

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
NÍVEL DOUTORADO

PRÁTICAS COMUNICACIONAIS DIGITAIS DE COMUNICADORES INSERIDOS  
EM MOVIMENTOS SOCIAIS DE CURITIBA E SEVILHA NA PERSPECTIVA DA  
CIDADANIA COMUNICATIVA

NIVEA CANALLI BONA

SÃO LEOPOLDO – RS  
2014

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
NÍVEL DOUTORADO

PRÁTICAS COMUNICACIONAIS DIGITAIS DE COMUNICADORES INSERIDOS  
EM MOVIMENTOS SOCIAIS DE CURITIBA E SEVILHA NA PERSPECTIVA DA  
CIDADANIA COMUNICATIVA

NIVEA CANALLI BONA

Tese apresentada como requisito parcial à  
obtenção do título de doutora, pelo  
Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação da Universidade do Vale do  
Rio dos Sinos - UNISINOS.

Área de concentração: Processos  
midiáticos.

Orientadora: Profa. Dra. Jiani Adriana  
Bonin

SÃO LEOPOLDO - RS  
2014

*Dedico esse trabalho  
aos milhares de comunicadores  
espalhados pelo  
mundo que acreditam  
que seu trabalho pode  
torná-lo muito  
melhor para todos, sem distinção.*

## AGRADECIMENTOS

Há muito o que agradecer. Uma rede forte de energia positiva me manteve caminhando nesses 4 anos. E preciso aqui dar o crédito para alguns representantes.

Obrigada, Deus, por me abençoar e colocar tanta gente fabulosa ao meu redor.

Obrigada Seu Rogério e Dona Neuza por me dar a vida, mas por mais, por sutilmente sempre se colocarem à disposição e respeitar as minhas ausências sem cobranças. “Ermã”, Camila, obrigada pelos “foi você que escolheu, em frente!”

Obrigada, filho Diogo, por entender que mesmo fora do padrão meu amor por você é incondicional.

Obrigada, “Ermão” Ronei e cunhada Andrea pelas orações. Obrigada Mateus e Pietra, por me reenergizar como tia e como pessoa nas poucas vezes que pudemos estar juntos nesse tempo.

Obrigada, Mr. Greg Burns por se jogar na minha vida, por dar o colo, o espaço e apoio que precisei e pela compreensão eterna dos surtos e ausências.

Obrigada minha orientadora Jiani Bonin, por também entender meu ritmo, e por apontar, com olhos clínicos, o que eu poderia fazer melhor, sempre.

Obrigada minhas tias e tios, Mena e toda a corrente de orações que se constrói ao meu redor.

Obrigada amigas apoiadoras de maluquices: Ana, Kátia, Talita, Débora, Isabela e Silmara. Obrigada por não terem me internado.

Obrigada Fernanda Castellano pelas agulhas que me mantiveram sem dor e com um mínimo de equilíbrio nos momentos de fechamento de texto.

Obrigada pela parceria e pelas trocas motivacionais, profa. Cicilia Peruzzo, Orlando Berti e Maria Alice. Obrigada ao grupo Comuni por mostrar que não estou sozinha e, ainda, trilhando o caminho certo.

Obrigada professores do PPGCOM Unisinos que bagunçaram as minhas ideias e mostraram que pesquisa não é ter certezas.

Obrigada *compas* de caminhada, principalmente Rebeca, Rosana e Leslie que ouviram meus choramingos cansados. Obrigada, Victor, onde quer que você esteja, pelas provocações.

Obrigada à minha banca de qualificação, prof. Efendy e prof. Valdir.

Obrigada pelas transcrições de entrevistas, Aleksandro Ribeiro e Salete Kutz.

Obrigada pelos milhares de documentos que precisaram ser agilizados, *galera* da secretaria do PPGCOM, na pessoa da Lilian Boettier e obrigado ao Eusébio Scheneider que, no meio de uma tarde, correu até o cartório de São Leopoldo para poder me enviar um documento para o estágio sanduíche no mesmo dia.

Obrigada Bianca Mattos, a ponta da força-tarefa-sanduíche em Brasília, por ter conseguido os carimbos necessários no tempo que eu precisava.

Obrigada a diretoria do Centro Universitário Internacional Uninter na pessoa do reitor prof. Benhur Gaio por ter apoiado minha ida ao estágio sanduíche em Sevilha e confiado na minha volta.

Obrigada aos meus chefes e colegas, Paulo Negri e Tomás Barreiros e toda a equipe de comunicação que sempre me empurrou para frente: Diana, Adriana, Máira, Nicolato, Juliano, Evary, Tatá, Patrick, Guilherme, Régis, Alessandra, Eugênio, Tânia, Sionelly, Fábio, Valdir, Jheison, Luís Otávio, Ana, Renata e Josy (as duas últimas que me substituíram em sala).

Obrigada aos meus alunos que sempre me forçam a ser uma pessoa coerente e melhor todos os dias, além de me darem esperança de que isso tudo tem jeito. Agradecimento especial a galerinha do grupo de pesquisa que fermentou as ideias desse trabalho: Rafael, Allyson, Clarissa e Davi.

Obrigada aos comunicadores de Curitiba por me abrirem suas vidas e me receberem tão bem.

Obrigada à Capes, que apoiou financeiramente a minha pesquisa e vivência em Sevilha.

Obrigada ao professor Francisco Sierra por aceitar se responsabilizar por mim em Sevilha e confiar que eu iria me comportar.

Obrigada à Maribel Gozález que agilizou os papéis que eu precisava para ir para Sevilha. Obrigada a equipe de colegas pesquisadores que gentilmente dividiu a sala na US comigo: Belén Zurban, Maria Lamuedra, David Montero e, por ser meu guia também, a Javier Moreno.

Obrigada a Glenda Dimuro, a Jesus Sabariego, a David Sánchez e a Claudia Fernandes por abrilhantarem minha vida em Sevilha.

Obrigada ao meu vizinho preferido por todo o suporte, correção dos questionários e do meu espanhol, León Urtecho. Obrigada a minha madrecita brasileira, Tânia Rosa por me esperar nas escadas do prédio de noite, em Sevilha, com um potinho de sopa.

Obrigada aos comunicadores dos movimentos sociais de Sevilha por me receberem, contarem suas histórias e me fazerem sentir em casa.

Obrigada a você que está lendo essa pesquisa, por compartilhar comigo estes trajetos.

Obrigada aos seres anônimos que de alguma forma, nessa eternidade de 4 anos, foram luz no meu caminho.

Obrigada!

## RESUMO

Esta tese é resultado de uma investigação que pretendeu descobrir como se configuram as práticas comunicacionais digitais de sujeitos comunicantes inseridos em movimentos sociais de Curitiba (Brasil) e Sevilha (Espanha) na perspectiva de suas trajetórias de comunicadores e como se vinculam à cidadania comunicativa. A pesquisa teórica que dá base à discussão aqui apresentada percorreu os conceitos de movimentos sociais e novos movimentos sociais, sociedade midiaticizada e ambiência digital, *habitus*, estratégia, tática e competências comunicativas do comunicador e de cidadania comunicativa. No âmbito empírico, foram realizadas entrevistas em profundidade com foco na trajetória de vida comunicacional de 8 comunicadores: 4 pertencentes a movimentos sociais de Curitiba-PR e 4 pertencentes a movimentos sociais localizados em Sevilha-ES. A análise objetivou, mais especificamente, contextualizar aspectos relativos às transformações do contexto comunicativo nos movimentos sociais e das atuações de seus comunicadores; registrar, sistematizar e analisar a atuação dos comunicadores no âmbito dos movimentos sociais; verificar como a *identidade, a bandeira, as demandas e as concepções e estratégias comunicacionais* presentes no âmbito do movimento social constituem a atuação desse comunicador; analisar como a *cultura profissional, as competências midiáticas/digitais* e a *cultura política/de militância* configuraram os comunicadores nos diversos formatos comunicacionais e analisar como esta atuação se relaciona com a construção da cidadania comunicativa nos movimentos sociais. Entre os resultados encontrados, foi possível entender que as opções que se constroem em ambos os conceitos de práticas de comunicadores no ambiente digital podem propiciar o alcance de 3 níveis de cidadania comunicativa: a formal, a reconhecida e a exercida.

**Palavras-chave:** comunicação, movimentos sociais, ambiente digital, comunicador, cidadania comunicativa.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 OS CONTORNOS DA PROBLEMÁTICA.....	16
1.1 Justificativa e Objetivos .....	24
2 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS: O CAMINHO SE FAZ AO CAMINHAR .....	27
2.1 Concepções sobre o método na pesquisa científica.....	28
2.2 Pé na estrada .....	37
3 O CHÃO DE PARTIDA: ASPECTOS DOS CONTEXTOS DE INVESTIGAÇÃO .....	66
3.1 Aspectos do contexto de Curitiba: cenário território-cultura-história .....	71
3.2 Mídiação e internet: alguns aspectos contextuais .....	74
3.3 As práticas comunicativas nos movimentos sociais .....	77
4 PROBLEMATIZAÇÃO TEÓRICA: OS MOVIMENTOS SOCIAIS, O COMUNICADOR, O DIGITAL E A CIDADANIA COMUNICATIVA .....	89
4.1 Movimentos sociais e ONGS .....	89
4.1.1. Novos (?) Movimentos Sociais .....	104
4.2 O comunicador nos movimentos sociais .....	112
4.2.1 O profissional .....	114
4.2.2 Qual habilitação? .....	114
4.2.3 Militância.....	124
4.2.4 Mediação, <i>habitus</i> e competências comunicativas .....	126
4.2.5 Campo e <i>habitus</i> .....	129
4.2.6 O fazer do comunicador por Certeau.....	134
4.2.7 O comunicador como um intelectual orgânico.....	138
4.3 Mídiação e ambiente digital.....	139
4.3.1 Da sociedade de massas à sociedade midiaticizada .....	141
4.3.2 Mediação e campo midiático.....	146
4.3.3 Internet e redes.....	149
4.4 Cidadania Comunicativa.....	157
4.4.1 Cidadania na comunicação .....	164
5 AS PRÁTICAS NA TRAJETÓRIA DE COMUNICADORES DE MOVIMENTOS SOCIAIS DE CURITIBA .....	173
5. 1 Alison: mudança de movimento e crise ideológica.....	176
5.1.1 Cultura profissional/trajetória.....	177



5.1.2	Cultura política/militância .....	180
5.1.3.1	Cefuria - Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo.....	184
5.1.3.1.1	Comunicação no <i>Cefuria</i> .....	187
5.1.3.2	Plataforma Dhesca Brasil .....	189
5.1.3.2.1	A Comunicação na <i>Dhesca</i> .....	192
5.1.4	Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador no ambiente digital .....	193
5.1.4	O Sentido das práticas comunicacionais do Alison e a busca pela cidadania .....	199
5.1.4.1	Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto .....	199
5.1.4.2	Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância .....	203
5.1.4.3	Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais .....	205
5.2	Elisa: a revolução tem que ser agora .....	207
5.2.1	Cultura profissional/trajetória.....	208
5.2.2	Cultura política/militância .....	210
5.2.3	Movimento Social a que está ligada.....	212
5.2.3.1	A comunicação na Terra de Direitos .....	214
5.2.4	Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador no ambiente digital .....	216
5.2.5	O sentido das práticas comunicativas de Elisa e a busca da cidadania ...	223
5.2.5.1	Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto .....	223
5.2.5.2	Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância .....	227
5.2.5.3	Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais .....	228
5.3	Márcio: depressão na militância .....	230
5.3.1	Cultura profissional/trajetória.....	231
5.3.2	Cultura política militância .....	234
5.3.3	Movimento Social a que está ligado.....	237
5.3.3.1	A comunicação do Instituto Reage Brasil .....	240
5.3.4	Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador no ambiente digital .....	241
5.3.5	Os sentidos das práticas de comunicação de Márcio e a busca pela cidadania.....	244
5.3.5.1	Relações das práticas do comunicador com o Movimento Social e o contexto .....	244

5.3.5.2	Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância .....	245
5.3.5.3	Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais .....	246
5.4	Tiago: um trabalho .....	247
5.4.1	Cultura profissional/trajetória.....	248
5.4.2	Cultura política militância .....	250
5.4.3	Movimento Social a que está ligado.....	252
5.4.3.1	A comunicação no IDDHEA.....	254
5.4.3.2	A agência de comunicação S.C. ....	256
5.4.4	Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador no ambiente digital .....	257
5.4.5	Os sentidos das práticas de comunicação de Tiago e a busca pela cidadania .....	260
5.4.5.1	Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto .....	260
5.4.5.2	Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância .....	262
5.4.5.3	Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais .....	264
6	UM CONTRAPONTO: AS PRÁTICAS DOS COMUNICADORES DE MOVIMENTOS SOCIAIS DE SEVILHA .....	266
6.1	Aspectos do contexto de Sevilha.....	267
6.1.1	Chegando ao contexto .....	272
6.2	Chegando nos comunicadores .....	283
6.3	A coleta de dados.....	284
6.4	Os comunicadores .....	286
6.4.1	Maca .....	286
6.4.1.1	Cultura profissional/trajetória/consumo midiático .....	288
6.4.1.2	Cultura política/Militância.....	291
6.4.1.3	Movimento Social em que está envolvida.....	293
6.4.1.4	Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador.....	295
6.4.1.5	O sentido das práticas comunicacionais de Maca e a busca pela cidadania.....	298
6.4.1.5.1	Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto .....	298
6.4.1.5.2	Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância.....	299
6.4.1.5.3	Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais .....	299

