

Usos da mídia e reconhecimento social da classe média das ecovilas

VENEZA MAYORA RONSINI

*Universidade Federal de Santa Maria,
Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil*

ID 2536

Recebido em
12/07/2021

Aceito em
11/10/2022

Este artigo discute os usos da mídia entre segmentos da classe média urbana brasileira moradora de ecovilas localizadas na zona rural. Com base em dados etnográficos e perfis sociológicos individuais, argumentamos sobre a busca de reconhecimento social através de novas formas de trabalhar e consumir. Os resultados refletem sobre em que medida este fenômeno se relaciona com tendências globais como a globalização cultural, o comunalismo e o individualismo contemporâneo. A aspiração ao reconhecimento e sua negação institucionalizada pelo sistema capitalista geraram sofrimento nas trajetórias pessoais e a apropriação dos modelos culturais do individualismo e do comunalismo como orientação moral.

Palavras-chave: Usos da mídia. Classe média. Reconhecimento social. Ecovilas.

Media Uses and Social Recognition of the Middle Class in Ecovillages

This article discusses the uses of media among segments of the Brazilian urban middle class living in rural ecovillages. Based on ethnographic data and individual sociological profiles, we argue about the search for social recognition through new ways of working and consuming. The results reflect the extent to which this phenomenon is related to global trends such as cultural globalization, communalism and contemporary individualism. The aspiration to recognition and its denial institutionalized by the capitalist system generated suffering in personal trajectories and the appropriation of cultural models of individualism and communalism as a moral orientation.

Keywords: Media uses. Middle class. Social recognition. Ecovillages

Usos de los medios de comunicación y reconocimiento social de la clase media de las ecoaldeas

Éste artículo analiza los usos de los medios de comunicación entre segmentos de la clase media urbana brasileña que vive en ecoaldeas rurales. A partir de datos etnográficos y perfiles sociológicos individuales, argumentamos sobre la búsqueda del reconocimiento social a través de nuevas formas de trabajar y consumir. Los resultados reflejan hasta qué punto este fenómeno se relaciona con tendencias globales como la globalización cultural, el comunalismo y el individualismo contemporáneo. La aspiración al reconocimiento y su negación institucionalizada por el sistema capitalista generó sufrimiento en las trayectorias personales y la apropiación de modelos culturales de individualismo y comunalismo como orientación moral.

Palabras clave: Usos de los medios de comunicación. Clase media. Reconocimiento social. Ecoaldeas.

Veneza Mayora **RONSINI**

Doutora pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Professora do Departamento de Comunicação/Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, Bolsista PQ2/CNPq e professora visitante na Loughborough University London com bolsa CAPES-PrInt. Coordenadora do grupo de pesquisa Usos Sociais da Mídia (CNPq).

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil.

E-mail: venezar@gmail.com

ORCID



Introdução

As ecovilas no Brasil são comunidades intencionais que se autodefinem pela tentativa deliberada de alcançar um estilo de vida cuja meta é integrar quatro características da sustentabilidade (BELLEZE *et al.*, 2017; DIAS, 2018; ROYSEN, 2018): a ambiental, a social-comunitária, a econômica e a cultural-espiritual. As ecovilas sediadas em ambientes rurais, objeto deste estudo, são conhecidas nas mídias digitais pela promoção de seu estilo de vida e dos serviços ou produtos que as sustentam financeiramente.

A partir de dados empíricos, a contribuição deste texto é discutir, teoricamente, os usos regulados da mídia em comunidades intencionais formadas por indivíduos de diferentes gerações, com origem na classe média urbana que foge da precarização do trabalho assalariado e é atormentada por uma crise de reprodução (ANTUNES, 1999; POCHMANN *et al.*, 2006). Tais comunidades são movidas por uma visão crítica do modo de vida no capitalismo em nome de valores éticos que interpretamos como associados ao trabalho e ao consumo – na qualidade de dimensões ontológicas da vida cotidiana e que podem ser “autodeterminadas” (ROSENFELD; MELLO; CORRÊA, 2015, p. 680) dentro dos limites impostos pelo modo de produção. A categoria “vida boa” de Axel Honneth (2017) é adotada porque parece explicar teoricamente a busca da classe média por um novo estilo de vida.

Por um lado, no caso brasileiro, observamos que a apropriação de mídias tradicionais e digitais é uma das bases para a decisão da busca por uma “vida boa”, na qual os bens são distribuídos de forma igualitária, os indivíduos são reconhecidos e moralmente respeitados. Por outro, a propagação dos ideais de sustentabilidade nas plataformas sociais é um recurso para a manutenção econômica das comunidades intencionais no mundo inteiro. As práticas relacionadas à mídia são fundamentais para a formação e a resiliência do modo de vida caracterizado pelos informantes como “alternativo”, o qual cumpre a função de enfrentar a redução das chances de autorrealização subjetiva e profissional.

Apesar da ambiguidade do conceito de “classe”, que tem três significados possíveis – ator político, grupo identitário ou grupo de interesse (GUIMARÃES, 2008, p. 44) –, ele permanece vital para compreender as mudanças na clássica luta de classes baseada em exploração e injustiça social. Em relação à classe média das ecovilas, a hipótese sobre a dimensão classista do fenômeno é a de que o conflito clássico de classes baseado na exploração e na injustiça social, enfrentado na luta política, é deslocado, tanto para orientações culturais (EDER, 2002) – a constituição de uma identidade em torno do conceito de “vida boa” – quanto para a posse coletiva dos meios (instrumentos e matérias-primas) destinados à produção de bens para autoconsumo ou à venda no mercado.

As lutas por redistribuição (classe) e reconhecimento (demandas culturais e identitárias), tematizadas por Fraser (2007) e Honneth (2007), permitem situar o conflito de classe que envolve a classe média. Em nossa interpretação do fenômeno das comunidades ecologicamente sustentáveis de classe média, elas emergem como parte de uma crise de reprodução econômica-social de frações intelectualizadas que altera seu modo de vida e sua identidade. Temos, por isso, um duplo conflito: primeiro, um conflito de classe assentado na insatisfação com a renda (exploração) e em sentimentos de alienação no trabalho; segundo, um conflito baseado na falta de reconhecimento ou no reconhecimento parcial com o modo de vida anterior. Mesmo que não possamos caracterizar o primeiro como uma luta por justiça distributiva, ele envolve a distribuição econômica desigual e as dificuldades que a classe média encontra para se reconhecer como um grupo socialmente relevante em razão da sua desidentificação com posições ocupacionais cidadinas.

Os estudos sobre ecovilas (DIAS, 2018; ROYSEN; MERTENS, 2017; SAMPAIO, 2013) e a observação empírica sugerem uma troca de saberes e parcerias com camponeses (assentados da Reforma Agrária, agricultores familiares), quilombolas e/ou comunidades indígenas na organização de eventos culturais e feiras agroecológicas – onde se comercializa produtos agrícolas, alimentos, artigos de cosmética natural e artesa-

nato. Deste modo, estar na zona rural parece levar a uma aproximação com grupos rurais subalternos e com uma clientela urbana. Esta é informada, via plataformas digitais, sobre a existência de trabalho voluntário e a possibilidade de imersão no estilo de vida das comunidades rurais. Para os visitantes, o propósito da imersão é variado e inclui ecoturismo, temporada de recuperação da saúde, estágio durante a universidade ou desenvolvimento de novas habilidades profissionais.

