como propósito reivindicar indiretamente questões políticas e ideológicas impostas pela mídia massiva da indústria cultural<sup>10</sup>. A ideia atual do ciberespaço é permitir que os receptores da informação sejam também agentes emissores, explorando territórios comunicacionais a partir do advento da internet.

É importante frisar que a internet não exclui os outros meios, como rádio, TV e impresso, pois eles coexistem. Entretanto, o que promove as novas possibilidades são as criações e a coordenação dos ambientes alternativos, tendo como ponto de partida o ciberespaço.

#### **4. A INTERNET COMO INSTRUMENTO FUNCIONAL NOS COLETIVOS: MEDIATIVISMO**

A internet trouxe mudanças para a sociedade em geral, que tinha como fonte de informação apenas outras mídias. Raquel Recuero (2009, p. 24) aponta que dentre as mudanças ocorridas, a fundamental e significativa “é a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC)”.

---

<sup>9</sup> Plataforma online de publicação de áudio. Disponível em: <<https://soundcloud.com/>>. Acesso em: 24 de novembro de 2017.

<sup>10</sup> O termo foi desenvolvido pelos intelectuais da Escola de Frankfurt, em especial por Max Horkheimer (1895-1973) e Theodor Adorno (1903-1969). O termo é o fazer cultural e artístico sob a lógica da produção industrial capitalista. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/industria-cultural/>>. Acesso em: 21 de novembro de 2017.

Dessa forma, as ferramentas criadas na internet proporcionam atores que interagem e se comunicam com outros atores, gerando espaços de participação e falas construídas por esses, de forma a expor elementos de sua personalidade nas redes.

[...] há um processo permanente de construção e expressão de identidade por parte dos atores no ciberespaço. Um processo que perpassa não apenas as páginas pessoais, como fotologs e weblogs, nicknames em chats e a apropriação de espaços como os perfis em softwares [...]. Essas apropriações funcionam como uma presença do “eu” no ciberespaço, um espaço privado e, ao mesmo tempo, público. Essa individualização dessa expressão, de alguém “que fala” através desse espaço é que permite que as redes sociais sejam expressas na Internet (RECUERO, 2009, p. 26 -27).

Downing (2004, p. 270) diz que a internet “representa uma nova era para a mídia alternativa”. Com a finalidade de ser o palco de um universo público pelo qual a política torna-se participativa para indivíduos e coletivos independentes, que tenham “a chance de comunicar-se, com suas próprias vozes”.

A internet, como meio funcional aos coletivos, é o complemento ao ativismo social e de mídia. Segundo Downing (2004, p. 275), “os ativistas atuaram como repórteres ou documentaristas mediando as notícias e análise de fatos atuais e movimentos sociais”. Eles persistem na luta de proteger a liberdade de expressão constituída e os direitos humanos. Como um processo contínuo, a internet entende que envolve um lado corporativo e estatal e o outro utiliza a crítica e a liberdade.

Possivelmente, a comunicação poderia estar sob o controle da indústria quando,

[...] os produtores de mídia alternativa viram-se obrigados a buscar novos caminhos de comunicação, e a rápida expansão das redes de computadores com a finalidade de comunicação alternativa [...] enquanto o acesso ao rádio, à televisão são limitados, e os custos das chamadas telefônicas de longa distância e o fax proíbem interações prolongadas, as redes de computadores proporcionam meios novos e dinâmicos de organização e solidariedade popular (DOWNING, 2004, p. 272).

Nesses espaços, temos a ferramenta Facebook, que atualmente deixou de ser apenas uma rede de relacionamento, passando a absorver novas sistemáticas comunicacionais através das *fanpages*. Esse é o modo como alguns coletivos ou indivíduos obtêm um canal de divulgação dos conteúdos, de cunho crítico e relevante, sendo interativo, colaborativo e que descentralize os conteúdos hegemônicos. Raquel Recuero (2009, p.171) define a ferramenta:

O Facebook (originalmente thefacebook) foi um sistema criado pelo americano Mark Zuckerberg enquanto este era aluno de Harvard. A ideia era focar em alunos que estavam saindo do secundário (High School, nos Estados Unidos) e aqueles que estavam entrando na universidade. Lançado em 2004, o Facebook é hoje um dos sistemas com maior base de usuários no mundo. O foco inicial do Facebook era

criar uma rede de contatos em um momento crucial da vida [...] representa uma mudança de cidade e um espectro novo de relações sociais.