6.4.2 Juanjo.....	300
6.4.2.1 Cultura profissional/trajetória/consumo midiático .....	301
6.4.2.2 Cultura política/Militância.....	303
6.4.2.3 Movimento Social em que está envolvido.....	304
6.4.2.4 Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador.....	306
6.5.2.5 O sentido das práticas comunicacionais de Juanjo e a busca pela cidadania.....	309
6.5.2.5.1 Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto .....	309
6.5.2.5.2 Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância.....	310
6.5.2.5.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais.....	310
6.4.3 Ozecai .....	310
6.4.3.1 Cultura profissional/trajetória/consumo midiático .....	311
6.4.3.2 Cultura política/Militância.....	316
6.5.3.3 Movimento Social em que está envolvido.....	318
6.4.3.4 Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador.....	320
6.4.3.5 O sentido das práticas comunicacionais de Ozecai e a busca pela cidadania.....	323
6.4.3.5.1 Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto .....	323
6.4.3.5.2 Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância.....	323
6.4.3.5.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais.....	324
6.4.4 Hazeina .....	324
6.4.4.1 Cultura profissional/trajetória/consumo midiático .....	326
6.4.4.2 Cultura política/Militância.....	328
6.4.4.3 Movimento Social a que está envolvida .....	329
6.4.4.4 Práticas de comunicação realizadas pela comunicadora .....	331
6.4.4.5 O sentido das práticas comunicacionais de Hazeina e a busca pela cidadania.....	335
6.4.4.5.1 Relações das práticas da comunicadora com o Movimento social e o contexto .....	335
6.4.4.5.2 Relações das práticas da comunicadora com sua cultura profissional e cultura política/de militância.....	335
6.4.4.5.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais.....	336
7 O COMUNICADOR NOS MOVIMENTOS ESTUDADOS .....	337

7.1 A configuração das práticas dos comunicadores a partir do movimento social e do contexto .....	337
7.2 Cultura profissional/política, de militância e o consumo midiático nas práticas dos comunicadores investigados .....	344
7.3 Sentidos das práticas de comunicação: <i>habitus</i> , mediação, táticas e estratégias .....	349
7.2.1 Mediação social .....	351
7.2.2 <i>Habitus</i> , estratégias e táticas.....	352
7.3 E onde fica o ambiente digital nesse fazer?.....	355
7.4. A cidadania comunicativa nas práticas da trajetória de sujeitos comunicantes .....	358
8 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	361
REFERÊNCIAS .....	369

## INTRODUÇÃO

Desde que o mundo é mundo existem movimentos sociais, muitos que pretenderam reformar o sistema, desconstruir, apontar uma outra lógica de convivência. Outros se formaram para manter tudo do jeito que estava. Desde o limiar da humanidade, conhecemos diversas formas de comunicação desenvolvidas. Algumas realmente quebraram os parâmetros existentes, outras reforçaram o *status quo*. Revoluções em datas variadas da história derrubaram poderes, estabeleceram forças e reinventaram relações. Essa pesquisa teve como intuito estudar uma pequena migalha desse grande processo de transformações sociais. Para chegar a discutir uma temática que existe desde a Grécia antiga, os postulados da cidadania, escolhe-se ter como fio condutor um ator social que está sendo desafiado a sobreviver no centro desse furacão que se formou em uma sociedade midiática, complexa e na qual seus integrantes se organizam para buscar melhores condições de sobrevivência.

A missão foi desafiadora e foi fácil sentir-se uma pequena formiga perto de tudo que abarca os principais conceitos aqui estudados. Ao final pretende-se contribuir com um testemunho do “agora” que estamos vivendo. Exatamente por estar no meio do olho do furacão dos acontecimentos, traçando pistas para desenhar explicações ou mesmo sentidos é que entendemos que esta pode ser uma contribuição do que se está trabalhando nesses dias tão complexos, dinâmicos e atuais.

Por essa razão, as pilastras mantenedoras desse projeto são representadas pelos movimentos sociais (e organizações sociais), por sujeitos comunicantes ali inseridos, pelos seus fazeres comunicacionais e o que os transpassa, como o contexto sócio-econômico-político e midiático, o uso da ambiência digital nesses fazeres e o que tudo isso tem a ver com os novos estudos sobre cidadania comunicativa.

A pergunta problema norteadora desse trabalho é: Como se configuram as práticas comunicacionais digitais de sujeitos comunicantes inseridos em movimentos sociais de Curitiba (Brasil) e Sevilha (Espanha) na perspectiva de suas trajetórias de comunicadores e como se vinculam à cidadania comunicativa? A partir dessa problemática que por inúmeras vezes também foi repensada com o andar da carruagem, pudemos traçar algumas linhas de respostas, de explicações que foram sendo encontradas no caminho.

Essa investigação, que começou em 2010, e tateou diversos caminhos, teve como objetivo principal, então, investigar e compreender as práticas comunicacionais de

comunicadores inseridos em movimentos sociais de Curitiba (Brasil) e, mais tarde, de Sevilha (Espanha) por meio de suas trajetórias e suas vinculações com a cidadania comunicativa. Um objetivo amplo que tenta incluir nesse escopo as percepções encontradas no meio do caminho, porque aqui as descobertas foram mostrando outras direções e outros componentes que não estavam previstos no início. O leitor irá dizer: sim, mas é isso que se espera de uma pesquisa. E ele terá razão. Mas quando você entra em um processo investigativo com várias pressuposições e vai derrubando uma a uma é impossível conter o desnorteamto. Foram vários momentos assim. Nem por isso desanimadores. O que se tenta mostrar aqui nesse documento, que acabou ficando talvez grande demais e deixou muitos detalhes fora dele por ser impossível tabular com total precisão 150 páginas de entrevistas transcritas em dois idiomas, é essa busca de direções, um virar aqui e sair dali para entrar acolá e continuar. Enfim, para se alcançar esse objetivo principal, o desafio foi concretizado em passos que deram suporte e norte às buscas, que denominamos de objetivos específicos: contextualizar aspectos relativos às transformações do contexto comunicativo nos movimentos sociais e das atuações de seus comunicadores, em particular dos movimentos investigados; registrar, sistematizar e analisar a atuação dos comunicadores no âmbito dos movimentos sociais; verificar como a *identidade, a bandeira, as demandas e as concepções e estratégias comunicacionais* presentes no âmbito do movimento social constituem a atuação desse comunicador; analisar como a *cultura profissional, as competências midiáticas/digitais* e a *cultura política/de militância* configuram os comunicadores nos diversos formatos comunicacionais e analisar como esta atuação se relaciona com a construção da cidadania comunicativa nos movimentos sociais.

Assim, o propósito de entender a trajetória de vida midiática de comunicadores inseridos em movimentos sociais é trabalhar com um tecido em que se tramam a própria história desses sujeitos comunicantes e suas práticas, o contexto sócio-cultural-econômico-político-histórico e a influência desse contexto nessas trajetórias, as pressões e demandas específicas do movimento social e de uma sociedade midiaticizada e a subjetividade da pesquisadora e suas crenças. Engana-se quem pensa que isso pode ser feito isento das ideologias ou bagagens que se carrega. Tenho consciência que os óculos de que Bourdieu fala quando se refere aos jornalistas estavam presentes na minha caminhada também. Como jornalista e pesquisadora, aprendi nessa caminhada com os meus colegas e professores que a isenção não existe, assim como a imparcialidade no jornalismo. Assim, para garantir uma ética da investigação, se assim podemos dizer, é

importante deixar claro a que se veio. Dessa forma, o leitor tem a possibilidade e a liberdade de fazer por si seus julgamentos do que lê. Acredito, então, que por meio da comunicação podemos ainda transformar o mundo. Que, como um martelo, é ferramenta que pode ser utilizada para qualquer propósito, desde matar alguém até construir uma catedral. Penso que os sujeitos que estão por trás da comunicação de verdadeiros movimentos sociais são como soldados em campo, que podem estar perdidos em meio a um contexto de sociedade midiaticizada que faz muitos ficarem tontos, mas só por estarem tentando, por estarem no *front* dessa luta, há esperança. Por fim, concebo que determinados dispositivos sociais podem influenciar mais ou menos nesse fazer comunicação nos movimentos sociais e nessa busca por cidadania, mas deixo para o leitor ir catando as pistas e encontrando os elementos do meu pensar no meio do texto. Afinal, vai ter um pouco de mim aqui e ali como há um pouco do sujeito investigador em qualquer pesquisa.

Nesse pacote que pretende reunir tudo que foi coletado e refletido nessa caminhada tenho a opção conceitual por uma transmetodologia, isto é, a construção metodológica de acordo com a caminhada. Depois de incursões exploratórias em dois contextos diferentes: Curitiba e Sevilha, decidiu-se pela trajetória de vida comunicacional como uma das formas de se conseguir responder às perguntas-problema que foram se construindo.

Ao mesmo tempo, uma base conceitual teórica foi se tornando necessária e, por essa razão, caro leitor, você encontrará aqui discussões sobre os conceitos de movimentos sociais e novos movimentos sociais (para satisfazer o cenário europeu), uma viagem sobre as questões que envolvem essa transformação de sociedade de massas à midiaticizada e o ambiente digital que se estabelece ali, conceitos que envolvem o profissional comunicador como: as habilitações, mediação, competência comunicacional, *Habitus* (Bourdieu), táticas e estratégias (Certeau) e o intelectual orgânico (Gramsci) para tentar desvendar as práticas desses sujeitos e, por fim, o que entendemos por cidadania comunicativa.

Importa ainda dizer que trago aqui para você, caro leitor, dois contextos com quatro comunicadores, cada um, como objetos empíricos de busca. Em Curitiba foram pesquisados quatro sujeitos comunicantes inseridos em movimentos sociais, e, em Sevilha, por meio de um estágio sanduíche, outros quatro comunicadores, também inseridos em movimentos sociais locais.

Para dar direção a essa trilha, explico que o capítulo 1 traz a problematização e a justificativa de maneira mais ampla, a fim de situar a investigação. No capítulo 2 o leitor encontra as concepções relativas ao que entendo por metodologia, a construção da caminhada metodológica e as principais descobertas que foram ajudando a tomar decisões nesse âmbito. No capítulo 3 falamos um pouco sobre o contexto onde se estabelecem as relações existentes entre o ambiente digital, os comunicadores e movimentos sociais de Curitiba. O capítulo 4 traz os pilares teóricos que pretendem dar sustentação a argumentação dessa pesquisa: movimentos sociais; o comunicador, ambiente digital e cidadania comunicativa. O capítulo 5 apresenta os quatro comunicadores investigados de Curitiba e os movimentos sociais a eles ligados e já traz as análises individuais. O capítulo 6 começa descrevendo o contexto do contraponto à pesquisa no Brasil, que se deu em Sevilha, depois descreve os quatro comunicadores espanhóis e os movimentos a eles ligados e arremata com algumas percepções individuais de cada um. O capítulo 7 entrelaça todas as análises a partir das dimensões definidas pelo problema de pesquisa, iluminando essas reflexões com alguns resgates do capítulo teórico. No capítulo 8, tenta-se fechar essa investigação destacando-se as principais conclusões dessa busca de quatro anos.

O que se apresenta é que muito mais aspectos do que se poderiam supor e prever no início dessa pesquisa foram aparecendo nessa caminhada. Questões voltadas para o acesso às tecnologias, à forma como a militância fez parte da vida dos comunicadores, a construção dos movimentos e organizações sociais aqui vistas e como a busca da cidadania no fazer cotidiano se encaminha foram aparecendo nesse caldo complexo. E foi isso que fez essa trajetória tão instigante. Seja bem-vindo, leitor, a este intrigante mundo das práticas de comunicadores contemporâneos inseridos em movimentos sociais.



## 1 OS CONTORNOS DA PROBLEMÁTICA

Os embates sociais, em que formas de governo e de convivência em sociedade, formas de justiça e os próprios conceitos de cidadania foram questionados e reconfigurados, de certa forma, pela história que conhecemos, sempre existiram. Revoltas no Egito, Índia, Grécia, Roma, China, aconteceram em datas que remetem a períodos datados com o “A.C<sup>1</sup>” e que nem sempre são estudadas com os “óculos” atuais e nem sempre colocadas no campo do que hoje podemos chamar movimentos sociais. A nomenclatura “movimentos sociais” data de um tempo muito mais recente, em uma França Ocidental e ignora muitas outras verdadeiras batalhas que foram marcando a disputa e os conflitos que sempre existiram. Há quem diga que é da índole do ser humano alimentar sempre um projeto de poder, uma sanha de dominação do mundo, da natureza e muitas vezes dos seus. Mas é inegável que a dor dos oprimidos ou mesmo um senso de justiça de determinados grupos de alguma ou de outra forma fez frente a esse projeto de poder. Ainda faz. Em todos os cantos do mundo, experiências e iniciativas de se estabelecer uma sociedade igualitária e justa apesar das diferenças culturais estão se desenvolvendo. Umas mais voláteis que outras, mas que sempre dão sua contribuição para “acordar” comunidades inteiras contra a exploração econômica, as desigualdades sociais e as exclusões culturais.

Nessa pesquisa, nosso olhar se foca em uma história bem mais recente, em que trazemos um contexto localizado em um continente muito novo, praticamente recém descoberto e que já tem cicatrizes para mostrar. Há ainda nessa pesquisa o contraponto com um contexto do continente velho que, com outra cultura e outra história, também vê essas lutas acontecerem em seu chão.