A primeira parte deste artigo reflete sobre a importância de se estudar o consumo de meios e bens para entender a posição da classe média na sociedade brasileira, bem como os desafios econômicos que ela enfrenta para manter seu novo estilo de vida e obter o reconhecimento esperado. Na segunda seção, são apresentados os métodos que fundamentam a investigação. Na terceira parte, examina-se, à luz do fenômeno da globalização cultural, as relações entre a mídia e seu uso potencial para a comunicação e a cooperação. Na quarta parte, baseados em dados etnográficos e perfis sociológicos individuais, discutimos a mídia como parte de uma esfera de reconhecimento biaxial: a mídia como base para a decisão de buscar a “vida boa” e a produção em plataformas on-line como um recurso para a manutenção econômica e simbólica das comunidades intencionais. Terminamos este artigo produzindo observações sobre a conexão entre todos os eixos analíticos apresentados ao longo do estudo.

Consumo e desigualdade de classe no Brasil contemporâneo

O consumo como expressão da cultura refere-se ao desenvolvimento de produção simbólica por profissionais de mídia e sua capacidade de modelar a vida diária (FEATHERSTONE, 1997). A acepção mais restrita de consumo diz respeito à sua função moral na constituição dos estilos de vida das classes sociais. Tal como é o caso singular da classe média das ecovilas, que se opõe ao consumo excessivo de bens materiais como parte da formação da identidade que valoriza e redefine o modo simples associado à vida rural (MEIJERING; HUIGEN; VAN HOVEN, 2007). Identidade que se origina de heteróclita configuração formada por argumentos científicos e midiáticos sobre a decadência civilizatória e a crise ambiental, pelo impacto da crise econômica, da desigualdade de classe e do mal-estar subjetivo.

Para tratar das associações entre consumo e classe social, a abordagem deste estudo se alinha com diferentes correntes dos Estudos Culturais Latino-americanos e brasileiros que contemplam o uso social e cultural da mídia (GARCÍA CANCLINI, 2004; LOPES, 2018; MARTÍN-BARBERO, 1987; 2010; RONSINI, 2012; 2014) e também dialoga com o debate dos Estudos Culturais Britânicos (COULDRY, 2012; MORLEY, 2008; SILVERSTONE, 1999; 2008) acerca da integração das práticas relacionadas à mídia na vida cotidiana.

Um argumento comum a todos é a pressuposição da relativa autonomia destas práticas no contexto das instituições sociais e na estrutura social que ancora a experiência. Vale dizer, o exame da objetivação, incorporação e conversão (SILVERSTONE; HIRSCH; MORLEY, 2005) das tecnologias da comunicação no espaço (objetivação), no tempo vivido (incorporação) e nas mentalidades depende da estruturação material do cotidiano e não somente da vitalidade do poder midiático. É assim que o vigor ou o enfraquecimento das instituições formais diante da cultura hegemônica da mídia é revelado no contexto de trajetórias pessoais, em que as escolhas do modo de viver dependem da posição de classe e do significado moral atribuído a essa posição, mesmo que não haja uma “forte identidade de classe” (SAYER, 2005, p. 25).

Uma das justificativas para a exploração do tema da desigualdade de classe é que ele continua pouco abordado na área dos estudos culturais latino-americanos de recepção e consumo de mídia (JACKS; SIFUENTES; LIBARDI, 2017), na área de comunicação e nas ciências sociais como um todo. A preocupação deles tem se concentrado nas diferenças de gênero, étnicas, geracionais, que parecem mais visíveis no comando das lógicas identitárias contemporâneas (PIERUCCI, 1999). Nos Estados Unidos e Europa o tópico tem sido igualmente negligenciado no campo da mídia e dos estudos culturais (DEERY; PRESS, 2017).

Abordar a problemática de classes significa entender o equilíbrio e o desequilíbrio entre o que se produz e o que se reparte dos bens materiais, assim como as disputas de sentido acerca de qual sociedade desejamos para viver em um país onde não temos uma “democracia de classe” moderna (HALL, 2016, p. 38-39), que seja sustentada por relações juridicamente igualitárias.

O termo “identidade de classe”, em vez de consciência de classe, tem o propósito de destacar que a luta da classe média das ecovilas é de caráter pragmático e envolve ideais progressistas, mas não caracteriza uma luta política em prol dos interesses coletivos que seja capaz de uma ação integrada na defesa desses interesses. Ela expressa, entre outros aspectos, desconforto ou conforto (material e subjetivo) com a situação e a posição na estrutura social.

No caso da classe média, a situação na estrutura é descrita pelo economista Marcio Pochmann e equipe (2005; 2006; 2014), revelando que, durante a ditadura militar (1964-1984), os desejos de consumo e mobilidade social da classe média brasileira foram satisfeitos.¹ Em contraste, a mobilidade social foi interrompida durante os anos 1980. Nesse período, os níveis de renda decresceram e o desemprego aumentou, além de ter havido queda nos padrões de consumo. De 2008 para a frente, entretanto, as expectativas da classe média de melhorar suas condições econômicas foram novamente frustradas pela crise financeira desse ano e a crise política de 2015 (POCHMANN; MORAES, 2017).

Nesse cenário de crescente insatisfação, haveria possibilidade de protagonismo em detrimento da visão clássica dela como aliada aos grupos dominantes? Em diferentes momentos da história brasileira, sua participação política, entendida como reivindicação de seus interesses diante do Estado, é vista como progressista (CARMO, 2001) ou regressiva (SOUZA, 2018). Em outra chave de leitura, a das políticas identitárias, a classe média participa da luta em prol das conquistas de direitos civis e legais para as minorias raciais, geracionais e de gênero. Mas a pobreza, desigualdade e exclusão econômica persistentes são impeditivos para avanços maiores que transcendam a própria diferença. Como pode a cultura ser comum se o igualitarismo esbarra na desigualdade de classe?

Estilo de vida da classe média nas ecovilas e a busca de reconhecimento social

O protagonismo da classe média na formação das ecovilas no meio rural pode ser entendido como uma luta por reconhecimento social, baseada na adoção de um estilo de vida sustentável, que emerge em contradição com a cultura burguesa e seu modelo de êxito econômico pelo trabalho e estetização da vida pelo consumo (GARCÍA CANCLINI, 1997). As comunidades se organizam com base na ética da permacultura² (cuidar da terra, do Outro e partilha justa) e na moral universal do ecologismo.