Em seguida, traremos para o estudo o coletivo criado por cinco jovens, que concilia com os traços decorrentes acima.

## 5. METODOLOGIA

Faremos um estudo de caso, que, segundo Mirian Goldenberg (2004, p. 33), “não é uma técnica específica, mas uma análise holística, a mais completa possível, que considera a unidade social estudada como um todo, seja um indivíduo, uma família, uma instituição ou uma comunidade, com o objetivo de compreendê-los em seus próprios termos”.

É através de uma pesquisa qualitativa, que segundo a autora (2004, p. 32) “a tradição metodológica qualitativa ao tentar ver o mundo através dos olhos dos atores sociais e dos sentidos que eles atribuem aos objetos e às ações sociais que desenvolvem”. Para tanto, tivemos como suporte entrevistas realizadas com os produtores independentes do coletivo Tentalize, composto por cinco jovens, entre 18 e 25 anos, que moram em bairros periféricos da Regional VI, em Fortaleza - CE. Lakatos e Marconi (2003, p. 196), definem a entrevista como “uma conversação efetuada face a face, de maneira metódica que proporciona ao entrevistado, verbalmente, a informação necessária, [...] tem como objetivo principal a obtenção de informações do entrevistado, sobre determinado assunto ou problema”.

Como embasamento teórico, trouxemos, nas pesquisas secundárias, autores clássicos, como Cicília Peruzzo (1998), Raquel Paiva e Muniz Sodré (2002) e John Downing (2004), os quais retratam comunicação popular, comunitária, mídia radical e midiativismo, de uma forma discursiva e ampla para o entendimento. Junto a estes, compomos com os autores Henry Jenkins (2009), Pierre Lévy (2003) e Raquel Recuero (2009) que conceituam a cibercultura, os novos formatos da comunicação no ciberespaço e a cultura participativa.

Através das entrevistas primárias, realizadas com o coletivo, em grupo e individualmente, junto ao acompanhamento das produções e postagens nas redes sociais, queremos compreender de que forma a comunicação pode ser visada e trabalhada para que tenhamos a contribuição da sociedade. Queremos também entender como eles, enquanto produtores independentes, distribuíram os conteúdos na sociedade e na internet, possibilitando, como meio possível, transparente e alternativo, as informações com a participação direta e indireta da comunidade.

O estudo parte do pressuposto de como funcionam as produções em audiovisual

do Tentalize e busca indicar qual a intenção de trazer a visibilidade do território em que vivem, diferenciado do olhar peculiar e persuasivo que a mídia massiva propõe. E como reconhecer os perfis nas redes sociais Facebook e Instagram como canal de divulgação, no qual acontece uma comunicação alternativa, disposta à comunidade. O coletivo tem como base o midiativismo nas produções, quando o seu movimento social de mídia independente, através da internet, contrapõe a narrativa dos outros veículos.

Iremos observar duas frentes: a linguagem documental, por meio das produções, e a educacional, através do Projeto Cinema de Bolso. A partir daí, buscamos apresentar se há possibilidades de descentralização da informação, através das novas ferramentas de comunicação, e de que forma o grupo impacta o contexto social da informação na periferia.