A América Latina e o Brasil, contexto mais amplo onde se situa a nossa pesquisa, foram palco do que Galeano (1991) batiza como saque. Os habitantes do continente velho encontraram novas terras, novas riquezas, novos povos e nesse objetivo de poder, subjugar as populações que aqui viviam. Entre essas disputas e outras que acontecem até hoje, dezenas de grupos organizados foram se formando para estabelecer relações mais humanas entre governantes e governados, sistemas de organização de sociedade mais justos e com filosofias diferentes. No decorrer de sua história, o país passou pelas mãos de vários projetos de poder. Foi testemunha de uma colonização “extrativista”, uma monarquia, uma república velha, um regime militar que

---

<sup>1</sup> Antes de Cristo.

deixou marcas até os dias de hoje e uma nova república que está tentando estabelecer um regime democrático apesar do jeito de se fazer transição e dos traumas deixados pela violência da ditadura. Nossa pesquisa se inicia resgatando boa parte dos efeitos desse regime em práticas de comunicadores de alguns movimentos sociais que vieram na nova república.

O que podemos apontar, de início, é que a caminhada das organizações e movimentos sociais no Brasil, desde os anos de “chumbo” da ditadura até os dias atuais desse terceiro milênio atravessou profundas alterações<sup>2</sup>. De atitudes e posturas combativas, que promoviam um enfrentamento entre a sociedade civil organizada e o Estado, viu-se abrir um leque de novas configurações tanto dos movimentos quanto de suas ações. Os conflitos não são os mesmos<sup>3</sup>. A maneira de lidar com eles também não é a mesma. Dentre as transformações realizadas, viram-se movimentos que se mantiveram com uma posição mais combativa, formados em bom número por voluntários militantes que possuíam dentre suas ânsias a mudança das lógicas sociais. Outros se institucionalizaram fazendo parte do grande *boom* de ONGs nos anos 1990 que tinha, dessa maneira, um caminho na conquista de financiamentos para suas ações, que vinham do próprio Estado ou de organizações internacionais. O intuito era encontrar formas de promover suas bandeiras, que podiam ser a busca por direitos humanos e cidadania, pela preservação do meio ambiente, por terra para todos, por moradia, por educação, por igualdade de gênero, contra a violência, por geração de renda, por uma economia solidária, enfim, por dimensões diversas relacionadas ao conflito social. As ONGs, que eram organismos originalmente criados para dar suporte técnico aos movimentos acabam por tomar, em muitos casos, o lugar desses, institucionalizando as lutas e administrando os financiamentos (MONTAÑO, 2005).

Com a institucionalização e a busca por um fazer mais técnico as estratégias comunicativas, que antes se concentravam em soluções alternativas aos meios de comunicação de massa - que na época (nos anos 1970 e 1980) figuravam como cenários hegemônicos da informação - também foram se modificando. Acostumados a elaborar panfletos caseiros, pasquins, cartazes, realizar passeatas, utilizar rádio-corneta, distribuir filipetas voadoras, fazer tevê de rua, esses movimentos viram surgir formas de produção de comunicação mais amplas, como as rádios-comunitárias e, mais recentemente, a rede mundial de computadores. A abertura democrática ainda estimulou as possibilidades de

---

<sup>2</sup> Ver Gohn (2005), Peruzzo (1998), Sherer-Warren (1993), Montaña (2005).

<sup>3</sup> Touraine (1998).

inter-relação com a mídia de massa, já que a busca pela iniciativa popular, pela comunidade (dentro do conceito do glocal), pela cidadania e pela participação de todos acabou ganhando - ainda que este ganho não signifique a incorporação de todos os seus significados em sua complexidade - as pautas desses meios.

Na atualidade, é possível encontrarmos movimentos sociais específicos de luta em relação à comunicação e à democratização<sup>4</sup>, mas movimentos com bandeiras diversas também começaram a repensar suas formas de comunicação e a visualizá-la como dimensão estratégica para divulgar suas demandas e se posicionar na arena social. Esses movimentos de aproximação aconteceram – e continuam se alterando, pois os processos são dinâmicos – ao mesmo tempo que uma sociedade cada vez mais midiaticizada foi se conformando.<sup>5</sup> Dessa forma, movimentos, grupos e organizações que privilegiavam a comunicação alternativa – construída a partir de cartazes, folhetos, panfletos, cornetas - há duas ou três décadas passaram a pensar os processos de comunicação de maneira estratégica. Houve uma orientação destas organizações no sentido de buscarem pensar a comunicação de maneira a obter lugar de destaque nos planejamentos de ação periódicos. Isso, entre outras razões, pela própria necessidade de satisfazer parâmetros de divulgação impostos por financiadores e, ou para atingir públicos específicos de maneira mais ampla e, ou para traçar redes de trabalho globalizadas e, ou, ainda, para legitimar sua existência e sua atuação em uma sociedade midiática. Como exemplo desse movimento em busca de uma comunicação mais planejada e caminhando para o âmbito digital, Moraes (2000) traz o *Movimento dos Sem Terra*, a *Central Única dos Trabalhadores*, o *Greenpeace* entre outros. Surgem, ainda, organizações formadas com o objetivo de facilitar a aproximação das ONGs e movimentos sociais com a imprensa (tevé, rádio e jornal) ou mesmo para auxiliar no planejamento de estratégias de comunicação adequadas a cada necessidade. Entre elas estão a *Central de Notícias dos Direitos da Criança e do Adolescente - Ciranda*, a *Agência de Notícias dos Direitos das Crianças e dos Adolescentes – ANDI*, o *Cefuria* com cursos de capacitação em comunicação, entre outros.

Paralelo a essa abertura para uma relação mais democrática entre as três esferas (Estado, mercado e civil) vimos a sociedade de massas ou uma sociedade dos meios caminhar para uma sociedade midiaticizada que, ao mesmo tempo em que viu a expansão

---

<sup>4</sup> Intervezes é um exemplo com atuação no Paraná.

<sup>5</sup> Efendy Maldonado (2011) recupera alguns aspectos destes processos de midiaticização e de seu aprofundamento nas últimas décadas do século XX.

das mídias, foi se aprofundando e exercendo papel configurador nos diversos âmbitos sociais. A centralidade dos processos informacionais deixa de se localizar nos meios de comunicação de massa para se complexificar com a criação de outros espaços como as rádios-comunitárias, tevês-comunitárias, diversos veículos impressos de variadas linhas político-ideológicas e a grande rede de computadores, a Internet. Para pensar as transformações relacionadas ao processo de digitalização, Castells (2003) propõe o conceito de sociedade em redes, a partir da qual o mundo se tornou a aldeia global em que tudo pode se interligar. Movimentos sociais, antes alijados e sem voz perante a sociedade e a opinião pública, descobrem a força da mobilização que se inicia e, ou se configura através de redes virtuais e se transporta para o real. As denúncias acabam alcançando distâncias que em outro tempo não seriam possíveis, influenciando no desenlace de questões locais. A velocidade das publicações e das respostas sobre novas informações (muitas vezes sem filtros ou censuras) nos dias atuais e o espaço libertário (CASTELLS, 2003) que a Internet potencia desde sua origem podem propiciar a voz e a repercussão que muitos desses grupos almejavam durante décadas para expor seus propósitos, lutas, sua versão dos fatos e para serem levados em conta socialmente.

Mas há mais caminho a se percorrer. Questões como o acesso à tecnologia que torna esse movimento informacional mais democrático, o conhecimento técnico requerido para a apropriação efetiva das novas possibilidades como redes sociais, blogs e *websites* e a própria convergência dessas plataformas com os outros meios de comunicação, inclusive os de massa, mostram-se um desafio de relevo para os movimentos sociais. Em tempos de cibercultura, de novos territórios simbólicos, comunidades e redes virtuais, o ambiente digital mostra-se como uma esperança mas, ao mesmo tempo, como um caminho que pode conter diversas armadilhas para os movimentos. Riscos de simplesmente transferir as lógicas hegemônicas para o uso dessas plataformas e de utilização sem o conhecimento efetivo das consequências das ações nessa ambiência, dentre outros, podem comprometer a busca e uso da comunicação para se alçar lugar na arena social e, a cidadania comunicativa<sup>6</sup>, nestes movimentos.

Neste cenário de investimento em processos comunicacionais realizados dentro de cada organização, as atenções desses grupos que querem um lugar no imaginário

---

<sup>6</sup>O conceito de cidadania comunicativa que aqui assumimos será explicado no capítulo 4 e parte das reflexões e investigações de Maria Cristina da Mata e sua equipe (Argentina) e Carlos Camacho (Bolívia).

social (LACERDA, 2002) recaem sobre o comunicador, aquele que torna possível e real essa construção de estratégias de comunicação dentro da organização a fim de atingir públicos diversos. Mas quem é esse comunicador? E como ele tem trabalhado essa comunicação, na ambiência digital, dentro das organizações e movimentos sociais? É possível que esse ator seja desde o militante que faz o que aprendeu com o coletivo, em cursos populares, até o formado em comunicação que domine as técnicas de produção midiática, de relacionamento com a imprensa, de mediação com os diversos públicos e que mesmo entenda quais as melhores ferramentas que podem ser utilizadas em cada situação. Ou, ainda, essa comunicação pode ser uma repetição de lógicas midiáticas que estavam e estão sendo utilizadas pela imprensa hegemônica, nem sempre tão bem discutida e voltada para as decisões coletivas, como diversos movimentos almejam.

Em vistas do mercado que comunicadores formados encontram quando saem das faculdades de Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas ou Rádio e TV, movimentos sociais e ONGs estão se tornando mais uma opção interessante de trabalho (DUARTE, 2002). Ao mesmo tempo, a garantia do “emprego” e da estabilidade em funções tradicionais não existe mais. Novas configurações e desafios estão surgindo no mercado da comunicação exigindo, muitas vezes, um profissional múltiplo, que possua o conhecimento técnico mas que agregue, também, a formação humanística acima de tudo. Movimentos sociais e instituições da sociedade civil podem ser considerados mais um grupo de organizações que fazem parte desse cenário que tende a demandar profissionais que detenham conhecimento aprofundado em técnicas e estratégias de comunicação. E, ainda, esse comunicador é convocado para trabalhar com o processo de mediação social (MARTÍN BARBERO, 2003), no qual deve servir como ponte entre essas novas organizações que se profissionalizam e as outras instâncias sociais, como outras instituições, órgãos governamentais, imprensa, públicos atendidos, sociedade, entre outros.

A trajetória desse profissional pode guardar ainda algumas particularidades. É possível encontrar vínculos que se traduzem em valores sociais e de conduta comuns entre os profissionais que trabalham nessa área. Pode não se tratar somente de “mais um campo de trabalho” para o comunicador aí inserido. Para muitos, pode ser a realização de um propósito missionário, um comprometimento relacionado à transformação social, uma opção pelo trabalho voltado para a criação de novas composições comunicativas e sociais, uma busca pelos desafios de ser mais que um técnico em comunicação (BASSFELD, 2009). Esses desafios devem ser vistos como prática contínua na qual o

comunicador se transformaria em articulador social, unindo públicos por meio das ferramentas a que tem acesso e trilhando um caminho de intervenção em que ele se tornaria gestor do processo de democratização das práticas comunicativas, abrindo o acesso para que outros atores possam fazer parte e se utilizar desse ferramental técnico para a promoção social e da cidadania, de uma cidadania comunicativa (MATA et al., 2009).

Mas dentro de uma realidade em que o próprio “terceiro setor” é considerado um *Frankenstein* (GOHN, 2003), entender como esse profissional opta por determinadas estratégias de comunicação, o que o motiva no cotidiano do seu fazer, o que configura seu *habitus* (BOURDIEU, 1983), ou mesmo se utiliza táticas ou estratégias no seu fazer comunicação (CERTEAU, 2013), quais as influências que sofre tanto de sua própria trajetória de vida quanto da caminhada da organização ou movimento social, as imbricações da militância e ainda, quais as implicações e pressões que resultam de uma sociedade midiaticizada, é parte do nosso trabalho. É, também, um desafio tanto para os que trabalham na área quanto para os que preparam os novos comunicadores para atuarem em um novo mercado que inclui esse cenário.

Curitiba foi colonizada por poloneses, ucranianos, portugueses, alemães, italianos e japoneses, em sua maioria, o que fornece à sua população a pecha de que são frios ou difíceis de interagir por pessoas que ali aportam. Possui divisão classista muito clara e somente nessa última eleição, por mais de 20 anos tendo governos de direita, é que elegeu um candidato de centro. Com uma capital assim, era de se esperar que o estado do Paraná não se estabelecesse como bom berço para movimentos sociais. Mas paradoxalmente, os principais e mais fortes movimentos que tomaram espaço e se mantêm no Brasil tiveram suas discussões iniciais no estado: MST e CUT<sup>7</sup>.

Já Sevilha possui um fervilhamento de povos desde sua tenra história, ao redor de 800 a.C.. Cartagineses, romanos, bárbaros, mouros e espanhóis se digladiaram naquelas terras deixando sinais de seus costumes e de sua presença até os dias de hoje. Recentemente a questão da moradia, entre outras reivindicações, é algo que estremece a cidade. Desde casas antigas sendo ocupadas por todo o tipo de movimentos, os *Centro Sociais Okupados* (CSO), até as ocupações de edifícios e moradias vazias por famílias

---

<sup>7</sup> Em entrevista com o comunicador do *Reage Brasil*, comentamos sobre essa característica no Paraná: os movimentos aqui nascem, mas não se sustentam ao longo dos anos e perdem força até se esvaziarem no estado.

inteiras que foram despejadas de suas casas por causa da crise que assola o país, são alguns dos exemplos do que se está promovendo na cidade espanhola.