Em razão do nosso objetivo de pesquisar os usos da mídia na conformação das dinâmicas internas e nas relações das comunidades com atores externos, definimos as comunidades de classe média como práticas de compromisso com outros a longo prazo, baseadas na confiança, no reconhecimento e na identidade partilhada soldada pela cooperação (SENNETT, 2012). Em outras palavras, analisar se esse comportamento de respeitar o Outro e a natureza – algo compartilhado na mídia digital pelas comunidades existentes ao redor do mundo – torna efetivamente essas comunidades intencionais mais próximas das tradicionais ou se, ao contrário, elas ficam limitadas a uma “ética comunitarista” (HONNETH, 2017, p. 271) orientada para a autorrealização particular dentro de um grupo.

¹ Seguindo o critério de ocupação e capital cultural, a terminologia “classe média” abrange as frações média e superior da classe média, ambas setores intermediários entre trabalhadores e a elite de proprietários.

² A permacultura (FERREIRA NETO, 2018, p. 74-80) é uma “ciência prática utilizada para planejar ambientes sustentáveis” pelo emprego de técnicas que orientam as ações para a satisfação das necessidades humanas de água, energia, habitação, alimentação, aproveitamento de resíduos, arte e educação, saúde e bem-estar espiritual. A “partilha justa” ou “comércio justo” é a troca de produtos e serviços com ou sem pagamento em dinheiro.

Tal como Andrew Sayer (2005), usamos os termos “ética” e “moral” como sinônimos, ainda que a distinção honnethiana entre ética (plano particular – valorativo) e moral (plano universal – normativo) deva ser esclarecida: a primeira como padrão de reconhecimento intersubjetivo baseado na solidariedade; a segunda, como concepção universal das necessidades humanas, que se torna um dos dispositivos normativos de proteção, servindo aos propósitos de uma vida boa baseada no respeito a todos os sujeitos ou na consideração de seus interesses de modo equitativo (2017, p. 269-271). Assim, entendemos que a forma de vida ética das comunidades pressupõe valores morais que ultrapassam o grupo de pertencimento, ao mesmo tempo que atenta para os direitos de grupos excluídos expostos a riscos muito mais elevados que os enfrentamentos da classe média diante da queda da qualidade de vida e do não reconhecimento social de suas necessidades.

Para Honneth (2017), os padrões de reconhecimento recíproco que se estabelecem em três esferas de interação – amor, direito e estima social – fundamentam a formação das identidades individuais e coletivas, possibilitando uma “vida boa”. O padrão que nos interessa investigar é a relação entre reconhecimento social e autoestima; em nossos termos, entre valorização de um modo de vida considerado moralmente válido e socialmente necessário e a percepção positiva de si mesmo como indivíduo/grupo ou classe.

Uma das instâncias para o reconhecimento social é o processo de mediação da mídia (MAIA, 2018), elemento articulador das forças ora concorrentes, ora convergentes em relação ao Estado e ao mercado, que atua como campo técnico e cultural produtor de mentalidades e representações, podendo colaborar para a comunicação como “laço intersubjetivo” (SODRÉ, 2014, p. 189). Ou, nos termos do materialismo cultural de Raymond Williams (1989), para a construção de uma cultura comum baseada na contribuição das diferentes classes sociais.

Nas comunidades intencionais, o ideal de autorrealização pessoal consiste em produzir parte dos bens que se consomem (criar valor de uso) e escapar do trabalho cuja função única é criar valor de troca. A identidade de cada um e do grupo dependem do sentido social do bem ou serviço produzido no trabalho – coletivo ou individual – e das limitações ao consumo material e simbólico. Vale dizer, o estabelecimento de vínculos entre os integrantes das comunidades pressupõe consenso sobre a redução e seleção dos bens consumidos (BORELLI, 2014).

Métodos

Este estudo trabalhou com duas estratégias de coleta de dados: entrevistas em profundidade do tipo semiestruturado e observação participante, associadas, respectivamente, aos dois métodos utilizados, a metodologia dos perfis sociológicos (LAHIRE, 2004; 2006) e a etnografia crítica do consumo. As entrevistas permitiram a composição de biografias de forma a capturar a posição e mobilidade de classe, a instituição familiar e escolar, os usos dos meios de comunicação, os valores morais e o processo de reconhecimento social e comunitário.

A etnografia crítica do consumo³ (RONSINI, 2007; 2011) é a geração de um conhecimento sobre a apreensão do sentido que os atores sociais dão às práticas sociais e culturais produzidas na relação com os meios tecnológicos. A observação do consumo dos meios não se limita ao seu caráter de reprodução social, mas se estende à sua capacidade de criar ou imaginar uma outra ordem, mesmo provisória e instável. O estudo dos modos de apropriação dos meios no cotidiano necessita da etnografia como um esforço de compreensão que procede tanto por via metódica como não metódica e, ao mesmo tempo, não prescinde

³ O termo por nós cunhado se origina do proposto por Shaun Moores (1998) – etnografia do consumo de mídia ou etnografia da audiência e da recepção.

da pretensão sociológica de articular contexto e estrutura social. Em termos de técnicas de pesquisa para esta pesquisa específica, vale-se da observação do cotidiano, anotações no diário de campo, conversas informais e convívio com os informantes.

A pesquisa de campo iniciou-se com um estudo exploratório, no qual conduzi três entrevistas informais, e na sequência realizei a etnografia e apliquei a metodologia dos retratos sociológicos, com sete entrevistados, no Instituto Arca Verde (RS). A primeira entrevista do estudo exploratório foi com um residente de uma ecovila na zona rural de São Paulo (Ecovila Tibã – São Carlos); a segunda com um residente de uma comunidade alternativa na região da Chapada Diamantina, no estado da Bahia (Campina), e para a terceira convidou-se um dos líderes mais influentes da permacultura no Brasil, do Instituto Veracidade (São Carlos, SP). Estes testemunhos permitiram compreender as motivações para a vida em comunidade, assim como as alianças ou isolamento dessas comunidades em relação a outras classes sociais. Foram úteis também para apreender o papel da mídia social digital e da mídia tradicional no apoio econômico e cultural a essas comunidades, o que, na prática, significa disseminar esse estilo de vida baseado na permacultura.

A localização e seleção das comunidades se fundamentou nos mapeamentos quantitativos realizados por estudiosos das ecovilas e praticantes da permacultura no Brasil (FERREIRA NETO, 2018; SIQUEIRA; 2012). Adotamos as categorias classificatórias das comunidades intencionais dos geógrafos Meijering, Huigen e Van Hoven (2007) – religiosas, práticas, ecológicas, comunais – pela maior clareza e validade para o caso brasileiro (SIQUEIRA, 2012). As duas primeiras não oferecem nenhuma dificuldade de caracterização em qualquer parte do mundo, enquanto as ecológicas e comunais se assemelham, respectivamente, aos termos ecovilas e alternativas cunhados por Siqueira (2012): ambas são laicas e seu propósito principal é viver comunitariamente, de modo sustentável, sem abdicar da “missão” de preservar e/ou regenerar o meio ambiente. Diante da heterogeneidade das comunidades e do foco na classe média, privilegiamos as ecovilas,⁴ mas as comunidades alternativas merecem destaque no texto em função do seu pioneirismo na proposição de um modo de vida alternativo e pela extração de classe média de seus fundadores.

