

Comunicação estratégica em movimentos culturais insurgentes: apontamentos sobre o contexto de plataformização¹

Claudiane CARVALHO²

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA.

Resumo

Este texto propõe refletir sobre o papel da comunicação estratégica na gestão de movimentos culturais insurgentes em contexto de plataformização, a fim garantir o tripé “simbólico – cidadania – economia” no campo cultural. Baseado em revisão de literatura de caráter crítico-analítico, o artigo divide-se em dois movimentos reflexivos: 1) sobre a comunicação estratégica em movimentos culturais; e 2) sobre os desafios impostos pelo contexto de plataformização. Aliado à luta por regulação e maior transparência nas operações das plataformas, o uso de *softwares* livres desponta como possibilidade.

Palavras-chave: comunicação estratégica; movimentos culturais insurgentes; plataformização.

Introdução

Para Albuquerque Jr. (2009), uma gestão democrática da cultura contempla a pluralidade das manifestações culturais e abre espaço aos seus múltiplos agentes. Em outros termos, os conflitos que atravessam o social devem ser explicitados nas atividades culturais. Rubim (2019) destaca que a promoção de condições para tais expressões é um dos maiores desafios do campo, o qual pode ser minimizado com a gestão estratégica de comunicação, pautada em pesquisa e escuta (Sampaio, 2019).

Essa reflexão estimula o debate sobre o papel da comunicação estratégica na garantia do tripé “simbólico – cidadania – economia” no campo cultural (Calabre, 2010), especialmente em um contexto que a ambiência midiática transforma a sociedade e a cultura, alterando relações, práticas e discursividades (Couldry; Hepp, 2018).

¹ Trabalho apresentado na Sessão Temática Discursos, Identidades e Relações de Poder, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Docente da Universidade Federal da Bahia (UFBA), e-mail: claudianecarvalho.29@gmail.com.

Se ampliamos a noção de cultura para além das artes, é possível compreendê-la como uma rede de significações que engendra um sentido comum e é tecida no jogo dialético entre estabilização e mudança (Geertz, 1989; Albuquerque Jr., 2009). Por esse prisma, emerge o seu caráter público, de arranjos entre identidade e identificação, que conforma a cidadania. Atualmente, o tema é abordado por diferentes facetas pela Agenda 2030 da ONU e, também, por suas versões territorializadas, como “Guia Agenda 2030: integrando ODS, educação e sociedade” (Cabral, Gehre, 2020)³.

Cabral e Gehre (2022) observam a importância de incluir os campos da cultura e da comunicação como duas dimensões centrais para sensibilizar, educar, relatar e inspirar a transformação social, abrindo espaço para temas e grupos sociais invisíveis. Nessa direção, pode-se entender a cultura como portadora de direitos (Bhabha, 1998) e a insurgência como a luta pela vida cotidiana digna, a luta pela cidadania (Holston, 2013).

Para tratar do tema proposto, este texto será dividido em dois momentos, a saber: 1) Comunicação estratégica e planejamento de comunicação em espaços e movimentos culturais insurgentes; e 2) Plataformização social e movimentos culturais insurgentes.

Comunicação estratégica e planejamento de comunicação

Para abordar a comunicação estratégica em movimentos culturais, é preciso tratá-los como espaços comunicacionais aptos a configurar padrões de co-criação, gerando conversação e ativando processos de colaboração. Em outros termos, rompe-se com a perspectiva linear da comunicação como transmissão para contemplá-la como ambiente gerador de práticas, relações e construção de saberes. Essa perspectiva converge para a Nova Teoria Estratégica (Pérez, Massoni, 2009; Pérez, 2018) que pode nortear os métodos e técnicas para elaboração do planejamento de comunicação.

³ Com a proposta de fazer uma leitura “decolonial” da Agenda Global 2030, pesquisadores da UnB (Universidade de Brasília) e da Unesp (Universidade Estadual de São Paulo) lançaram o “Guia Agenda 2030: integrando ODS, educação e sociedade” (Cabral, Gehre, 2020), que apresenta três novos ODS: ODS 18: Igualdade Racial; ODS 19: Cultura, Artes e Comunicação; e ODS 20: Direitos dos Povos Originários e Comunidades Tradicionais.

De acordo com Echenique (2022), o planejamento desenvolvido nesses termos trata a comunicação como um espaço de desenho e gestão de significados, construção de relacionamento e compreensão. Assim, são esboçados cenários dialogantes que produzem conhecimento para a transformação social. No entanto, isso ocorre em um contexto revolucionado pela chamada plataformização da cultura – escossistema no qual as diferentes instituições e atores do campo cultural negociam com as gramáticas de produção e fluxos de circulação das plataformas e enfrentam a urgência de lidar com públicos que têm acesso aos meios de produção ou, no mínimo, difusão de conteúdos (Van Dijck et al, 2018).

Nessa ambiência midiática, ao lançarem sites, blogs e perfis em diferentes plataformas sociais, espaços e movimentos culturais também se conformam como organizações de mídia (Saad, 2016), disputando a atenção dos públicos e a agenda pública em uma conjuntura, na qual a curadoria dos conteúdos é feita por inteligência artificial – os algoritmos⁴.

Plataformização social e movimentos culturais insurgentes

Em face do fenômeno da plataformização, é preciso considerar os conflitos e desajustes entre os interesses políticos e sociais que estimulam os movimentos contra-hegemônicos e os interesses econômicos que sustentam as plataformas. Nessa visada, Carlos Figueiredo (2020), a partir da economia política da comunicação, defende que a gestão da comunicação dos movimentos numa ambiência plataformizada precisa enfrentar três desafios, a saber: vigilância, mobilização e propriedade das plataformas.