Dessa maneira, entender como a comunicação tem se estabelecido nos movimentos que resistem em ambas as cidades, *a partir das práticas dos comunicadores*, é também descobrir um pouco como as lutas têm utilizado a comunicação para mudar esses cenários de efemeridade nas mobilizações nas duas localidades e de como têm encontrado caminhos para a construção de cidadania comunicativa. No contexto de Curitiba, as *bandeiras* dessas organizações selecionadas acabam abrangendo as principais demandas dos movimentos no estado, conduzidas por centenas de outros movimentos locais: direitos humanos (incluindo minorias como raça, gênero e classe); direito à terra (inclui-se moradia e comunidades étnicas em risco); políticas públicas e a reflexão sobre decisões macro que influenciam o local e geração de renda e autonomia econômica. Em Sevilha, como dito, a questão da moradia é o que de mais grave se mostra na atualidade, mas isso não a isenta de grandes greves, da atuação do movimento feminista e do *15M*<sup>8</sup>, que é um movimento que começou na internet, mobiliza muitos espanhóis de diversas ideologias e abarca diversas bandeiras.

Outra dimensão que indica um caminho frutífero para a análise dos processos comunicacionais dentro dos Movimentos Sociais em Curitiba é o comportamento da mídia hegemônica. Com somente um jornal forte<sup>9</sup> que possui linha editorial conservadora, as discussões amplas e que podem abranger todas as áreas sociais ficam longe de atingir a massa da população. As oito emissoras de TV, incluindo uma público/estatal, possuem também programação sofrível e que muito pouco agrega de tratamento em relação a todos os grupos sociais.

Há uma TV que se nomeia comunitária e mais cinco rádios que se configuram como comunitárias. Entretanto, se pensamos estas mídias a partir do conceito de mídia comunitária (PERUZZO, 1998, 2006) vemos que essas emissoras não possuem um processo efetivamente comunitário de trabalho. Em relação às rádios, um aluno orientado por mim desenvolveu pesquisa como projeto de conclusão de curso checando os processos desenvolvidos nas cinco rádios “comunitárias” em relação ao que diz a lei

---

<sup>8</sup>Falaremos dele mais à frente.

<sup>9</sup>Em 2011 a *Gazeta do Povo* – jornal mais tradicional – comprou o segundo em vendagem em Curitiba, configurando um monopólio midiático, mesmo as duas publicações tendo públicos-alvo diferenciados.

9612 que regulamenta o serviço de rádio difusão<sup>10</sup>. Dentre as rádios investigadas (uma não aceitou ser pesquisada) nenhuma delas respondia efetivamente ao que a lei propunha. As quatro que aceitaram ser pesquisadas eram controladas por pequenos grupos. Destaco a fala do diretor de uma das rádios: “as pessoas não querem participar, a gente abre oportunidade, mas elas não vêm”. Não foi o que ouvi em conversas informais com integrantes de diversos movimentos sociais.

Mesmo não tendo mergulhado na leitura da mídia hegemônica de Sevilha a contento para poder fazer uma análise, é possível dizer que o que se encontra não é muito diferente de Curitiba. As emissoras de TV nacionais e o jornal *EL País* representam a força dos poderes econômico e político vigentes. As emissoras locais se prestam muito mais a falar de tradições (muito forte ali) do que o que é comunitário efetivamente. Mesmo assim, vamos ver mais à frente maior tendência dos comunicadores dos movimentos de Sevilha em entrarem em contato com essa mídia do que vimos em Curitiba. Em um cenário comunicacional como esse, e considerando as possibilidades e potencialidades que a midiatização digital abre para as práticas comunicativas dos movimentos sociais, é relevante entender como estes movimentos têm utilizado a comunicação e o que seus profissionais têm desenvolvido no ambiente digital (não controlado pela mídia hegemônica). Também é importante entender se esses comunicadores têm consciência da possibilidade que têm em mãos de promover efetivamente a cidadania comunicativa por meio dos seus afazeres cotidianos, pelo menos até o nível de uma cidadania comunicativa exercida<sup>11</sup>, tanto por esse comunicador quanto pelo público que por ele é atingido. Soluções estão sendo buscadas para que as diversas vozes se disseminem, e investigar como isso tem acontecido é também a pretensão desta pesquisa.

Em vista do que se coloca, a questão central que norteia a investigação é a seguinte: ***Como se configuram as práticas comunicacionais digitais de sujeitos comunicantes inseridos em movimentos sociais de Curitiba (Brasil) e Sevilha (Espanha) na perspectiva de suas trajetórias de comunicadores e como se vinculam à cidadania comunicativa?***

<sup>10</sup> O trabalho foi realizado por Ronaldo Paula de Freitas e se intitula *O comunitário nas rádios comunitárias de Curitiba*. O aluno realizou entrevista em profundidade com os líderes de cada rádio (foram quatro porque uma não permitiu a pesquisa), observação e análise da grade de programação.

<sup>11</sup> Mata et al. (2009), ao trabalhar a noção de cidadania comunicativa, propõe que ela pode se dar em quatro níveis de realização: formal, reconhecida, exercida e ideal. A cidadania comunicativa exercida, nesta proposta, é pensada como o próprio nome diz, seus indivíduos a exercem-na na comunidade, isto é, há uma prática social reivindicatória dos direitos inerentes aos cidadãos, pedindo a vigência dos mesmos ou ampliação. Este conceito é desenvolvido no Capítulo 4.



Em torno desta indagação central, outras questões mais específicas orientam os aspectos que constituem a problemática desta pesquisa:

- Como as possibilidades oferecidas pelo *ambiente digital* são apropriadas nestas práticas realizadas pelo comunicador no contexto do(s) movimento(s) social(s) a que está vinculado?
- De que maneira as possibilidades comunicacionais/midiáticas, incluindo o ambiente digital, foram/são apropriadas no trabalho do comunicador no movimento social?
- Como a *cultura profissional*, as *competências midiáticas/digitais* e a *cultura política/de militância* constituem a atuação desse comunicador?
- De que modo a *identidade*, a *bandeira*, as *demandas* e as *concepções e estratégias comunicacionais* presentes no âmbito do(s) movimento(s) social(is) configuram a atuação do comunicador?
- Como essa atuação se relaciona com a *construção da cidadania comunicativa*?

### **1.1 Justificativa e Objetivos**

Os movimentos sociais tiveram que enfrentar, nos últimos anos, diversos desafios impostos pela nova forma de governo no Brasil, pela globalização, pelo advento da sociedade da informação e pela demanda da própria sociedade. Rever alguns dos processos de trabalho foi uma das premissas para se continuar atuante. Entre essas “reformas” estruturais e processuais, pode estar uma visão inovadora da maneira de se comunicar com a sociedade, com os seus públicos específicos, com financiadores e com os meios de comunicação de massa, principalmente apontando para o uso de ferramentas digitais. Nessa busca por uma nova forma de comunicação, muitos comunicadores estão servindo de assessores técnicos na criação de metodologias ou mesmo na formatação de um trabalho contínuo de comunicação dentro dessas organizações. Num primeiro momento, a partir desta pesquisa, pode-se começar a visualizar uma nova área de atuação para os profissionais de comunicação, sejam eles jornalistas, relações públicas ou ainda de outras áreas como a publicidade e o marketing, assim como as demandas que esta área coloca para pensar o papel do comunicador na construção da cidadania comunicativa nestes movimentos.

Aqui também se pretende entender essa nova “missão” do comunicador social, o que pode levantar novas ideias sobre a própria posição desse indivíduo na sociedade. É possível que seu papel social possa ser desempenhado de outras formas nesse novo

cenário. Pensar como essas transformações comunicacionais estão incidindo nas práticas de organizações e movimentos sociais pode contribuir para pensar aspectos relacionados à constituição da sociedade civil organizada hoje, como seus integrantes têm se relacionado com outras esferas e o quanto as parcerias ou mesmo embates nesse campo político econômico se alteraram, principalmente no que se refere aos processos comunicacionais no contexto da midiática digital.

O fortalecimento de canais para envio de informação, sejam eles de massa, alternativos ou dirigidos dentro do ambiente digital, pode propiciar novas formas de divulgação de realidades a fim de se conseguir o comprometimento de parcelas maiores da opinião pública com as demandas sociais. E o profissional de comunicação pode se configurar como o mediador desses processos, ajustando as relações comunicativas entre as organizações e movimentos, seus públicos e as outras instituições sociais externas.

Essa participação no cenário digital pode colaborar para a democratização de voz que não tem acontecido, de modo geral, nos meios de comunicação de massa já que forças relacionadas ao poder econômico e político sempre estiveram presentes nesses meios. Logo, essa pesquisa poderá contribuir para a compreensão da participação da grande rede na democratização e mobilização de grupos sociais.

A investigação em questão pretende colocar algumas luzes nessas novas práticas, nesses novos usos midiáticos, nesses renovados sentidos comunicacionais. As questões que serão verificadas podem fornecer elementos para compreender novos comportamentos comunicacionais e midiáticos desses movimentos, trazendo conhecimento sobre como esses grupos e profissionais têm se posicionado nessa arena complexificada. Esses resultados poderão fornecer subsídios para uma melhor preparação do profissional de comunicação na academia, estimulando-o para essa área de atuação; poderão também, fornecer subsídios para pensar estratégias comunicativas que potencializem a construção da cidadania comunicativa nestes movimentos. Além disso, os dados aqui trabalhados, somados aos de outros pesquisadores que estão desenvolvendo investigações sobre os rumos das comunicações dentro dos movimentos sociais, poderão fortalecer e determinar investimentos em projetos de políticas públicas de comunicação na caminhada de aproximação entre a academia e a sociedade civil.

Como contribuição ao campo da comunicação, esse trabalho irá se somar, principalmente, às pesquisas desenvolvidas por grupos de pesquisa com temática voltada a cidadania: o Grupo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, da Sociedade

Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação – Intercom (Brasil), o Grupo de Trabalho 8, de Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía, da Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación – ALAIC (América Latina) e o Compolíticas (Espanha). Nestes grupos, investigadores do Brasil e da comunidade íbero-americana têm trazido e discutido os aportes de novos processos comunicacionais nas construções realizadas em organizações e movimentos sociais.

Propõe-se que esse olhar para o ator que promove as práticas comunicacionais dentro do movimento e como elas se configuram a partir de todo o cabedal de influências que esse comunicador sofre é, ainda, novo dentro do contexto de investigações que englobam as práticas comunicacionais realizadas pelos movimentos sociais em uma ambiência digital. Dessa maneira, essa investigação pretende contribuir para compreender a trajetória de vida do comunicador nesse fazer comunicação no ambiente digital pensando suas potencialidades para a construção da cidadania comunicativa nos movimentos em que estão inseridos.

A proposta dessa investigação tem relação também com a posição da investigadora que se assume como comprometida com essa busca da realização da cidadania nos mais diversos grupos, principalmente na construção de caminhos que levem e unam as descobertas da academia aos diversos grupos sociais, particularmente aos aliados das trocas de informações. Dessa maneira, essa pesquisa não é neutra, mas engajada. Desde muito cedo, a partir das vivências constituídas em uma família ligada de maneira estreita aos grupos da Teologia da Libertação da Igreja Católica, do envolvimento político-militante e da descoberta da comunicação como vocação, desenvolve projetos e investigações que tragam luz à comunicação como transformação, como mudança e como igual oportunidade de dar voz a todos os grupos. Assim, o propósito pessoal dessa investigação quer se traduzir numa contribuição em relação ao cenário que se constrói na comunicação desenvolvida nos movimentos sociais, aos atores e à ambiência (nova) digital que se coloca como opção de efetivação da cidadania. Além disso, trazer como contraponto um cenário que se estabelece em outro contexto, o de Sevilha, na Espanha, oferta novos olhares sobre como esses processos de comunicação nos movimentos sociais, seus sujeitos comunicantes e o efetivo uso da ambiência digital se estabelecem. Questões margeantes como acepções do que seria militância para cada comunicador em cada ambiente, o conceito do que é um movimento social em cada localidade pesquisada, visões da cidadania comunicativa e, principalmente, como essas lutas estão se posicionando frente a formas de governo ou

posição da mídia de massa podem oferecer novas formas de se pensar a cidadania comunicativa. As diferenças contextuais e a possibilidade de visualizar elementos transversais em ambos os cenários também poderão iluminar a compreensão das práticas comunicativas nos movimentos sociais inseridos em cada situação.

Neste sentido, estabelece-se para esse trabalho o **objetivo principal** de investigar e compreender as práticas comunicacionais de comunicadores inseridos em movimentos sociais localizados em Curitiba e Sevilha por meio de suas trajetórias de vida e suas vinculações com a cidadania comunicativa.

Para chegar a algumas dessas respostas, os **objetivos específicos** foram definidos como: contextualizar aspectos relativos às transformações do contexto comunicativo nos movimentos sociais e das atuações de seus comunicadores, em particular dos movimentos investigados; registrar, sistematizar e analisar a atuação dos comunicadores no âmbito dos movimentos sociais; verificar como a *identidade, a bandeira, as demandas e as concepções e estratégias comunicacionais* presentes no âmbito do movimento social constituem a atuação desse comunicador; analisar como a *cultura profissional, as competências midiáticas/digitais e a cultura política/de militância* configuram os comunicadores nos diversos formatos comunicacionais e, por fim, analisar como esta atuação se relaciona com a construção da cidadania comunicativa nos movimentos sociais.