Concomitantemente a esse estágio de identificação e caracterização das comunidades, consultamos dados secundários de fontes diversas. Dados da imprensa escrita, audiovisual (programas de TV) e fontes digitais (páginas da web, blogs, YouTube, Facebook) que registram projetos e iniciativas de residentes e líderes de permacultura, também para garantir uma interpretação capaz de desenvolver os dados das entrevistas. Uma das fontes foi o documentário no YouTube⁵ *Ecovilas, Caminhando para a Sustentabilidade do Ser*, que apresenta testemunhos de residentes de dez ecovilas e institutos de permacultura no Brasil. Nele, todos os participantes explicam o que os motivou à transição para um estilo de vida “alternativo”.

Na ecovila Instituto Arca Verde, a seleção dos entrevistados para a composição de perfis sociológicos seguiu o critério da identificação da origem de classe pela ocupação do membro mais bem situado da família primordial e a avaliação de sua situação presente derivou da informação de sua ocupação individual. Além da ocupação, um indicador-chave utilizado pelos principais autores adotados para a classificação (BOURDIEU, 2008; SANTOS, 2002) é o capital cultural (escolaridade e acesso a bens culturais).

Os residentes das ecovilas pesquisadas, independentemente da ocupação individual atual, são parte de uma classe média prestadora de serviços que não explora mão-de-obra da classe trabalhadora, porque o trabalho braçal – de limpeza, manutenção, construção – é feito tanto por eles como pelos voluntários.

⁴ A expressão “comunidade intencional” serve aqui para se referir às alternativas e às ecovilas, e é usada sempre que se fala da amplitude do fenômeno ou das características comuns aos dois tipos aqui analisados à luz dos estudos citados e da pesquisa empírica.

⁵ Vídeo financiado pelo público, dirigido por Rafael Togashi e Ilana Majerowicz. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5WdRf8jj4Ls&t=61s>> Acesso em: 2 abr. 2019.

Os originários da classe média alta deixaram para trás os privilégios e se integraram ao modo de vida da “massa de classe média” (SOUZA, 2018, p. 21). Existe, portanto, no modo de vida das classes, um componente moral que define a experiência delas nas formações de classe (LAMONT, 1992; SKEGGS, 2014) e os integrantes das comunidades intencionais visitadas manifestam essa disposição para relações sociais igualitárias.

A primeira etapa da coleta de dados pela etnografia crítica de consumo foi uma observação participante de quatro dias, que incluiu interações diárias com residentes permanentes, voluntários e residentes temporários da ecovila Instituto Arca Verde, em janeiro de 2020. A coleta será retomada assim que a pandemia de COVID-19 permitir. O primeiro contato com essa vila havia acontecido antes, em 2018, quando este autor passou três dias na comunidade. A base para elaborar os perfis sociológicos individuais deriva de sete entrevistas semiestruturadas com residentes, a respeito de suas trajetórias de vida, as razões pelas quais se juntaram às comunidades, sua orientação ética e moral, a relação que cada um deles teve com a mídia e a relevância das redes sociais de mídia para a comunidade. Quatro homens tomaram parte nas entrevistas, sendo um divorciado, dois casados e um solteiro, de idades variáveis – 73, 41, 38 e 34 anos; e três mulheres, todas casadas, cujas idades eram 25, 33 e 43 anos. Entre os homens, o menor tempo passado na comunidade era de nove meses, e o maior de 14 anos; os dois outros homens eram residentes havia três e quatro anos, respectivamente. Entre as mulheres, a duração da residência era de dois e quatro anos.

Com exceção de uma informante proveniente da classe trabalhadora, com mobilidade ascendente, hoje funcionária com cargo administrativo em instituição de ensino superior, os outros seis entrevistados têm origem na classe média; as ocupações do membro mais bem situado da família primordial eram, respectivamente: advogado, médico, comerciante, engenheiro-executivo em empresa corporativa e agente imobiliário. Todos ingressaram no ensino superior: três homens não concluíram o curso superior de Administração ou Publicidade em instituição privada, enquanto os demais se formaram em instituições públicas nas áreas de Publicidade, Psicologia, Artes Cênicas e Biologia. Apenas uma mulher obteve título em curso de pós-graduação.

Na próxima seção, apresentamos os resultados da pesquisa sobre as origens históricas dessas comunidades e suas relações com o uso dos meios de comunicação de massa e de autocomunicação de massa (CASTELLS, 2019, p. 111), de forma a interpretar com maior precisão e abrangência os dados primários obtidos sobre a experiência contemporânea nas ecovilas.

Comunidades intencionais, cultura e mídia

As origens das comunidades intencionais remetem às comunidades seculares socialistas e anarquistas dos séculos XIX e começo do XX ou às comunas *hippies* de meados do século XX, na Europa e nos Estados Unidos (ARRUDA, 2018; SARGISSON; SARGENT, 2004). A presença dos conceitos de anarquismo e socialismo nos jornais da época sugere a popularização dos ideais de emancipação humana. Décadas mais tarde, é possível supor que, do mesmo modo, as práticas em redes tecnológicas digitais seguirão uma lógica que foge parcialmente aos imperativos das redes de informação da economia (CASTELLS, 2000). Resta saber se as ideologias políticas persistem na atualidade, enquanto observamos os mesmos propósitos pragmáticos e ecológicos em torno de um modo de vida concorrente ao *mainstream*.

As comunidades alternativas no Brasil tornaram-se populares durante os anos 1970, quando uma nova geração de jovens, transplantados de áreas metropolitanas, aderiu à contracultura dos Estados Unidos. Neste movimento, os jovens opunham-se à atividade política dos movimentos de juventude anteriores, engajando-se, por sua vez, nas propostas do movimento ecológico (1974-1981).

As ecovilas, por seu turno, aparecem nos anos 1990, embora não sejam claras as razões pelas quais se separaram de outros formatos organizacionais. Por exemplo, se essa divisão se deveu a diferenças de

classe entre os membros (SIQUEIRA, 2012), à identificação das comunidades alternativas com o anarcoindividualismo (FERREIRA NETO, 2018), ou ao maior grau de isolamento destas em relação à sociedade capitalista e a atores externos (SIQUEIRA, 2012). Segundo Siqueira (2012), a maior parte das comunidades alternativas é constituída de pessoas que vêm da classe trabalhadora urbana ou de famílias da zona rural que vivem da agricultura de subsistência.

Outra diferença entre elas reside no modo como essas entidades se filiam a suas correspondentes, nacional e internacionalmente. O principal órgão que representa as comunidades alternativas no Brasil é a Associação Brasileira de Comunidades-Autossustentáveis (ABRASCA, 1978). É interessante notar que aqueles que representam ecovilas mantêm ligações com organizações globais – como a *Ecovillage Network of the Americas* (ENA) [Rede de Ecovilas das Américas] e a *Global Ecovillage Network* (GEN) [Rede Global de Ecovilas].