## 6. CASO TENTALIZE

O coletivo Tentalize Audiovisual<sup>11</sup> surgiu a partir das ocupações que aconteceram em março de 2015, na escola Aldaci Barbosa, localizada no bairro Palmeiras, em Fortaleza - CE. Essas ocupações ocorreram em outros vinte e dois estados do Brasil e eram a luta dos estudantes secundaristas que ocuparam as escolas públicas em busca de reivindicar seus direitos à educação.<sup>12</sup>

Ao presenciar a indignação dos alunos de ter os direitos à educação violados pelo governo, os jovens considerados ativistas, Léo Silva<sup>13</sup> e Thiago Pereira<sup>14</sup>, pensaram em documentar o fato. A partir daí, surgiu o interesse de ambos em montar um coletivo audiovisual, com base nas produções midiativistas e alternativas de baixo custo. “Não era só registrar, é trabalhar pautas que são importantes para a periferia”, destaca Thiago. Os idealizadores do coletivo, já tinham um conhecimento básico, pois fizeram formação em fotografia e audiovisual na Rede Cuca<sup>15</sup>, localizada em Fortaleza.

---

<sup>11</sup> O nome Tentalize nasce da junção da palavra “Tentar” e “Equalizar” com o objetivo de produzir conteúdos audiovisuais junto às dificuldades da periferia e produz de forma independente, para que a informação chegue a todos. Disponível em: <<https://www.facebook.com/tentalizadores/>>. Acesso em: 18 de novembro de 2017.

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/escolas-ocupadas/noticia/2015/12/ocupacoes-atos-e-polemicas-veja-historico-da-reorganizacao-escolar.html>>. Acesso em: 23 de novembro de 2017.

<sup>13</sup> Ativista, escritor, poeta, fotógrafo, *filmmaker* e idealizador do coletivo Tentalize Audiovisual. Teve suas poesias publicadas no livro “Poetas de Lugar Nenhum - Sarau da B1” e suas crônicas lançadas no livro “Vozes do Jangu”. Disponível em: <<https://escamandro.wordpress.com/2017/08/05/leo-silva/>>. Acesso: 20 de novembro de 2017.

<sup>14</sup> Vídeo-ativista, cinegrafista, diretor e roteirista do coletivo Tentalize Audiovisual.

<sup>15</sup> Equipamento de Políticas Públicas de Juventude (Centro Urbano de Cultura, Arte, Ciência e Esporte). Disponível em: <<https://www.facebook.com/redecuca/>>. Acesso em: 20 de novembro de 2017.

A necessidade de criar o coletivo é para dar voz e vez aos sujeitos invisíveis, acompanhar o dia a dia das periferias e mostrar espaços que a mídia tradicional, em sua maioria, retrata como índice de violência. Mas indo de encontro a este pensamento, Thiago aponta que “na periferia temos arte, esporte e lazer, não apenas a violência”. Isso estabelece entre os meios “uma forma de resistência”, afirma Lucianna Silveira<sup>16</sup>.

O coletivo é composto por cinco jovens, dos quais apenas um está se graduando na área da comunicação. No dia a dia, eles produzem de forma livre, e a linha editorial é a realidade em que eles vivem. Nos primeiros processos de produção do coletivo, os jovens não tinham equipamentos para as gravações. Criando parcerias com outros coletivos de Fortaleza, como o Coletivo Nigéria<sup>17</sup> e a Rede Rocheda<sup>18</sup>, os integrantes do Tentalize produziam os conteúdos com equipamentos emprestados dos coletivos e da Rede Cuca. Em julho de 2017, o coletivo é contemplado no Edital Ação Jovem<sup>19</sup>, para produzir, gravar, editar e exibir o documentário “Rotinas”. Após a contemplação no edital, eles puderam desenvolver os conteúdos com mais êxito.

Os bairros Palmeiras e João Paulo, junto ao conjunto São Cristóvão, são locais de Fortaleza - CE. Os produtores independentes do Tentalize, além do convívio nesses locais, desenvolveram uma relação de amor pelo território e pelas pessoas que moram no lugar. A ideia de informar a população sobre o que se passa, buscando o gancho de reivindicação dos direitos aos governantes, é o que reflete em uma comunidade mais viva. Como na fala de Cicília Peruzzo (1998), a comunicação popular se torna o eixo de luta do povo e que John Downing (2004) diz que a forma radical de produzir esta comunicação, surta efeito.