Espera-se que o resultado dessa busca traga algumas respostas em relação a caminhos que estão dando certo na busca de um mundo em que a cidadania efetiva, cosmopolita (CORTINA, 2005) e mesmo comunicativa em um nível ideal (MATA et al., 2009) não se estabeleça somente para alguns ou se restrinja a tema de discussão nas escolas.

## **2 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS: O CAMINHO SE FAZ AO CAMINHAR**

Traçar o caminho percorrido nesses quatro anos e as opções metodológicas tomadas nesse processo é um dos objetivos desse capítulo. Aqui, ainda, o leitor poderá entender como o conceito de transmetodologia foi entendido e assumido nessa investigação.

Nesse capítulo ainda estão apresentados os procedimentos e decisões a partir do que foi sendo encontrado tanto em pesquisas e investigações de outros autores, nas buscas teóricas, quanto nas investigações exploratórias realizadas especificamente para

coletar pistas de trajetos a serem percorridos empiricamente. Aqui estão reconstruídas as idas e vindas em campo, as constatações realizadas e as decisões que foram tomadas a partir desses achados. São quatro movimentos exploratórios antes da etapa sistemática.

## 2.1 Concepções sobre o método na pesquisa científica

Investigar cientificamente pressupõe, entre tantos elementos, um trabalho voltado a métodos específicos, de natureza científica, que deem à investigação o rigor e a concretude de conhecimento que se origina na ciência e que tenham como resultado descobertas que possam ser comprovadas e críveis. Por essa razão, o método deve ser pensado, testado e revisto no processo de construção do problema de pesquisa e de definição do seu objeto de maneira a garantir os pressupostos de conhecimento científico.

Maldonado (2011, p.278) explica que o campo científico atual é fruto de uma longa trilha realizada na “geração de teorias, lógicas e experiências (...) que desencadeou a constituição de estruturas sociais especializadas em meados do século XIX para organizar a produção de conhecimentos de alto nível nos setores de pensamento, que hoje se designam como ciências humanas e sociais.” Desde então, a ciência nos diversos campos tem sido construída, revista e reconstruída pelas descobertas realizadas.

A primeira questão que se interpõe nessa construção investigativa é a certeza de que uma das especificidades do campo da comunicação como ciência é considerar que seus objetos de investigação e a própria problemática que se coloca **são dinâmicos**, estão em movimento, em alteração constante. Assim, estabelecer metodologias fixas prontas, estáveis, desvinculadas<sup>12</sup> de um constante tensionamento epistemológico é apostar no esvaziamento de todos os sinais e possibilidades de descobertas que o campo, o objeto e a própria problemática em construção podem fornecer à investigação. Gortari (1956) propõe que o que se expira nas leis lógicas é o mesmo que nas leis científicas, o que seria o caráter absoluto aparente. Por essa razão, no trabalho científico, a reflexão epistemológica deve “bagunçar” a lógica das construções

---

<sup>12</sup> Como argumenta Maldonado (2008, p.38), “Só é possível investigar de modo aprofundado, renovador, rigoroso e com perspectiva de um futuro transformador assumindo a problematização metodológica das investigações, com auxílio da confluência lógica e conceitual de vários métodos, de acordo com as necessidades estabelecidas por cada problema/objeto (múltiplas). Nossa multidimensionalidade comunicacional impede de abordar os desafios de conhecimento, os processos reais, de maneira unilateral”.

cartesianas<sup>13</sup>. O processo epistemológico deve fluir, não pode ficar restrito a algumas cátedras ou partes de trabalhos científicos. Sua “utilidade” máxima está em pensar a teoria em ação, a teoria na prática. A construção processual da investigação precisa, ainda, ser permeada por ações simultâneas, mesmo sendo importante estabelecer fases de progresso, de mudança e de amadurecimento.

A epistemologia nos lembra que é possível conhecer o mundo e compreendê-lo por meio de um processo científico que pode ser criticado, revisto, refletido constantemente. Nessa caminhada, precisamos desenhar este processo e seu objeto considerando as relações que ele possui ao seu redor, construir o objeto empírico sem desvinculá-lo do seu *locus*. Temos objetos em movimento, dinâmicos; essas dinâmicas nos colocam problemas e frente à necessidade de esclarecer os nexos internos e externos desses objetos que sempre vão possuir uma inter-relação. Devem ser trabalhados vínculos que vão aparecendo com outros aspectos e que situam, contextualizam essas inter-relações.

O fenômeno investigado precisa ser pensado como uma sequência de acontecimentos instáveis. Não há o absoluto. O investigador necessita se colocar como construtor de um conhecimento que possui ênfase no aspecto comunicacional mas que demanda também o jogo das interpenetrações das outras áreas. Por um lado, temos esse objeto que, na verdade, é um grupo de objetos interpretantes, um conjunto de elementos e aspectos que possuem uma característica própria. Esses objetos acabam sendo carregados de senso comum.

Kuhn (2001), então, mostra a necessária ruptura da epistemologia com o senso comum. Percebe-se que, no campo da comunicação, essa ruptura acaba sendo dificultada, pois o próprio “comum” é muitas vezes o objeto de estudo da área, além do fato de que a área perpassa outras disciplinas. Dessa forma, o senso comum acaba tendo um peso grande nas investigações comunicacionais. Norris (2006) argumenta que essa ruptura nem sempre é suficiente. A comunicação precisa da sua especificidade. Ela mistura a necessidade de uma identidade como campo de estudo, mas continua com o

---

<sup>13</sup>“o exame crítico que a lógica pratica compreende o estudo dos fundamentos nos quais se apoia o conhecimento científico e as diversas modalidades do seu desenvolvimento, a estrutura das leis da natureza, da sociedade e do pensamento e as condições de sua validade, as relações entre as expressões do conhecimento e as manifestações dos processos conhecidos, as funções que constituem os elementos com os quais se articulam os sistemas da ciência e as principais categorias utilizadas pelas explicações científicas, o mesmo que os distintos procedimentos de investigação, de demonstração e de exposição seguidos no conhecimento científico” (GORTARI, 1956, p.19).

caráter abrangente. A área das Exatas, por exemplo, reconhece atualmente a necessidade da transdisciplinaridade e a tem buscado, mas a comunicação já nasce “contaminada” pelo transdisciplinar, pela confluência de áreas. E as formulações propostas podem também se tornar um “senso comum acadêmico”. De maneira quase dialética, vê-se que é necessária a confluência de campos na comunicação, que é demandada pelos objetos de estudo e, por outro lado, é preciso também realizar essa ruptura com o senso comum para adquirir a identidade de campo de estudo específico.

A epistemologia chega, assim, para vigiar. A conduta do pesquisador precisa ser pautada pelo exercício reflexivo constante, pela vigilância epistemológica, tal como propõe Bachelard (1971). É como se, continuamente, se investigasse a própria investigação. Manter a vigilância epistemológica é realizar uma investigação metódica, que permite a organização das intuições de maneira sistematizada. Essa é uma necessidade: sistematizar as intuições. O processo precisa ser intuitivo, constante, essa reinvestigação precisa seguir a dinamicidade dos processos investigativos relacionados ao objeto.

Pode-se, então, afirmar que as escolhas metodológicas de um trabalho investigativo não provêm de uma opção pessoal do pesquisador, muitas vezes aleatória, sem vínculos com o objeto ou, ainda, descontextualizada. As opções metodológicas acabam sendo solicitadas, também, pelo próprio problema de pesquisa. É como se no processo de construção e na caminhada investigativa, o próprio objeto que vai se formando, pedisse determinados métodos para ser descoberto, desvelado. Os processos metodológicos são, então, escolhas que levam a reflexões profundas sobre o que está sendo investigado, apresentando possibilidades que desbancam estruturas, crenças e valores. Esse processo acontece simultaneamente com a aproximação e construção do objeto empírico que é revisado e revisitado a cada novo passo dado. Por isso nesta pesquisa, pensa-se que o enquadramento metodológico não pode ser arbitrário. A epistemologia deve rever a metodologia como "ferramenta", evidenciando tensões que direcionam o reconhecimento da verdadeira problemática proposta.

Nesse processo, o **sujeito pesquisador** tem função primordial e deve ser visto como parte integrante da construção. Suas decisões, crenças, intuição e sua bagagem cognitiva constituem caminhos e trilhas a serem cursadas. Por essa razão, é importante se desprender da ingênua crença de que é possível “isolar” a ideologia presente no

sujeito do tema e do processo de construção.<sup>14</sup> Discute-se aqui, então, a tentativa de “purificação” do trabalho científico da área de humanas realizado muitas vezes quando da herança de metodologias das ciências naturais.

Japiassu é um dos autores que fazem uma crítica a esse comportamento. Ele defende que nas ciências humanas não há como se utilizar critérios da física para se buscar a objetividade. “Para os empiristas, um conhecimento só é considerado científico quando se desantropologizar tão radicalmente quanto a física ou, então, quando conseguir alcançar a objetividade fundada numa evidência racional puramente formal das demarches lógicas”(JAPIASSU, 1979, p.110). Para ele, os critérios das ciências naturais, quando aplicados indiscriminadamente às ciências humanas, acabam não levando em conta a identidade do sujeito e a sua relação com o objeto de estudo e essa é uma questão que é de fundo ideológico, como já dito. Levanta-se aqui aquela busca pela objetividade utópica, que ignora os processos humanos subjetivos por trás do pesquisador e para os quais Santos (2006) já delineou saídas que devem ser construídas a partir do **autoconhecimento** do pesquisador. Mas é por essa razão que a vigilância epistemológica, além de permear o método, a técnica e o teórico, deve ainda buscar ser histórica (resgatar a contextualização do momento), holística e pedagógica.

De modo aplicado, Japiassu (1979) se pergunta que tipo de pesquisadores estão sendo formados nos dias atuais: cientistas ou seres com fazeres intelectuais? E Santos (2006) levanta outras questões básicas que devem ser repetidas por esses investigadores: o que estamos fazendo, para que, por onde, pra onde? Qual o sentido do meu trabalho de pesquisa? Estamos reproduzindo o conhecimento? Ou como estou trabalhando com os raciocínios? O que é o teórico para mim? O teórico me leva de um estágio de desconhecimento ao de conhecimento linearmente? Santos (2006) ainda propõe a necessidade da perplexidade, a necessidade de emoção, suscitação, na investigação, isto é, da descoberta. Importa trazer, também, Bachelard (1971) que entende o objeto científico como um constructo, um produto a ser modelado no processo reflexivo e que

---

<sup>14</sup>Exemplo desse imbricamento do sujeito com sua investigação foi o trabalho desenvolvido na disciplina de Teorias e Metodologias em Recepção Midiática, quando a proposta era ler e analisar o processo metodológico utilizado na investigação intitulada: Histórias de Ouvintes, de Jairo Grisa. O texto do livro, produto da investigação, trazia a análise do autor realizada com os discursos dos ouvintes do rádio. Nos momentos em que era necessária a análise/citação acerca de crenças religiosas desses ouvintes, o autor deixou transparecer, por meio de sua abordagem, sua não-crença. Seu texto trazia sinais sutis de entender o tema de maneira mais distante e crítica do que poderia ter sido feita por um “crente”. Essa constatação que realizei com minha leitura foi objeto de questionamento ao autor na aula citada e este foi pego de surpresa em relação à percepção de que muito mais do seu “ser sujeito” foi mostrado no trabalho do que se poderia prever ou controlar. Estava claro que não era sua intenção mostrar-se no trabalho. Mas também ficou claro para mim que não há como evitar que nuances do sujeito investigador nele apareçam.



é perpassado e se produz a partir do sujeito investigador. Isso significa que esse objeto não é algo pronto a ser observado, mas é a partir de filtros do próprio sujeito investigador<sup>15</sup> e de construções metodológicas apropriadas, algo a ser criado e significado como objeto. O pesquisador passa a ter papel fundamental na construção desse conhecimento, principalmente porque este “necessita ter consciência de que ele próprio faz parte do objeto investigado, uma vez que ele mesmo é sujeito (ator) social” (FOLETTTO, 2011, p. 193).

A epistemologia vigilante deve ser a que pensa também no “erro” como componente na construção. A partir desse pensamento, cada pesquisador tem que construir sua competência lógica, fugindo da reprodução de receituários. E nessa reflexão do fazer e refazer, o erro deve ser considerado elemento positivo no trabalho. A partir das reflexões de Bachelard (1971), podemos perceber algumas armadilhas que se interpõem na busca investigativa, que ele denomina de obstáculos epistemológicos. Uma delas é a postura que nega o erro, que se satisfaz com o imediato que surge, que tem um caminho, um projeto bem acabado, com respostas prontas e definidas. Fundamental é organizar-se a partir de questões, das perguntas em relação ao inacabado. Toda objetividade que a ciência exige é processo e quando é verificada devidamente desmente o objeto.