A emergência do fenômeno contemporâneo das comunidades intencionais se relaciona com três tendências culturais – a globalização cultural, o comunalismo e o individualismo (CASTELLS, 2019, p. 170-174) – nas quais a mídia está implicada. Globalização cultural – é termo correlato ao de mundialização, processo simultâneo de padronização cultural e de diversidade/identificação (ORTIZ, 2006). A globalização ou mundialização propicia a adoção do ambientalismo/ecologismo assumido pelas comunidades no mundo inteiro e sua associação com os princípios éticos da permacultura. Os princípios são adaptados aos projetos das ecovilas em solo brasileiro, inspirados na identificação com traços das culturas dos povos originários (indígenas) e das classes subalternas no campo (quilombolas, assentados da reforma agrária, camponeses).

Por sua vez, o comunalismo é o conjunto de valores e crenças que coloca o bem coletivo acima dos desejos e satisfações individuais, enquanto o individualismo é seu inverso (CASTELLS, 2019, p. 171). O comunalismo pode estar orientado para o grupo comunitário (ética comunitarista) ou se expandir para além dos limites das comunidades intencionais. Desde meados da década de 1960, os meios audiovisuais e a publicidade no Brasil estão vinculados à reprodução do individualismo centrado no bem-estar material (MELLO; NOVAIS, 1998). Agora, a situação se repete com as plataformas digitais e o suporte material que elas proporcionam para o individualismo em rede, a sociabilidade seletiva na construção de um “mundo cultural” em termos de preferências e projetos (CASTELLS, 2019).

O tema do individualismo moderno e contemporâneo na filosofia de Honneth (*apud* CENCI, 2013) possibilita entender que o sentido negativo do conceito de individualismo de autorrealização, fase mais recente do processo de individualização a partir dos anos 1980, foi impulsionado pela desregulamentação do mercado de trabalho, pelos meios eletrônicos e publicidade, ao colocarem em evidência o ideal da originalidade de um estilo de vida associado a aquisição e uso de produtos. Ele institucionalizou e mercantilizou o ideal da singularidade romântica burguesa do século XIX, gerando formas de sofrimento individual e social.

Como veremos no tópico que segue, o modo de vida das comunidades é um modelo para lidar com essas transformações e uma tentativa de autorrealização que preserva os ideais de igualdade e liberdade do individualismo moderno e os ideais da singularidade/diferença do individualismo contemporâneo, com raízes na contracultura e anarcoindividualismo. Mesmo que sujeitas a reproduzir um estilo de vida integrado aos ditames do capital, são minorias resistindo a um mercado de trabalho desestruturado e à intensificação dos padrões globais de consumo, em uma apropriação diferencial de valores e disposições da classe média urbana.

A observação empírica e a teoria amparam nossa interpretação de que o comunalismo e o individualismo orientam o comportamento dos membros das comunidades seculares. Através do consenso e das normas estatutárias, as comunidades de classe média exigem trabalho coletivo, coordenado em complementaridade aos projetos individuais; regulam as ações individuais para favorecer a solidariedade e o diálogo entre seus membros e, ao mesmo tempo, defendem o respeito às diferenças individuais de “raça, cor, sexo ou religião”.

O sentido forte de individualismo é a criação de um grupo da mesma classe social e a dificuldade na defesa dos ideais de justiça social (DIAS *et al.*, 2017). Em razão da ausência de políticas públicas para combater a desigualdade, as ecovilas brasileiras tendem a permanecer como enclaves de ações sustentáveis de classe média. É assim que a ética comunitarista nos parece a fusão entre o individualismo e o comunalismo, cindindo os interesses de indivíduos com a vida coletiva e colaborativa do grupo. Já o comunalismo talvez possa ser expandido pela necessidade das trocas econômicas e culturais para a manutenção da autossuficiência relativa dos grupos.

Levando em conta as três esferas de reconhecimento – amor, direito, estima social –, percebe-se que as ecovilas criam padrões de interação que contemplam todos eles na medida em que, respectivamente: a) os laços afetivos são nelas preservados tendo como base o princípio permacultural do cuidado do Outro; b) a garantia dos direitos individuais em termos de posse da terra, saúde, locomoção, moradia, alimentação, etc. é em parte decorrência dos esforços coletivos do grupo; c) as relações de cooperação entre a rede de ecovilas e o trânsito de voluntários e visitantes encorajam a percepção de um estilo de vida que promove o bem individual e o bem comum, este último no sentido amplo da harmonia com o meio natural.

Os argumentos que apresentamos sobre as relações da mídia e da estrutura social e cultural com o fenômeno global e brasileiro das ecovilas precisam ser justapostos a uma análise da trajetória dos seus protagonistas. Nela, observamos os usos da mídia como elementos que fornecem aos indivíduos o acesso às comunidades e os meios simbólicos para a mudança de estilo de vida.

Analizando trajetórias pessoais através dos usos da mídia

A Arca Verde se insere no modelo de uma ecovila com residentes permanentes e é organizada como associação sem fins lucrativos, o Instituto Arca Verde. Ela amalgama uma população de 22 membros residentes, incluindo quatro crianças, situados na área de 25 hectares que um dos fundadores adquiriu com a intenção de fazer uma “propriedade coletiva”.

As trajetórias se distinguem em função das frações de classe consideradas: para a classe média-média, o esforço pessoal na transição cidade-campo é mais desafiante porque os recursos econômicos da família primordial são mais escassos e temporários, enquanto para a classe média-alta a herança de um imóvel ou propriedade permite maior segurança econômica durante e após a experiência de integração à comunidade.

Os membros familiares, professores e amigos foram decisivos na moldagem da visão de mundo em torno de quatro principais influências: permacultura, ecologismo, contracultura, anarquismo. A decisão de viver em comunidade é parte de uma crise existencial que intersecciona o individual e o social, vale dizer, as dificuldades subjetivas e práticas que conjugam o ‘sentido’ de estar e ser no mundo, modos de trabalhar e consumir.

E as práticas relacionadas à mídia – livro, televisão, internet – estão integradas aos ambientes institucionais, fazendo circular ideias, fatos, valores que são apropriados pelos indivíduos de forma seletiva em direção a maior autonomia na condução da vida.