Nas comunidades, segundo os próprios idealizadores do coletivo “a periferia é um universo de coisas boas”. O lado negativo, emitido por algumas emissoras, proporciona aos telespectadores o senso comum do que se passa na periferia. Como aponta Lucianna, “a base do midiativismo é essa mídia radical que foge do tradicional, dos conceitos e padrões que a mídia de massa nos impõem”.

Os produtos realizados pelo Tentalize são documentários e quadros dinâmicos, segundo Léo Silva, “as pessoas narram, a gente só registra. É uma forma de eles serem os protagonistas da própria história”. O impacto que eles trazem para o seu território é “um

---

<sup>16</sup> Estudante de Jornalismo e integrante do coletivo Tentalize Audiovisual atua nas produções dos documentários e dá aulas no Projeto Cinema de Bolso.

<sup>17</sup> Coletivo audiovisual que produz comunicação independente. Disponível em: <<http://www.nigeriafilmes.com/>>. Acesso em: 22 de novembro de 2017.

<sup>18</sup> Rap de rua que produz longas metragens. Produção coletiva com outros coletivos de Fortaleza, CE.

<sup>19</sup> Projeto realizado pela Prefeitura de Fortaleza em parceria com a Rede Cuca para dar oportunidades aos jovens de ampliarem seus respectivos projetos e receber uma ajuda financeira para custeio das ações realizadas.

trabalho de formiguinha”, segundo Lucianna, pois a percepção da sociedade consumista da informação é a periferia como um espaço ruim. Eles, porém, narram as histórias das pessoas da comunidade, como da “Tia do Caldo” e do “Tio do Churrasco”, personagens do documentário “Rotinas”, que após assistirem ao documentário, se sentem percebidos, como dona Leonora<sup>20</sup> analisa, “poxa, eu não tô passando num Barra Pesada<sup>21</sup> da vida, eu tô mostrando o meu trabalho aos meninos” (sic).

É um coletivo que vem do bairro Jangurussu<sup>22</sup>, disposto a contextualizar os olhares sensíveis dos moradores de forma alternativa, levantando questões de direitos humanos e de direito à informação.

Adiante, iremos visualizar o processo das produções do coletivo e de que forma surgem os contextos, seguindo as frentes documental e educacional.

## 6.1 Documental

A rotina de produção e gravação do grupo é intensa, muitos dos vídeos documentais gravados estão engavetados. O atual documentário exibido é o “Rotinas”, que mostra o cotidiano das pessoas, como vivem o seu dia a dia e sua ferramenta de sustento. Além do documentário, o grupo produz quadros dinâmicos, como o “Jardim das Ideias” e o “Papo Crespo”, que buscam, na fala da juventude, debater temas de relevância contidos na sociedade como: feminismo, racismo, empregabilidade, entre outros.



Imagem 1 – Sr. Luís, personagem do documentário “Rotinas”.  
Foto: Léo Silva.



Imagem 2 - Gravação do quadro Papo Crespo.  
Foto: Lucianna Silveira.

<sup>20</sup> Personagem do documentário “Rotinas”.

<sup>21</sup> Programa de TV com abordagem policiaesca.

<sup>22</sup> Bairro com alto índice de violência, em 2017. Disponível em:

<<https://www.opovo.com.br/jornal/cotidiano/2017/10/jangurussu-e-o-bairro-onde-mais-se-morre-em-fortaleza.html>>. Acesso em: 25 de novembro de 2017.

Para a distribuição dos conteúdos, os jovens utilizam uma cultura participativa, através do ciberespaço, já que as redes sociais são o meio de acesso mais rápido e fácil de propagar os conteúdos, isso visto por Henry Jenkins (2009) e Pierre Lévy (2003). Atualmente, a *fanpage* do coletivo possui cerca de 1.726 seguidores, com mais de 1.700 curtidas. Os recursos são escassos, o único meio viável e funcional é a internet, no entanto, nem toda a comunidade é apta ao acesso.