O pesquisador deve aceitar a lógica do “erro”. Logo, do ponto de vista prático, as hipóteses estabelecidas no projeto, depois de quatro anos não devem ser as mesmas, algo nessa “maturação” deve ter tratado de modificar-se. O desafio se interpõe: é muito difícil deixar esses saberes seguros, estabelecidos, para quebrar essas lógicas e ver os erros (ou questões) nos elementos estudados. Charles Peirce aponta que o estabelecimento de uma “verdade” nasce da busca constante por respostas às dúvidas sobre os fenômenos.

A irritação da dúvida causa uma luta para atingir um estado de crença. Chamarei a esta luta inquirição, embora deva admitir-se que esta não é, às vezes, a designação mais adequada. A irritação da dúvida é o único motivo imediato para a luta por atingir a crença. É certamente melhor para nós que as nossas crenças sejam tais que possam verdadeiramente guiar as nossas ações de forma a satisfazer os nossos desejos; e esta reflexão far-nos-á rejeitar qualquer crença que não pareça ter sido formada para assegurar este resultado. Mas só o fará criando uma dúvida no lugar dessa crença. Logo, com a dúvida a

---

<sup>15</sup>Santos (2006) apontava o autoconhecimento do pesquisador como ação necessária para evitar uma objetividade utópica na investigação, o que levaria-se em conta a subjetividade dos processos humanos que influenciam a pesquisa.

luta inicia, e com o cessar da dúvida termina. Donde, o único objecto da inquirição é o estabelecimento da opinião. (PEIRCE, 1997, p. 8)

Bachelard alerta que a ciência, na sua necessidade de aperfeiçoamento, se contrapõe radicalmente à opinião formada. “A opinião pensa mal; ela não pensa: traduz necessidades em conhecimentos. Ao designar os objetos pela sua utilidade, coíbe-se de os conhecer. Nada se pode fundar a partir da opinião; é necessário, antes de mais nada, destruí-la” (BACHELARD, 1971, p. 166).

Nesta pesquisa, mesmo com todo o desconforto que somente perguntas (e não respostas prontas) proporcionam, a reconstrução de cada procedimento, a visualização atenta e a incorporação de novas pistas que contradiziam certas verdades trazidas desde o projeto tanto teoricamente quanto relativas ao empírico foram assumidas pela pesquisadora. Esse exercício trouxe diferentes caminhos, abertura a outras visões e recortes a cada etapa, a cada discussão, a cada troca. Por isso, defende-se, nessa investigação, a necessidade de uma epistemologia crítica, mesmo sendo a crítica da ciência. Dessa forma, o pesquisador precisa enxergar vários arranjos possíveis em diversas áreas. Que se reconstrua, problematize-se, repense o que os autores propostos trazem. Traz-se a proposta de construção do conhecimento e para isso nós, da área de humanas, precisamos estabelecer a objetividade como um devir, como algo que vai sendo construído.

A fase **descritiva** é determinante porque o objeto empírico constrói-se nela e no decorrer do trabalho. Na descrição longa e obrigatória penetramos nesse mundo que estamos pesquisando, interpretando-o e construindo uma visada do ser humano e do ser social. Gortari (1956) argumenta que a descrição sistematizada, detalhada e cuidadosa é necessária. Deve-se dar conta do objeto na sua totalidade<sup>16</sup>. Mesmo assim, esse estabelecimento deve ser visto de maneira relativa porque não será sempre possível descrever em detalhes o objeto **inteiro** de pesquisa. Todo objeto empírico é uma síntese e uma referência no processo de pesquisa.

Além de adotarmos a descrição apropriada para reconstruir o objeto empírico, outro cuidado necessário é com a metodologia propriamente utilizada. A adoção de um procedimento metodológico não deve ser feita de maneira simplista ou importada de outras áreas sem a devida reflexão e questionamentos tensionando-o com a problematização do objeto.

---

<sup>16</sup> Apesar de acreditar que é impossível mantermos uma visada totalizante do objeto. Há sempre outros vieses a serem reanalisados.

Assim, nesta pesquisa, assume-se a perspectiva da transmetodologia como opção metodológica. Essa perspectiva abandona a aquisição e aplicação automática de determinados processos metodológicos e entende o método como construção, como contínuo fazer-se. É uma construção reflexiva porque se percebe a metodologia aqui também como um dever em que se buscam, nos tensionamentos das ações investigativas, os procedimentos metodológicos adequados à problemática que se apresenta.

Maldonado (2008, p. 40) explica que o transmetodológico, nessa acepção epistêmica, “nutre-se da vida, da experiência, das culturas, do mundo concreto”. Assim, está alijado de pensamentos abstratos ou aplicações automáticas de processos sem o devido questionamento, desconstrução e confrontação. A transmetodologia não aplica métodos, mas requer uma “problematização metodológica (conceitual e operativa), dado que tanto os objetos/problema, quanto os sujeitos/ investigadores fluem em processos dinâmicos de mudança, em múltiplas inter-relações, manifestações, expressões e configurações” (Maldonado, 2012, p. 36). Dessa maneira, as operações investigativas não são rituais mecânicos, simplesmente aplicativos de passos que foram, um dia, elaborados por outros. “Essa realidade multidimensional, multicontextual, dinâmica, multicultural, civilizadora e bárbara exige a formulação de estratégias e modelos metodológicos adequados ao desafio de compreender sua complexidade” (Maldonado, 2008, p. 29).

O método, como aponta Lacerda (2011), acaba se tornando um “mapa”, não um “território”, e exige operações complexas para que possamos aproximar-nos à realidade da qual faz parte o objeto de pesquisa. Métodos prontos que separam o **teórico do empírico, o abstrato do concreto**, que se pretendem totalizantes, não dão conta da complexidade das problemáticas inscritas dentro do **campo da comunicação**. Porque a estruturação do campo dos meios de comunicação social foi sempre parte constitutiva das formações sociais contemporâneas e requer processos organizativos que decorrem das necessidades culturais, econômicas e políticas de seus componentes. Dessa maneira, tanto as escolhas teóricas, como as metodológicas, estão impregnadas de processos políticos e sociais que articulam o teórico ao trazerem uma epistemologia que permita o trânsito dinâmico, criativo, das descobertas.

Bachelard (1971, p.116) ainda afirma que “uma das características mais recentes da epistemologia contemporânea é o fato das diferentes abordagens experimentais do real que se revelam solidárias de uma modificação axiomática das organizações

teóricas”. Desse modo, podemos dizer que investigar envolve toda uma série de questões que estão relacionadas com a **perspectiva teórica do pesquisador**, que se confronta com a realidade a ser pesquisada, desdobrando-se em definições operacionais necessárias ao desenvolvimento da pesquisa.

Bonin (2008, p. 137) aponta que “os métodos e procedimentos operam inclusões e exclusões, conferem existência científica a determinadas dimensões, obliterando a captura de outras”, o que significa que em um processo transmetodológico as decisões a serem tomadas com base nas informações coletadas devem partir de reflexões em relação ao método e com a consciência de que a subjetividade do pesquisador está imbricada neste processo.

A partir da transmetodologia, estabelece-se uma prática de observações da realidade, registros, interpretações e problematizações que voltam a se tornar novas aproximações e definições de caminhos a serem tomados do ponto de vista metodológico. Constrói-se e destrói-se o objeto a partir de suas angulações com as relações sociais que este imprime. É preciso atenção às próprias crenças e praticar a vigilância epistemológica, problematizando a *práxis* e o mundo/contexto onde se inserem tanto o objeto quanto o pesquisador. A investigação em si, então, pede uma articulação entre conceitos próprios e concepções teóricas e exige não só marcos interpretativo transformadores, mas também estratégias metodológicas transformadoras que superem comportamentos funcionalistas e utilitaristas. As opções do pesquisador demandam um conhecimento aprofundado sobre a sua capacidade criativa e reflexiva, na aplicação de um caminho lógico, como também a construção da estrutura teórica que pode trazer para a compreensão do tema outro olhar.

Dentro desse processo de construção do *locus* desse observável e de uma base teórica que sustente as reflexões que o mundo empírico propõe, o estabelecimento de um contexto é de suma importância e foi identificado no processo dessa investigação como determinante na escolha de caminhos e de análise de algumas proposições. Como argumenta Maldonado (2011, p.281):

A contextualização permite uma visão abrangente e ao mesmo tempo particular, e situa o contexto do problema como articulador dos outros contextos na estruturação da pesquisa. Ela fortalece os aspectos históricos, culturais, éticos, sociais e políticos da investigação, evitando que seja reduzida a um exercício abstrato, ou a um jogo repetitivo de palavras solenes, sem vínculos com a realidade da região, do país e do mundo.

Dessa forma, o contexto não se estabelece aqui como um fator alijado da problemática da pesquisa, somente para posicionar de maneira automática e funcional seu objeto, mas é parte configuradora, constructo do problema de pesquisa. Ele traz em seu bojo a ordem dos elementos que condiciona essa problemática, incluindo a realidade sociocultural e histórica que vai envolver o recorte necessário da pesquisa. Importa ainda dizer que esse contexto intercala e interpenetra essa realidade. Não se constitui somente como uma pintura de fundo, ou um cenário, desses de palco de teatro. É parte do problema, é maior, é dinâmico e interfere continuamente na construção da problemática.

Nesta investigação, em suma, se leva em conta que o campo das ciências da comunicação está “contaminado” do senso comum e nele muitos objetos e observáveis têm sua origem; a descrição detalhada dos processos e a construção problematizada do contexto sociocultural e histórico que interpenetra o objeto são as maneiras de se estabelecerem bases que dão suporte ao problema de pesquisa; a teoria deve ser trazida de maneira crítica e problematizada constantemente para que, tensionada com as constatações empíricas, produza conhecimento rigoroso. A vigilância epistemológica precisa ser contínua, inclusive entendendo que a subjetividade do pesquisador acaba por filtrar e determinar escolhas, muitas vezes ideológicas, no processo de investigação.

Assim, entender a trajetória de vida midiática de comunicadores inseridos em movimentos sociais é trabalhar com um tecido em que se tramam a própria história desses sujeitos comunicantes, o contexto sócio-cultural-econômico-histórico e sua influência desse contexto nessas trajetórias, as pressões e demandas específicas do movimento social e de uma sociedade midiaticizada e a subjetividade da pesquisadora e suas crenças.

Nessa perspectiva, a caminhada desenvolvida nesta investigação lança a mão de diversos procedimentos metodológicos, seguindo a perspectiva da transmetodologia, em que o método é construído levando em conta as demandas do problema/objeto. A trilha incorporou buscas teóricas iniciais, entrada exploratória no campo empírico em três momentos diferentes, reconstruções teóricas que se seguiram a essas entradas a partir de descobertas, pesquisa da pesquisa, entrada exploratória em outro contexto e em campo teórico diverso e o uso de relatos da trajetória de vida comunicacional como tática de coleta dos dados na fase sistemática da investigação, além do estudo documental superficial das produções de comunicação desses atores sociais.

## 2.2 Pé na estrada

Nesta etapa do trabalho fazemos uma reconstrução dos processos, métodos e procedimentos trabalhados desde o início da pesquisa, explicitando os caminhos percorridos juntamente com as decisões metodológicas tomadas decorrentes das descobertas realizadas em explorações empíricas de aprofundamentos teórico-metodológicos empreendidos.

As disciplinas cursadas durante o doutorado trouxeram, cada uma à sua maneira, aportes teóricos e de reflexão processual para esse trabalho. Alguns destaques podem ser dados para a *Epistemologia da comunicação*, que provocou profundas marcas (às vezes traumáticas) em relação às reflexões realizadas. Dali eu trouxe, entre outros aspectos que explorei no item anterior, como marca relevante a vigilância contínua e a reflexão constante sobre o papel e a influência do sujeito pesquisador nos processos. A decisão de manter um afastamento objetivo dos movimentos sociais estudados e dos sujeitos comunicantes foi gestada durante essa disciplina, também.<sup>17</sup> Outra que contribuiu para a desconstrução inicial do que eu pretendia – projeto que hoje parece-me, no mínimo, infantil – foi a *Pesquisa avançada em comunicação*. Ali os colegas e o professor se responsabilizaram em destruir e testar o que eu pretendia e acabei ficando praticamente sem um projeto de pesquisa nos moldes que estava anteriormente. Ainda no primeiro semestre, *Teorias e metodologias de recepção midiática* foi a disciplina que me jogou no campo, para o primeiro movimento de pesquisa exploratória, o que eu não teria feito se não fosse trabalho obrigatório para concluir a disciplina. Por meio dela experienciei a primeira entrada exploratória para esse estudo e, figurativamente falando, "caí do cavalo" novamente por ver derrubadas algumas das hipóteses que eu carregava com tanto carinho.<sup>18</sup>

No segundo semestre, a disciplina *Mídia, identidade e cidadania*, além de me proporcionar referenciais relevantes para conceitos centrais desta pesquisa, devolveu-me a vontade de viver e de investigar tratando de assuntos muito ligados ao que pretendia pesquisar. Assim, boa parte da base teórica aqui colocada teve início ali, alguns autores velhos conhecidos, outros novos parceiros de trabalho. *Processos midiáticos*, outra disciplina cursada, abriu-me os olhos para o processo de midiatização

---

<sup>17</sup> Mais tarde as leituras de Touraine corroboraram essa decisão. Para ele, o pesquisador não pode ser militante do movimento que estuda ao contrário de outros autores que vêem no intelectual um mediador social. GOHN (2009, p.102)

<sup>18</sup> Esse primeiro movimento exploratório está detalhado ainda nesse capítulo.

da sociedade, viés que não tinha estudado antes e que não sabia, lá no passado, que seria tão importante para o trabalho agora. Por fim, *Estudos empíricos em midiatização* colocou meu projeto de pesquisa à prova, em trabalhos de debate muito profícuos relacionados a dimensões da problemática que eu precisaria contemplar.<sup>19</sup>

A primeira pesquisa exploratória foi realizada em 2010, motivada pela disciplina *Recepção e mediações*. Com a ajuda da minha orientadora, elaborei um plano de trabalho para este movimento exploratório, já objetivando a construção do novo projeto. Dando concretude ao plano, no mês de abril de 2010, escolhi 4 profissionais de comunicação inseridos em organizações sociais em Curitiba-PR para fazer uma entrevista com eles. Nessa época, em nome de uma objetividade e afastamento que nem sempre se conseguem no desenvolvimento da pesquisa científica, eu não tinha vínculo algum com qualquer que fosse o objeto de referência empírico da pesquisa, não o tinha escolhido e precisava começar a delinear essa escolha. Meu objetivo, com essa pesquisa inicial, era sentir quais as abordagens que deveriam ser pensadas quando minha busca se referia ao comunicador inserido nos movimentos sociais e às suas práticas comunicacionais/midiáticas. Apresentei a proposta de pesquisa à disciplina incluindo quatro entrevistas em profundidade de cunho qualitativo.<sup>20</sup>

A proposta de pesquisa, até aquele momento, era alimentada por desconfianças sobre os sentidos que os comunicadores davam ao seu fazer comunicacional nos movimentos sociais em que estão inseridos. Pretendia, também, começar a rascunhar um perfil desse comunicador, de suas práticas dentro da organização e do sentido dado para as mesmas.