Eu comecei a me interessar por uma vida alternativa, comunidades e casas coletivas, durante estes tempos da contracultura. Nos anos 1970, eu vi um livro sobre permacultura em uma vitrina de livraria. Achei a ideia interessante, [parecia] aquela coisa da Austrália. Mas isso era uma teoria. A prática era a experiência no jardim de casa onde meu avô plantava de tudo. (Entrevistado 1, 73 anos)

O professor mandou fazer a tarefa de casa, e eu li um livrinho do Greenpeace, que foi um marco para mim, estava-se começando a falar com maior intensidade sobre o aquecimento global. Vi isso na TV e na escola. (Entrevistado 2, 41 anos)

A primeira vez que ouvi falar de permacultura foi na universidade. [...] (Entrevistada 3, 33 anos)

Eu precisava fazer algo que me desse um propósito. Eu tinha uma boa renda e gostava de investir em fazer cursos, estudar [...] Um desses cursos foi na Arca, sobre dragon dreaming [metodologia para planejar e realizar projetos criativos, colaborativos e sustentáveis com alto engajamento dos participantes]. Vi uma propaganda na Internet e fiquei imaginando durante dias: [eu pensava] o que é isso? (Entrevistado 4, 38 anos)

Eu pesquisei no Google “agrovilas no sul do Brasil” e [o resultado que] apareceu [foi] o *Catraca Livre* [website], que tinha uma lista: dez comunidades para visitar no Brasil. (Entrevistada 5, 25 anos)

Depois de trabalhar na Europa, fiz o Caminho de Santiago e visitei comunidades semelhantes. Comecei a pesquisar sobre permacultura e, navegando na Internet, encontrei a Arca. (Entrevistado 6, 34 anos)

A autorrealização na ecovila é ancorada nos ideais de igualdade e liberdade do individualismo moderno e, concomitantemente, a diferença e singularidade de cada um é afirmada como fundamental para o modo de vida. Em nossa análise das relações entre individualismo e comunalismo, entendemos que, seja no plano das relações entre comunidade e indivíduo, seja entre comunidades e outras classes, o individualismo parece ter uma conotação positiva, porque as interações comunitárias e extracomunitárias preservam os ideais de igualdade/liberdade e diferença. No plano macro, a lógica capitalista da competição e exploração opõem o individualismo ao comunalismo.

A vida em comunidade, em primeiro lugar, não suprime as diferenças individuais por não limitar a expressão e a liberdade pessoal. Em segundo lugar, ela modula o aspecto perverso do individualismo, que realça exclusivamente as diferenças, ao fomentar a coexistência democrática, na qual as decisões são tomadas em reuniões semanais e as normas de convivência são estabelecidas e revistas por consenso.

Existencialmente, é mais reconfortante desfrutar de uma vida em que eu realmente conheço o outro [...] é comportar-se como sua rede de apoio e contar com ela o tempo todo. [...] A questão não é viver junto [...] o que faz a diferença para a comunidade é o vínculo. [...] Não queremos a ditadura da maioria. (Entrevistada 5, 25 anos)

Em meio a uma crise da política de classe e dos movimentos sociais como atores coletivos para a mudança (EDER, 2002), os moradores das ecovilas praticam trocas econômicas justas com os atores do entorno local e com o público visitante. Oferecem preços especiais para inscritos nos cursos e bolsas para pessoas carentes e que trabalhem com projetos sociais. As atividades econômicas são integradas na rede de economia solidária do Instituto e incluem banco de horas e moeda social. O banco de horas usa o tempo como ‘moeda’ para troca de serviços/produtos sem a mediação do dinheiro, enquanto as ‘verdinhas’, impressas no Instituto, são usadas na remuneração de produtos e serviços adquiridos: hospedagem, cursos, visitas guiadas, produtos agrícolas, cosméticos, etc. Todos votam em partidos de esquerda e manifestam ceticismo em relação ao socialismo.

Eu acredito nas ideias de Gandhi. Seja a mudança que você quer ver no mundo. Essa é a política que praticamos. Às vezes vejo que criticam a Arca porque ela não faz política. Eu pratico isso em vez da política do exemplo. (Entrevistado 2, 41 anos)

O capitalismo está longe de ser o que eu considero a sociedade ideal. (Entrevistado 1, 73 anos)

Não se aprende a respeitar sem respeito a si mesmo ou ao outro. [...] Mais tarde, ampliamos isso através do conceito de moral. (Entrevistada 3, 33 anos)

Eu gostaria de causar algum impacto em outras comunidades além da Arca. Eu desenvolvo projetos de segurança alimentar em comunidades desfavorecidas. Passei 15 dias em uma comunidade tupinambá, no sul da Bahia, em um projeto que apoiava centros culturais em vários grupos étnicos. [...]. (Entrevistado 4, 38 anos)

Todo o mundo sente como se troca o próprio tempo por dinheiro. [...] Aprender a ganhar dinheiro e ser feliz e realizado. (Entrevistada 3, 33 anos)

Aqui, a permacultura é uma filosofia de vida. Não adotamos nenhum dogma religioso; temos real liberdade de pensamento e diversidade. (Entrevistada 7, 43 anos)

Finalmente, antes de tratarmos da regulação dos usos da mídia na ecovila Arca Verde, destacamos o ponto de vista dos atores acerca do seu estilo de vida, com destaque para as ações com grupos subalternos e para as regras de convivência, relacionadas com uma reestruturação da identidade da classe média urbana, que implica cooperação e solidariedade interna e externa à comunidade, trabalho desalienado e consumo consciente.

A cooperação interna é organizada mediante reuniões de decisão coletiva, trabalho diário em tarefas de limpeza/manutenção, alimentação, agrofloresta, bioconstrução, compostagem, etc. Algumas áreas são organizadas em 'círculos' que reúnem pessoas encarregadas do planejamento e execução de tarefas específicas ligadas à economia, comunicação e educação das crianças. As atividades econômicas⁶ realizadas individualmente por moradores abrangem consultoria em diferentes áreas da permacultura, produção teatral, doulagem, terapias alternativas, entre outras. Há uma concordância sobre a satisfação intrínseca que pode ser originada no ato de trabalhar, desvinculando a geração de renda do ato de consumir.

Iniciativas que beneficiem grupos econômica ou etnicamente vulneráveis, externos à comunidade, incluem prestação de serviços voluntários em abrigos para crianças, hospitais e comunidades indígenas. A questão do consumo consciente e sustentável na ecovila implica: compostagem dos resíduos orgânicos e reciclagem do lixo não orgânico, manejo agroflorestal da terra, banheiro seco, alimentação orgânica, construção de moradia com materiais renováveis, compra de roupas em brechós, preferência pelo transporte em carro coletivo e bicicleta.

A mídia como esfera de reconhecimento

A opinião corrente sobre a mídia hegemônica, exclusivamente voltada para interesses comerciais e defesa de grupos que concentram poder político e econômico, é de que ela dirige o modo de vida das pessoas. Pelo comprometimento político e econômico conservador em defesa das elites, é uma esfera de não-reconhecimento. Por outro lado, existe reserva em relação às redes televisivas que retratam essas comunidades. Este ceticismo refere-se à possibilidade de mostrarem uma imagem estereotipada dos residentes como 'loucos', 'sonhadores' ou 'hippies'.

Além disso, os residentes reputam o controle dos usos da mídia na comunidade como necessário. O uso deve ser limitado e não criar obstáculos à convivência e interação pessoal em espaços coletivos. O aparelho de tevê, neste sentido, é utilizado coletivamente para assistir a filmes na Netflix, pois cada residente é livre para obter o seu. As pessoas veem filmes e documentários no YouTube. Telefones celulares são vistos como cruciais para o trabalho, a comunicação via WhatsApp com a família e amigos que estão fora da comunidade, ou mesmo para informação e entretenimento comum. Eles também falam dos computadores pessoais ou compartilhados como aliados para receber e produzir conteúdo nesses novos canais de comunicação, usados principalmente em conjunto com as redes sociais e plataformas de streaming, como Netflix e YouTube.