Figueiredo (2020) considera que os movimentos culturais precisam atuar para mobilizar, distribuir informação contra-hegemônica e criar repertórios de protesto, constituindo as “redes de solidariedade”, em oposição às “redes estratégicas” do Estado e do mercado. Assim, sugere-se que os conteúdos informativos sejam produzidos para um raio de ação menor, fortalecendo as deliberações locais e criando

⁴ Operações matemáticas previamente programadas para selecionar, hierarquizar, distribuir conteúdos etc, os algoritmos têm sua performance aprimorada por meio da datificação. Para Mayer-Schoenberger e Cukier (2013), a datificação é a transformação da ação social nas redes em dados quantificados, assentindo, assim, monitoramento em tempo real e análise preditiva.

vários nós numa estrutura rizomática, dificultando a vigilância. Todavia, não se pode desconsiderar o caráter mobilizador e multifacetado das plataformas de redes sociais, que dá visibilidade a movimentos e a protestos, permitindo que as informações cheguem a quem se identifica com a causa.

Para Peruzzo (2022), as plataformas de redes sociais constituem canais de informação, ambientes comunicacionais, pontos de encontro em rede, além de comunidades, que facilitam a interação entre as pessoas e as ações conjugadas. No entanto, os encontros presenciais e as ocupações dos espaços na cidade e/ou no campo são essenciais ao fortalecimento dos laços.

A democratização da comunicação, por sua vez, esbarra na propriedade privada das plataformas de redes sociais, cuja lógica algorítmica é considerada segredo industrial. Sabemos que a mediação algorítmica faz uma espécie de curadoria dos conteúdos que é circulado nas redes, mediante arranjos opacos e desconhecidos. Todavia, Van Dijck et al (2018) ponderam que as conexões entre plataformas, organizações e usuários não são lineares, mas complexas e reiterativas – a performance dos algoritmos também é determinada pelo comportamento das pessoas nas redes, por robôs, bots etc. Nessa seara, a luta deve ser por regulação das plataformas, maior transparência nas políticas de privacidade e nas operações realizadas pelos algoritmos (Van Dijck et al, 2018) e, também, por investimento em alfabetização transmídia, na qual os sujeitos são interpelados como prosumidores.

Enquanto essas lutas estão em curso e os resultados não são visíveis, o uso de softwares livres (Reis; Natansohn, 2022) consiste em um recurso à conquista do tripé “simbólico – cidadania – economia” no campo da cultura. Além disso, pode ser uma linha de fuga à sociedade incivil, descrita por Muniz Sodré (2021). Segundo o pesquisador, na rede, há cidades sem cidadania, emergindo o *bios virtual*, um ordenamento humano regido globalmente por tecnologias da comunicação.

Referências

ALBUQUERQUE JR., D. M. Gestão ou gestação pública da Cultura: algumas reflexões sobre o papel do Estado na produção cultural contemporânea. In.: Rubim, A; BARBALHO, A. (Org.) **Políticas Culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.

BHABHA, Homi, K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

- CABRAL, Raquel; GEHRE, Thiago (org.). **Guia Agenda 2030**: integrando ODS, educação e sociedade. São Paulo: Unesp; Brasília, DF: UnB, 2020.
- CALABRE, Lia. (Org.). **Políticas culturais**: reflexões sobre gestão, processos participativos e desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2010.
- COULDRY, N.; HEPP, A. **The Mediated Construction of Reality**. Cambridge, UK: Polity Press, 2017.
- ECHENIQUE, R. H. Comunicação, Agenda 2030 da ONU e Organizações. **Organicom**, [S. l.], v. 19, n. 39, p. 131-144, 2022. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2022.198084. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/198084>. Acesso em: 9 mar. 2023.
- GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- HOLSTON, James. **Cidadania Insurgente**: Disjunções da democracia e da modernidade no Brasil. São Paulo: Companhia das letras, 2013.
- KUNSCH, M K.; KUNSCH, Waldemar (orgs). **Relações públicas comunitárias**. A comunicação de uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.
- NATANSOHN, G.; REIS, J. Do ciberfeminismo ao hackefeminismos. IN.: NATANSOHN, G. (org). **Ciberfeminismos 3.0**. Covilhã, Portugal: Labcom, 2021.
- PÉREZ, Rafael Alberto; MASSONI, Sandra. **Hacia una teoría general de la estrategia**: el cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones. Barcelona: Ariel, 2009.
- PÉREZ, Rafael Alberto. **Estrategar. Vivir la estrategia**. Buenos Aires: Universidad Lomas de Zamora, 2018.
- PERUZZO, C. **Pedagogia da comunicação popular e comunitária nos movimentos sociais**. Porto Alegre, Sulina: 2022.
- RUBIM, A. A. C.(org) **Gestão Cultural**. Salvador: Edufba, 2019.
- SAAD CORRÊA, E. A comunicação na sociedade digitalizada: desafios para as sociedades contemporâneas. In.: KUNSCH, M. K. (org.) **Comunicação organizacional estratégica**. São Paulo: Summus, 2016, p. 59-76.
- SAMPAIO, A. Gestão estratégica da cultura e da comunicação integrada. In. RUBIM, A. A. C.(org) **Gestão Cultural**. Salvador: Edufba, 2019.
- SODRÉ, Muniz. **A sociedade incivil**: mídia, iliberalismo e finanças. 1. ed. São Paulo: Vozes, 2021.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. C. 2018. **The platform society**: public values in a connected world. New York: Oxford University Press, 2018. 240p.