É possível que esse profissional de comunicação possua motivadores pessoais, financeiros, ideológicos e psicológicos para buscar essa posição de trabalho. Dentro desse planejamento de comunicação que é demandado por essa organização a esse profissional, há objetivos relacionados a essa relação com a imprensa de massa. Ele intenta, dentro desse plano, alcançar objetivos voltados para a visibilidade e legitimação desse movimento ou ONG em que está inserido nos meios de comunicação de massa locais e regionais.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Lembro até hoje de um desenho que fiz junto com dois colegas da mesma área para poder entender o emaranhado de dimensões que eu precisava dar conta para chegar perto de uma resposta para a minha problemática. Ali, sem eu saber, nascia a opção pela trajetória de vida, simbolizada por um bonequinho feito de palitos no meio de vários círculos (movimentos sociais, midiatização) com flechinhas que iam para frente e para trás dele (o fazer presente e as referências de passado desse comunicador).

<sup>20</sup> O roteiro utilizado nessa incursão é apresentado no Apêndice A.

<sup>21</sup> Excerto da proposta de pesquisa empírica desenvolvida pela autora para a disciplina de Teorias e metodologias de recepção midiática (BONA, 2010).

Na escolha das organizações, parti do conhecimento anterior de duas delas (foram estudadas anteriormente)<sup>22</sup> e considerei também o fato de que, sabendo da caminhada anterior, eu poderia dizer que todas possuíam na sua prática diária ligação estreita com grupos de movimentos sociais com a tendência efetivamente cidadã inserida no seu trabalho. As outras duas foram escolhidas a partir de indicação de uma das organizações que congregam vários movimentos sociais (Cefuria) e a outra (Central Geral dos Trabalhadores do Brasil) também por indicação de movimentos que são atuantes fora da cidade e possuem relação com esses profissionais. As quatro organizações escolhidas possuíam bandeiras e institucionalizações diferentes, o que me fornecia algo que eu procurava: diversidade de temática e de estrutura. Todas possuíam um comunicador responsável por suas estratégias e foi com esse profissional que pensei em realizar uma entrevista em profundidade.

As organizações escolhidas para esse movimento exploratório foram o *Cefuria – Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo* na pessoa do educador, Alison<sup>23</sup>; a ONG *Terra de Direitos*, na pessoa da comunicadora Luísa, a *Central Geral dos Trabalhadores do Brasil – regional Paraná*, na pessoa da comunicadora Sueli e a *Central de Notícias dos Direitos da Criança e do Adolescente*, na pessoa do seu diretor (todos são comunicadores lá), Dionísio, esta sendo realizada por email com as mesmas questões.

Com 3 comunicadores, foi possível realizar as entrevistas pessoalmente e gravá-las na íntegra. No caso de uma delas, o roteiro de perguntas foi enviado por email. As questões base para as entrevistas tinham como objetivo final obter algumas pistas e constatações sobre como esses comunicadores construíram suas opções por trabalhar em um movimento social, como estavam direcionando a comunicação dentro do movimento e o que interferiria nessa construção.

Observo, ainda, que a entrevista feita por email não se configurou como entrevista em profundidade pela impossibilidade de promover novos questionamentos de acordo com determinadas respostas que eram fornecidas, o que contribuiria para o aprofundamento das questões qualitativas (DUARTE, 2005, p.62). Dessa forma, essa última incursão por email se assemelhou a um questionário em termos de sua aplicação,

---

<sup>22</sup> A dissertação de mestrado, intitulada *A comunicação e o papel do comunicador nas ONGs sociais* realizada em 2008, investigou os processos de comunicação de duas delas. Ver Bona (2008).

<sup>23</sup> Mesmo tendo sido autorizada a divulgação dos nomes optei por utilizar pseudônimos para os entrevistados a fim de possuir mais liberdade na análise dos dados e proteger as fontes.



embora sua configuração de questões fosse diferenciada.<sup>24</sup> As outras 3 entrevistas tiveram desdobramentos de questões de acordo com as respostas fornecidas. Essas questões foram realizadas pela pesquisadora com o objetivo de aprofundar a análise do que se buscava em cada etapa/grupo de perguntas.

Vale ressaltar, aqui, uma descoberta metodológica: o momento das entrevistas em profundidade demandou que a pesquisadora se adaptasse aos estilos e preferências dos próprios entrevistados. Não se seguiu fielmente a ordem das questões e o resultado deste procedimento mostrou que nas incursões futuras ou mesmo na coleta sistemática dos dados para a análise final deveria-se prever possibilidades de aprofundamento de cada questão para que dados importantes para a investigação não acabassem passando sem a devida atenção porque se optou por seguir rigidamente um protocolo de questões. Um aprendizado desta incursão foi que é importante flexibilizar tanto a ordem das questões quanto o que delas pode surgir, a fim de se encontrar as respostas satisfatórias ao problema de pesquisa central.

O desenho do roteiro da entrevista produzido em conjunto com a minha orientadora possuía quatro blocos temáticos: o primeiro bloco englobava questões sobre os dados pessoais dos comunicadores, o segundo perguntava sobre a trajetória profissional, o terceiro questionava sobre o consumo midiático desse comunicador e o quarto tratava das lógicas da comunicação na organização propriamente dita.

As entrevistas foram realizadas no mês de junho de 2010, sendo que a primeira foi gravada com Alison, no dia 07 de junho, na sede do *Cefuria*; com a Luísa foi realizada no dia 14 de junho, na sede da *Terra de Direitos* e Sueli respondeu às questões no dia 17 de junho na sede da CGTB. O email foi enviado ao Dionísio, da *Ciranda*, no dia 9 de junho e respondido dois dias depois.

Os resultados das entrevistas, em cada bloco de questões, trouxeram dados úteis para se começar a traçar opções de pesquisa. O primeiro bloco era voltado à identificação dos pesquisados, incluindo nome completo, formação e tempo de trabalho. A formação de todos os entrevistados era em jornalismo e o tempo de trabalho, independente se no movimento social ou não, variou de 7 a 20 anos. No segundo bloco

---

<sup>24</sup> Gil (2006, p.128) conceitua questionário como um procedimento cujo roteiro é composto por um número mais ou menos elevado de questões que são apresentadas por escrito às pessoas pesquisadas tendo como objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, situações vivenciadas, entre outros aspectos. Já a entrevista em profundidade é extremamente útil, segundo Sellitz et al. (1987) para estudos exploratórios, que tratam de conceitos, percepções ou visões (apud DUARTE, 2005, p.64) e é feita de maneira individual em sua maioria, buscando recolher respostas a partir da “experiência subjetivada uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer” (DUARTE, 2005, p. 62).

abordou-se a trajetória profissional de cada um. Entre as caminhadas desses quatro comunicadores, o que pode-se notar é que desde que se formaram, e mesmo durante a universidade, eles estiveram ligados de alguma forma a movimentos populares como voluntários ou mesmo como trabalho formal. Sueli (a mais velha, com mais de 40 anos, os outros possuem de 20 a 30), destoa um pouco do grupo tendo passado por assessorias em órgãos do governo e depois por redações de jornal, mas nunca se desligou dos trabalhos voluntários com assessoria a sindicatos, em geral. Depois ela tornou esse voluntariado um trabalho remunerado, tornando-se funcionária dentro do próprio sindicato.

Não fui pra outra entidade, agora que eu entrei na CGTB. Mas eu faço assessoria sindical desde a faculdade, no último ano eu comecei a dar assessoria para entidade sindical. Em comunicação. No projeto, pra você ter uma idéia- porque na minha época não tinha nem o TCC, era só o projeto. E o meu projeto foi pra uma entidade sindical. Eu comecei na assessoria sindical muito cedo. Porque eu vim de uma militância política. Eu era do movimento secundaristas na década de 80, anos de chumbo mesmo, naquele final de ditadura, redemocratização, eu estava lá no comício das diretas já... Eu era do movimento estudantil. Eu tive essa militância política, dos partidos de esquerda, do PC do B, daí então tinha já, eu carregava o fato determinante para ter uma ligação com o terceiro setor, com sindicatos, entidades de classe, era normal que uma hora ou outra, por você conhecer, por ter essa bagagem política, você caísse nesse meio e sem dificuldade pra entender pra passar. Porque é difícil para um leigo que não conhece nada de política cair no terceiro setor (Sueli, CGTB)

Quanto ao bloco de questões realizadas para se checar o *consumo midiático*, são várias as formas de consumo que pautaram a caminhada na adolescência (antes da formação técnica) desses comunicadores. Alison sempre foi muito focado em rádio por influência do seu avô e no momento dessa primeira entrevista afirmou que consumia muito mais internet. Para ele, sua fonte de informação básica eram os blogs específicos de política e de comentaristas do Paraná e mesmo sites de organizações que eram afiliadas ao *Cefuria*<sup>25</sup>. Já Dionísio, o mais novo de todos, respondeu que seu consumo na adolescência foi “normal”, baseado em programas televisivos, e que hoje usa a internet como fonte principal de informação. Sueli foi ávida consumidora do Pasquim e de outros jornais alternativos na adolescência e hoje percorre os *sites Vermelho, Azenha, Paulo H. Amorim*. E Luísa, não fugindo à regra dos colegas, afirmou que consumia notícias por meio da internet, mas também usava muito o rádio, *CBN* e a *Voz do Brasil*.

---

<sup>25</sup> Essas informações são atualizadas na exploratória 3, cujo roteiro de entrevista é apresentado no Apêndice B.

O que a difere é que seu foco estava também fortemente voltado para o consumo de livros.

O último bloco de questões tratou das *estratégias de comunicação e sobre como elas são construídas dentro do movimento*. Neste movimento exploratório, esse bloco foi o que mais trouxe pistas de reflexão para o trabalho de pesquisa ora desenvolvido. Algumas questões que se formavam anteriormente, como *a crença na busca por uma profissionalização obrigatória da relação desses movimentos com a mídia de massa, não se confirmaram*. Outras pistas interessantes apareceram, com *destaque para o uso frequente da Internet e do ambiente digital*, para divulgar seus trabalhos, entrar em contato com outros movimentos e, ou promover a produção de informação e de conteúdos relacionados às suas organizações.

Nessas entrevistas, percebeu-se uma negação em atingir meios de comunicação de massa tradicionais como tevê, rádio e jornal (excetuando-se a *Ciranda*, que possui o trabalho focado em capacitar os veículos da grande imprensa para que utilizem conceitos mais amplos nas coberturas realizadas).

*A Ciranda atua com diversos públicos, visando a promoção e a defesa dos direitos humanos de crianças e adolescentes. Com jornalistas e estudantes de comunicação, o objetivo principal é estimular uma cobertura mais ampla e qualificada sobre as questões relacionadas à infância e adolescência. Com atores sociais, sensibilizar e mobilizar para a garantia de direitos. Com crianças e adolescentes, apoiar para que se sintam de fato sujeitos de direito, de modo que possam lutar por sua efetivação. E com os parceiros institucionais, o foco é a sustentabilidade de todas as ações. (Dionísio, Ciranda)*

A percepção que os outros 3 profissionais (do *Cefuria, da CGTB e da Terra de Direitos*) demonstraram é que *realizar assessoria de imprensa* para atingir os veículos de comunicação de massa tradicionais, como emissoras de rádio e de tevê e jornais de grande alcance, *é trabalho desperdiçado*. O foco do trabalho de comunicação ainda está muito voltado para a criação/utilização de meios para se divulgar as demandas e bandeiras da organização. Um exemplo é a reflexão de Luísa sobre sua posição em realizar ou não assessoria de imprensa:

*Eu fazia [AI] quando trabalhei pro pessoal do IBAMA. Fiz a assessoria pra greve nacional deles. (...) Então acho que ali foi que primeiramente eu tive um contato com a mídia nacional mesmo: *Correio Brasiliense, Folha de São Paulo* porque era um assunto que tinha uma projeção política muito grande. (...) Então aqui na *Terra* foi*

a segunda vez que eu tive um trabalho com a imprensa de nível nacional. Mas é sempre muito difícil, muito ruim, eu sempre me sinto uma pedinte, “pedinchando”... Eu sempre vejo aquela coisa: olha, pelo amor de Deus... eu sempre me sinto mal quando faço assessoria de imprensa. Porque existem alguns jornalistas com quem eu me dou super bem, que a gente criou um vínculo, uma confiança mútua, mas são 3 ou 4... E quando a gente faz uma ação voltada para a imprensa, a gente liga para uns 20. Então é uma porcentagem muito pequena de bons jornalistas que a gente tem acesso. (Luísa, *Terra de Direitos*).