⁶ Disponível em: <<http://www.arcaverde.org/new/sobre-a-arca/>>. Acesso em: 20 fev. 2020.

O site de jornalismo independente, *Catraca Livre*, e a revista de jornalismo ambiental, *Eco.21*, são canais digitais relevantes que apresentam informação “confiável” sobre questões atuais e coletivas. Livros impressos e digitais caracterizam o capital cultural dos informantes e as referências morais que sustentam um estilo de vida “simples”, baseado na ecologia e na espiritualidade. As comunidades visitadas têm bibliotecas bem organizadas. No Instituto Arca Verde, os entrevistados tinham suas coleções, digitais ou impressas, com títulos de áreas como permacultura, psicologia, teatro, espiritualidade, ambientalismo/ecologia, micologia, educação e biologia.

O modo como o Instituto Arca Verde, Campina e a Ecovila Tibá administram a comunicação por si mesmos é central para sua sustentabilidade econômica e a organização da comunicação nos canais digitais das ecovilas – Instagram, Facebook e site – é realizada pelos “círculos de comunicação”. As redes sociais são os meios técnicos para gerar renda através do anúncio de cursos, *workshops* e outros serviços oferecidos ao público externo. Tais usos da mídia social configuram muito mais do que estratégia de sobrevivência econômica. Trata-se de aprender a colaborar com outras ecovilas ou grupos que compartilham afinidades com o estilo de vida dessas comunidades.

Conclusão

Como foi discutido ao longo do texto, os usos da mídia nas ecovilas promovem o laço intersubjetivo (SODRÉ, 2014, p. 189), que articula a construção da vida boa. Livros e fontes de informação on-line formam o repertório para uma percepção crítica do funcionamento do sistema capitalista e seus impactos na experiência cotidiana, abarcando referências escolares pregressas, descobertas da comunidade científica, notícias em páginas de jornalismo alternativo, abordagens de documentários e de filmes independentes. O mesmo tipo de conteúdo inspira a produção das ecovilas nas suas redes digitais. Esse conjunto de representações enseja a identificação com o modo de vida simples dos grupos subalternos e a não identificação com grupos econômicos que são considerados uma ameaça ao bem-estar da maioria.

Os não usos da mídia – isto é, a evasão do consumo da mídia hegemônica – resultam em uma aproximação com outros grupos igualmente silenciados ou insatisfatoriamente representados nessas produções. Além do mais, esses meios de comunicação apareceram frequentemente como prejudiciais por estimular o consumismo. Esse mesmo conjunto de práticas relacionadas à mídia reforça a ética comunitária que propicia a autorrealização pela conquista da autonomia coletiva e individual e pela experiência da solidariedade. Neste sentido, autonomia coletiva não significa autossuficiência, mas liberdade pela posse coletiva de alguns instrumentos de trabalho que geram renda coletiva e a manutenção física das ecovilas. A autonomia individual é a sensação de uma vida com propósito para si e para o Outro, na qual as metas individuais interagem com as metas coletivas, seladas pela cooperação e confiança.

Em suma, a ética comunitária é uma síntese da avaliação moral de si (*self*), do Outro e da sociedade a partir das experiências no trabalho e dos modos de consumir. Levando em conta a observação empírica, os dados secundários e a literatura consultada, percebemos uma diferença entre o comunalismo das comunidades alternativas, mais próximas do isolamento das comunidades *hippies*, e o comunalismo das ecovilas. Vistos sob a ótica das categorias de Honneth, ambos são pressionados pelo individualismo de autorrealização da primeira metade do século XX, centrado na autorresponsabilidade, e pelo novo individualismo contemporâneo.

São estas duas modalidades de individualismo que sustentam os dilemas da integração distanciada delas à sociedade capitalista porque, por um lado, buscam o ideal de vida autêntica da contracultura e/ou da ecologia; por outro, estão sujeitas às coações produtivistas do individualismo instrumentalizado que dominam a sociedade brasileira, que sequer consegue implementar a igualdade idealizada pelo individualismo iluminista, parcialmente alcançada pelo estado de bem-estar social nos países avançados.

A aspiração ao reconhecimento social e individual e sua negação institucionalizada pelo sistema capitalista gerou sofrimento nas trajetórias individuais e a apropriação dos modelos culturais do individualismo e do comunalismo como orientação moral para fugir da submissão ao mercado de trabalho e ao consumo. A orientação moral se origina na identidade coletiva do grupo e na sua afinidade com grupos subalternos para a construção de uma nova ordem social que deve se iniciar no plano micro, diante da descrença nas instâncias políticas vigentes para enfrentar atores coletivos oponentes. Em um país de desigualdade abissal, parece-nos estratégico lembrar que não se pode desconsiderar – se quisermos imaginar e lutar politicamente através de alianças e não apenas pela divisão entre as classes – a busca de parte dos setores de classe média por condições de vida dignas. O alcance da meta da igualdade entre seres humanos e o respeito pela natureza necessitam dos laços que conseguimos criar através da mídia hegemônica e contra ela, enquanto expandimos os usos das mídias alternativas.

Referências

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 1999.

ARRUDA, B. M. **O fenômeno de ecovilas no Brasil contemporâneo**. 205 f. 2018. Dissertação (Mestrado em Urbanismo) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Exatas, Ambientais e de Tecnologias, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2018.

BELLEZE, G. *et al.* Ecovilas brasileiras e indicadores de desenvolvimento sustentável do IBGE: uma análise comparativa. **Ambiente & Sociedade**, v. 20, n. 1, p. 227-244, jan.-mar. 2017.

BORELLI, F. C. **Consumo responsável sob a perspectiva prático-teórica**: um estudo etnográfico em uma ecovila. 244 f. 2014. Tese (Doutorado em Administração) – Instituto de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. Tradução de Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.

CARMO, P. S. do. Culturas da rebeldia: a juventude em questão. 3. ed. São Paulo: Senac, CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. v. I. Tradução de Roneide Venâncio Majer. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000. 2001.

_____. **O poder da comunicação**. Tradução de Vera Lúcia Mello Joscelyne. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2019.

CENCI, A. V. Individualização e reconhecimento. **Educação**, v. 36, n. 3, p. 314-324, set.-dez. 2013.

COULDRY, N. **Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice**. Cambridge: Polity Press, 2012.

DEERY, J.; PRESS, A. Introduction: Studying Media and Class. In: DEERY, J.; PRESS, A (Orgs.). **TV, Film, and Digital Culture**. New York: Routledge, 2017. p.1-17.

DIAS, M. A. **Uma abordagem sistêmica da sustentabilidade em ecovilas**: o caso da ecovila Tibá em São Carlos (SP). 300 f. 2018. Tese (Doutorado em Psicologia) – Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

DIAS, M. A. *et al.* Os sentidos e a relevância das ecovilas na construção de alternativas societárias sustentáveis. **Ambiente & Sociedade**, v. 20, n. 3, p. 79-96, jul.-set. 2017.