Não dependendo apenas da internet como canal de divulgação, o coletivo, em parceria com a Rede Cuca, apresentou o lançamento do documentário “Rotinas” no cinema do Cuca Jangurussu, no dia 23 de agosto de 2017, e dias depois na praça do Jangurussu. Outras exhibições aconteceram na Universidade Federal do Ceará e no município de Parajuru<sup>23</sup>. Das quatro exhibições, duas tiveram debates sobre o retrato da periferia e a percepção dos próprios personagens ao assistirem o documentário.



Imagem 3 - Exibição do documentário “Rotinas”.  
Fonte: Tentalize.

---

<sup>23</sup> Uma vila de pescadores localizada no litoral leste cearense, a 120 km da cidade de Fortaleza.





Imagem 4 - *Fanpage* do coletivo Tentalize no Facebook.  
Fonte: reprodução.

## 6.2 Educacional

O Projeto Cinema de Bolso surgiu através de uma parceria com o Cine Cururu<sup>24</sup>, que ganhou o Edital BrasilFoudation<sup>25</sup> em maio de 2017, chamado “Outras Paradas”, onde o título do projeto era “Projetando com a Periferia”. Dentro da proposta do Cine Cururu, os oficinairos do Cinema de Bolso desenvolveram o projeto com mais êxito em julho de 2017, trazendo como objetivo repassar os conhecimentos em audiovisual para a comunidade. O método utilizado durante as oficinas era uma dinâmica com o uso de cartazes para construção do roteiro, além do uso de ferramentas, como celulares e máquinas fotográficas semiprofissionais, para a produção dos vídeos.



Imagem 5 - Projeto Cinema de Bolso. Oficina no bairro Palmeiras.  
Foto: Lucianna Silveira.

<sup>24</sup> Grupo de audiovisual independente em Fortaleza, CE. A proposta é fazer exibições socioeducativas próximo às lagoas da cidade, com o objetivo de levar cinema e cultura para as regiões periféricas. Disponível em: <<https://www.facebook.com/cinecururu/>>. Acesso em: 24 de novembro 2017.

<sup>25</sup> A BrasilFoudation mobiliza recursos para ideias e ações. Disponível em: <<https://brazilfoundation.org/?lang=pt-br>>. Acesso em: 24 de novembro de 2017.



O recorte dentro das comunidades é estimular os alunos, com faixa etária diferentes, a fazer comunicação com poucos recursos. Como Thiago, que ministra a oficina, diz “a periferia produz, é uma construção de ideias feitas sem querer, mas com a intenção de politizar tudo em volta”. Este fator é retratado na fala de Freire, citado por Downing (2004), no segundo tópico, quando a sociedade é alfabetizada com as informações.

Isso parece gerar um efeito benéfico à periferia, pois mais coletivos e “cabeças pensantes” podem construir uma narrativa local, contando histórias de onde residem. O projeto já atuou nos bairros Palmeiras e João Paulo e nos municípios de Acarape e Parajuru, sempre com a proposta de fazer comunicação alternativa. “Não é fácil produzir arte, às vezes não temos apoio, mas vale a pena quando as pessoas se juntam com a mesma ideia e realizam o trabalho de forma independente”, aponta Lucianna.

A forma como são atribuídos as formações e os conteúdos para esse público, percebe a importância e impacto que gera dentro das comunidades.

## **7. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Consideramos então que há possibilidades de descentralizar a informação, através de uma comunicação alternativa, porém não é uma tarefa fácil, nem rápida. O coletivo Tentalize recorre à Rede Cuca, por ser um espaço de formação e protagonismo juvenil, e, além disso, por ser o lugar onde eles iniciaram suas formações em audiovisual. Eles também encontram o apoio dos outros coletivos de Fortaleza para desempenhar seu trabalho, entretanto, assim como muitos dos coletivos independentes, eles se deparam com dificuldades em ter o apoio de alguns órgãos públicos.

Trabalhar de forma independente é desafiador, principalmente pela falta de recursos, mas é de grande valia para esses jovens, porque eles adquirem experiência e conhecimento. Para tanto, retratam, de fato, o dia a dia da periferia, do lugar onde eles vivem, excluindo cinquenta por cento do que a mídia massiva mostra sobre a violência que existe, já que, na realidade, a proposta é dar visibilidade às histórias de vida das pessoas.

Para a mídia tradicional, dentro da periferia, o que interessa é o fator relevante e que chame atenção naquele exato momento, como: um acidente, um assalto, morte, pobreza, entre outras realidades negativas que a comunidade vive. Mas o que o coletivo Tentalize apresenta é a esperança que existe nas comunidades, é a juventude viva que participa, que merece ter espaço e merece ser ouvida.

A ideia de montar o coletivo, por mais complicada que seja, por diversos fatores,

trouxe o reconhecimento, pois o que eles estão produzindo está tendo resultado. Essa é a ideia de comunicação do povo, quando se faz uma mídia radical através de produções e formações que os jovens do coletivo, por livre e espontânea vontade, compartilham com a comunidade, tendo como propósito serem multiplicadores dessa juventude que gosta de produzir e desempenhar os conteúdos de forma livre.

É isso que traz impactos ao contexto social da informação dentro das periferias, quando o Tentalize constrói aos poucos essa democratização, como sujeitos e como comunidade que tem seus direitos nos espaços.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W, HORKHEIMER, Max. **A dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.

DELIBERADOR, L.M.Y; LOPES, M.F. **A comunicação comunitária na contramão da cidadania**: o caso da Rádio São Francisco FM. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 10., 2009, Blumenau. **Anais...** Blumenau: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-0928-1.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2017.

DOWNING, John. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac, 2004.

FEDERAÇÃO ANARQUISTA DO RIO DE JANEIRO. Disponível em: <<https://anarquismorj.wordpress.com/>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. 8 ed. São Paulo: Ed. Record, 2004.

INDÚSTRIA cultural. Toda matéria. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/industria-cultural/>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

JANGURUSSU é o bairro onde mais se morre em Fortaleza. **O Povo**, Fortaleza, 11 nov. 2017. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/jornal/cotidiano/2017/10/jangurussu-e-o-bairro-onde-mais-se-morre-em-fortaleza.html>. Acesso em: 25 nov. 2017.

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

LAKATOS, E.; MARCONI, M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Ed. Atlas [S.A.], 2003.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2003.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2003.

MEMÓRIAS da ditadura. Comissão Nacional da Verdade. Disponível em: <

<http://memoriasdaditadura.org.br>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

O QUE é ativismo?. Disponível em: <  
<http://www.espacomulher.com.br/ead/aula/ativismo.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal. **Anais...** Natal: Intercom, 2008. Disponível em: < <http://www.inpecc.pro.br/media/uploads/pesquisas/r3-0716-1.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2017.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Desafios da comunicação popular, comunitária e alternativa na cibercultur@: aproximação à proposta de comunidade emergente de conhecimento local**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: Intercom, 2010. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3359-1.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. **Anais...** Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: < <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2017.

QUANTO vale ou é por quilo?. Direção: Sérgio Bianchi. Produção: Sérgio Bianchi. [S.l.]: Europa Filmes, 2005. 1 DVD (107 minutos).

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2017.

SODRÉ, M.; PAIVA, R. **O sequestro da fala comunitária**. [S.l.], 2008. Disponível em: <[https://leccufrj.files.wordpress.com/2008/10/paiva\\_sequestro\\_da\\_fala.pdf](https://leccufrj.files.wordpress.com/2008/10/paiva_sequestro_da_fala.pdf)>. Acesso em: 10 set. 2017.

TEORIA crítica - estudos importantes: "Dialética do Esclarecimento" e indústria cultural. [S.l.]: UOL Educação, 2009. Disponível em: <<https://educacao.uol.com.br/disciplinas/sociologia/teoria-critica---estudos-importantes-dialetica-do-esclarecimento-e-industria-cultural.htm>>. Acesso em: 25 nov. 2017.