EDER, K. **A nova política de classes**. São Paulo: Edusc, 2002.

FEATHERSTONE, M. **O desmanche da cultura**: globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Nobel, 1997.

FERREIRA NETO, D. N. **Uma alternativa para a sociedade**: caminhos e perspectivas da permacultura no Brasil. São Carlos: [s.n.], 2018.

FRASER, N. **Reconhecimento sem ética?**. Lua Nova, São Paulo, n. 70, p. 101-138, 2007.

GARCÍA CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 3. ed. Tradução de Maurício Santana Dias. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

_____. **Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad**. Barcelona: Gedisa, 2004.

GUIMARÃES, A. S. **Classes, raças e democracia**. São Paulo: Editora 34, 2008.

HALL, S. A ideologia e a teoria da comunicação. **Matrizes**, v. 10, n. 3, p. 33-46, set.-dez. 2016.

HONNETH, A. **Disrespect, The Normative Foundations of Critical Theory**. Cambridge: Polity Press, 2007.

_____. **Luta por reconhecimento**. Tradução de Luiz Repa. São Paulo: Editora 34, 2017.

JACKS, N.; SIFUENTES, L.; LIBARDI, G. Classe social: elemento estrutural (des)considerado nas pesquisas de recepção e consumo midiático. In: JACKS, N. (Org.). Meios e audiências III. Porto Alegre: Sulina, 2017. p. 193-212.

LAHIRE, B. **Retratos sociológicos: disposições e variações individuais**. Tradução de Patrícia Chittoni. Porto Alegre: Artmed, 2004.

_____. **A cultura dos indivíduos**. Tradução de Fátima Murad. Porto Alegre: Artmed, 2006.

LAMONT, M. **Money, Moral & Manners: the Culture of the French and the American Upper-middle Class**. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.

LOPES, M. I. V. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. **Intexto**, v. 43, p. 14-23, set.-dez. 2018.

MAIA, R. **Mídia e lutas por reconhecimento**. São Paulo: Paulus, 2018.

MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

_____. Convergencia digital y diversidad cultural. In: MORAES, D. (Org.). **Mutaciones de lo visible**. Barcelona: Paidós, 2010. p. 137-165.

MEIJERING, L.; HUIGEN, P.; VAN HOVEN, B. Intentional Communities in Rural Spaces. **Journal of Economic and Social Geography**, v. 98, n. 1, p. 42-52, 2007.

MELLO, J. M. C. de; NOVAIS, F. A. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, L. M. (Org.). **História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea**. v. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 559-658.

- MOORES, S. **Interpreting Audiences: the Ethnography of Media Consumption**. New York: Sage, 1998.
- MORLEY, D. **Medios, modernidad y tecnología: la geografía de lo nuevo**. Barcelona: Gedisa, 2008.
- ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- PIERUCCI, A. F. **Ciladas da diferença**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- POCHMANN, M. **O mito da grande classe média: capitalismo e estrutura social**. São Paulo: Boitempo, 2014.
- POCHMANN, M. *et al.* (Eds.). **Atlas da exclusão social, v. 5: agenda neoliberal da inclusão social no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2005.
- POCHMANN, M. *et al.* (ed.). **Atlas da nova estratificação social no Brasil, vol. 1: classe média, desenvolvimento e crise**. São Paulo: Cortez, 2006.
- POCHMANN, M.; MORAES, R. **Capitalismo, classe trabalhadora e luta política no Brasil do século XXI: experiências no Brasil, Estados Unidos, Inglaterra e França**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2017.
- RONSINI, V. M. **Mercadores de sentido: consumo de mídia e identidades juvenis**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- _____. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: GOMES, I.; JANOTTI JUNIOR, J. (Orgs.). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: Edufba, 2011.
- _____. **A crenga no mérito e a desigualdade: a recepção da telenovela do horário nobre**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- _____. El polvo de la tradición en la carretera de los Estudios Culturales. In: MALDONADO, A. E. (Org.). **Panorâmica da investigação em comunicação no Brasil**. v. 2. Salamanca: Comunicación Social, 2014. p. 75-98.
- ROSENFELD, C. L.; MELLO, L. G.; CORRÊA, A. S. Reconstrução normativa em Axel Honneth e os múltiplos justos do mercado de trabalho. **Civitas – Revista de Ciências Sociais**, v. 15, n. 4, p. 664-685, out.-dez. 2015.
- ROYSEN, R. **Ecovilas e a construção de uma cultura alternativa**. 2018. Tese (Doutorado em Psicologia) – Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.
- ROYSEN, R.; MERTENS, F. O nicho das ecovilas no Brasil: comunidades isoladas ou em diálogo com a sociedade?. **Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science**, v. 6, n. 3, p. 99-121, fev. 2017.
- SAMPAIO, R. L. M. **Aspectos ambientais e sociais de uso do solo em área de Mata Atlântica**. 83 f. 2013. Tese (Doutorado em Ciências) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais e Florestais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2013.

SANTOS, J. A. F. **Estrutura de posições de classe no Brasil:** mapeamento, mudanças e efeito na renda. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2002.

SARGISSON, L.; SARGENT, L. T. **Living in Utopia:** New Zealand's Intentional Communities. Aldershot: Ashgate, 2004.

SAYER, A. **The Moral Significance of Class.** Nova York: Cambridge, 2005.

SENNETT, R. **Juntos: os rituais, os prazeres e a política da cooperação.** Rio de Janeiro: Record, 2012.

SILVERSTONE, R. **Media and Morality on the Rise of Mediapolis.** Cambridge: Polity Press, 2008.

_____. **Why Study the Media?** London: Sage, 1999.

SILVERSTONE, R.; HIRSCH, E.; MORLEY, D. Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household. In: HIRSCH, E. (Org.). **Consuming Technologies:** Media and Information in Domestic Spaces. London: Routledge, 2005. p. 13-28.

SIQUEIRA, G. de M. V. **Tensão entre as racionalidades substantiva e instrumental na gestão de ecovilas.** 237 f. 2012. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

SKEGGS, B. Values Beyond Value? Is Anything Beyond the Logic of Capital?. **The British Journal of Sociology**, v. 65, n. 1, p. 1-20, mar. 2014.

SODRÉ, M. **A ciência do comum:** notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

SOUZA, J. **A classe média no espelho:** sua história, seus sonhos e ilusões, sua realidade. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2018.

WILLIAMS, R. **Resources of Hope:** Culture, Democracy, Socialism. London: Verso, 1989.

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese

Este artigo é resultado da pesquisa de minha autoria “Usos e não usos das tecnologias da comunicação e o sentido da vida em comum”.

Fontes de financiamento

Este estudo conta com o apoio do CNPq, projeto número 306661/2018-7, e da CAPES, mediante bolsa para estágio sênior, processo 88887.476105/2020-00.

Considerações éticas

Não se aplica.

Declaração de conflito de interesses

Não se aplica.

Apresentação anterior

Não se aplica.

Agradecimentos/Contribuições adicionais

Não se aplica.