O que trouxe essa pista de que era importante repensar alguns pressupostos e começar a investigar os meios e estratégias que estavam sendo priorizados (como a Internet) na comunicação da organização foi que o posicionamento era muito similar de um entrevistado a outro, mesmo vindo de movimentos e organizações diferentes, com demandas distintas. Dessa forma, Alison também afirmou que divulgar o nome do *Cefuria* para a sociedade ou mídia tradicional não é o objetivo das estratégias de comunicação da organização. Mostrando-se reativo e descrente também ao tipo de cobertura que os meios de comunicação de massa realizam dos assuntos relacionados aos movimentos, Alison contou um caso que exemplifica esse foco da cobertura tendenciosa que eles realizam dos movimentos sociais. Para ele, esse comportamento leva muitos desses comunicadores a não querer gastar esforços em aproximar-se desses veículos porque sabem que a versão a ser publicada será tendenciosa, unilateral.

(...)Até então era a polícia desocupando uma área. Era a polícia agindo como deveria agir. Até que um dia... o Afonso(cinegrafista da produtora popular) tinha o vídeo e mandamos para a imprensa de Curitiba. Eu liguei, a estagiária ligou pra *Band*, pra *RPC*<sup>26</sup> e pra outros veículos dizendo: olha, nós temos uma imagem aqui de um cinegrafista nosso que tomou um tiro de bala de borracha na desocupação hoje lá no Fazendinha<sup>27</sup>. E eles se interessaram por isso, mas pelo Afonso. Tanto que pela notícia, no outro dia caiu o comandante, o secretário estava longe, estava louco, né, batendo cabeça pelo que aconteceu, pelas imagens que foram para o Brasil todo. Mas o que foi dado é que um cinegrafista tomou um tiro. E não porque era do movimento. E os movimentos procuraram puxar para a desocupação que foi violenta: muita gente se machucou. Teve uma mulher que tomou um tiro na perna, de bala de borracha também, e outras pessoas se machucaram. Mas ficou o foco nele. (...) Mesmo quando a gente quer e pode dar visibilidade pra essa pauta do movimento social, que relaciona com o *Cefuria*, a gente não consegue. Não aparece. Até essa opção de não fazer assessoria de imprensa, é justamente por isso, por não acreditar que eles vão cobrir da maneira que o movimento está pedindo. (Alison, *Cefuria*).

<sup>26</sup> Rede Paranaense de Comunicação.

<sup>27</sup> Bairro da periferia de Curitiba.

Também no que se refere a sindicatos em geral, a situação que Sueli, do *CGTB*, aponta é a dificuldade de divulgação inclusive para as entidades de classe, dizendo que não há inserção de assuntos sobre os sindicatos; somente nas comemorações do dia do trabalho que pode aparecer alguma coisa alusiva ao sindicato.

Nessas aproximações foi comum, então, enxergar e perceber o uso frequente da Internet com o objetivo de divulgar suas bandeiras, sua versão dos fatos, seu lado da história. Os comunicadores apontaram *a internet como o primeiro veículo de disseminação de suas causas*, a partir da elaboração de vídeos e de sua postagem, da disponibilização de textos para discussão e a democratização de materiais diversos. A comunicadora *da Terra de Direitos* explica que recentemente reestruturou o *site* da organização e o movimento viu a necessidade de criar outros meios de comunicação, “não como tevê, rádio, mas alguns instrumentos de comunicação que facilitassem a nossa exposição”, como ela mesma conta. Aí criaram-se categorias de assuntos, sessões, todas no *site* da organização e em emails, na Internet.

Outro “meio” para comunicar, bastante utilizado pelas organizações, é a produção de materiais específicos que reflitam alguns dos conceitos trabalhados por elas. Assim, a *Ciranda*, a *Terra de Direitos* e o *Cefuria* possuem, dentro de suas estratégias, a produção de coleções/livros que reúnem os conhecimentos tabulados, refletidos pelo trabalho cotidiano dessas organizações. Funcionam como uma sistematização dessas reflexões e lutas.

Os comunicadores entrevistados também disseram que as informações de que dispõem normalmente são repassadas e encaminhadas a partir da Internet, muitas vezes sinalizando que *trabalham em configuração de rede informacional*. Essas “redes” normalmente são listas de emails por onde essas organizações se comunicam e divulgam suas demandas e estratégias, mas essa ação não possui uma organicidade, uma centralidade organizada. Os movimentos (os entrevistados) se citam entre eles mostrando que estão em contato uns com os outros, mas quando perguntados se há uma rede formal, um agrupamento, um coletivo organizado de comunicação no Paraná que reuniria os Movimentos Sociais, os entrevistados dizem não saber se existe e apostam na não existência dele. O que foi citado por Alison é que algo que se aproximaria a uma rede formada por movimentos no Paraná seria a *Frentex*, uma Frente formada em vistas das pressões empreendidas para que se realizasse a *Conferência Nacional de Comunicação*, a partir de 2006. Nessa frente, aproximadamente 30 entidades entre

coletivos, representações, fundações, institutos, ONGs, Movimentos Sociais estiveram reunidos. Na busca por uma amostra que me trouxesse a diversidade entre comunicadores e estratégias de comunicação dos movimentos sociais no Paraná, a *Frentex-PR* surgiu como um ponto de partida interessante, o que me levou ao segundo movimento exploratório.

Esse primeiro movimento exploratório apontou que havia essa busca por uma profissionalização dos movimentos no que concerne à comunicação, vendo-se isto a partir da constatação de que todos os comunicadores eram formados em jornalismo. Mesmo não tendo perguntado se a organização ou movimento os contratou porque eram jornalistas, em diversas respostas ficou claro que essa era uma prerrogativa para o trabalho. Logo, uma pista: o conhecimento técnico em comunicação está sendo buscado dentro dos movimentos e ONGs.

Outra constatação que trouxe sinais para o caminho a seguir foi a reação negativa de três entrevistados em se aproximar dos meios de comunicação de massa a partir do uso de técnicas de assessoria de imprensa. Todos confirmaram que a abordagem que a imprensa faz dos assuntos do movimento social ainda é superficial e tendenciosa, quando existe, porque no geral veem a ação como esforço jogado fora.

E houve, ainda, a constatação que mostrou o forte e frequente uso da Internet como meio de produção comunicacional, que poderia estar despontando como o espaço alternativo em relação aos meios de comunicação de massa. Na Internet havia espaço e liberdade para se informar e postar os materiais que versam sobre as demandas dos movimentos. Essa foi uma constatação que influenciou a direção da pesquisa a partir de então no sentido de concentrar-se no ambiente digital.

No segundo ano do doutorado, era hora de concentrar-me em uma produção para o seminário de tese. Nesse momento, o que eu havia construído até ali ainda estava bem obscuro (para mim) e a discussão ocorrida no momento do seminário funcionou como um "puxão de orelha" para caminhar com mais foco. Assim, ainda sem um objeto empírico de referência definido, na busca por uma amostra que me trouxesse diversidade de comunicadores e estratégias de comunicação dos movimentos sociais no contexto do Paraná, a *Frentex-PR*, *Frente Paranaense pelo Direito à Comunicação e Liberdade de Expressão*, surgiu como um ponto de partida interessante para realizar escolhas relativas ao **segundo movimento exploratório** que fiz em novembro de 2011.

Em vista das dificuldades em se determinar um grupo de comunicadores inseridos em movimentos sociais que pudessem de alguma forma trazer certa

representatividade do cenário empírico investigado, em termos de diversidade de bandeiras e de estratégias de comunicação, a *Frentex-PR* acabou oferecendo uma possibilidade concreta que poderia ser produtiva para realizar a seleção desses comunicadores/grupos.

A *Frentex-PR* é uma representação de diversos organismos da sociedade civil paranaense - um braço do que acontece em nível nacional - interessados na democratização da comunicação. São várias as demandas e reivindicações, entre elas, que sejam descriminalizadas as rádios comunitárias no estado (em 2006), a discussão das concessões de rádios e tevês (2007) e, a partir de 2008, a causa principal da frente, a convocação da *Conferência Nacional de Comunicação*. A partir do *website* do coletivo<sup>28</sup>, foi possível notar um certo abandono pelas causas da *Frentex-PR* no final de 2011, ao menos no âmbito digital, já que a última atualização realizada foi uma notícia postada em 25 de abril de 2011. Ainda assim, resolvi dar uma olhada nas organizações que, de certa forma, se engajaram em demandas relacionadas com a comunicação, o que me fez pensar que seria possível encontrar comunicadores, populares ou profissionais, nessas organizações, possíveis de serem estudados. Era preciso, então, analisar quais movimentos ainda existiam<sup>29</sup>, quem fazia parte efetivamente deles e quem não<sup>30</sup> ou se se originou em um e quais os responsáveis pela comunicação. O plano era descobrir essas informações e fazer uma seleção de possíveis organizações a serem estudadas.

Inicialmente entrei em contato com praticamente todas as 28 organizações que figuravam no *site* como componentes da *Frentex*. Nas que não realizei contato, isso se deu porque estavam desmobilizadas e não havia uma organicidade, lugar em que eu pudesse encontrar um contato que efetivamente estivesse em ação. Na *Frentex-PR* estavam vinculadas as seguintes entidades: *Assembléia Popular - PR*, *Associação Cultural de Negritude e Ação Popular*, *Cáritas - PR*, *Casa Brasil*, *Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo - Cefuria*, *Central de Notícias dos Direitos da Infância e Adolescência - Ciranda*, *Central Única dos Trabalhadores - PR*, *Centro Che*, *Centro Paranaense de Cidadania*, *Coletivo Soylocoporti*, *Coordenação dos Movimentos Sociais - PR*, *Conselho Regional de Psicologia - PR*, *Diretório Central dos Estudantes - UFPR*, *Federação das Mantenedoras de Rádios Comunitárias - PR*, *Fórum Paranaense*

<sup>28</sup> [http://frentexpr.com.br/?page\\_id=2](http://frentexpr.com.br/?page_id=2). O site foi acessado em novembro de 2011 e depois, as mesmas informações constavam no endereço acessado em maio de 2012, o que não estava mais no ar em dezembro de 2013. Uma busca mostra que o que há neste momento (2014) é uma página do facebook () e indicações sobre a *Frentex* em alguns textos de diversas organizações paranaenses.

<sup>29</sup> Lembremos que Gohn e Peruzzo ressaltam a efemeridade dos movimentos sociais.

<sup>30</sup> A partir dos conceitos já tratados sobre movimento social.

*de Economia Solidária, Fórum Permanente de Educação e Direitos e Humanos, Instituto de Defesa dos Direitos Humanos - IDDEHA, Instituto Reage Brasil, Intervenções - Coletivo Brasil de Comunicação Social, Marcha Mundial das Mulheres - PR, Movimento dos Trabalhadores Sem Terra - PR, Programa Software Livre - PR, Sindicato dos Jornalistas - PR, Sindicato dos Servidores do Poder Judiciário - PR, Sindicato dos Trabalhadores da Educação - PR, Sindicato dos Trabalhadores nos Correios - PR, Terra de Direitos, União Paranaense dos Estudantes - UPE.*

A partir do contato com cada uma dessas entidades, ou com possíveis responsáveis por elas, a intenção foi encontrar alguns comunicadores inseridos em movimentos sociais no Paraná que estivessem realizando suas estratégias de comunicação no ambiente digital. Dessa maneira, buscou-se primeiramente encontrar esses movimentos, entidades, organizações na Internet. Procurei por *websites*, *blogs*, participações em redes sociais ou similares. O que descobri foi que boa parte deles estava desatualizado ou não informava de maneira adequada a que se referia o movimento/organização. Alguns, como o da *Assembleia Popular, Cáritas e da Marcha Mundial das Mulheres* possuíam somente *websites* nacionais que refletiam uma abrangência federal. Desses, liguei para as sedes, os números que figuravam eram de Brasília e de São Paulo, e pedi o contato no estado do Paraná. O comum foi encontrar no estado somente uma pessoa representando o movimento regionalmente e que, quase sempre, possuía vínculos com outros movimentos locais. E esses vínculos se davam, inclusive, com os outros movimentos que figuravam na lista da *Frentex*. Usei o email para entrar em contato com alguns representantes também.

Uma constatação dessa exploratória é que quase sempre não havia uma sede, um local fixo ou secretaria que servisse somente ao movimento e a esses “representantes”, que eram muitas vezes as pessoas que se responsabilizam pela comunicação, estavam envolvidos com mais de uma demanda e não tinham claramente um entendimento do que seria a comunicação do movimento.

Ouvi, em algumas ligações, quando me apresentava e explicitava o propósito da pesquisa para iniciar o contato exploratório, expressões do tipo: “Ah, a comunicação aqui menos funciona, do que funciona...” ou, ainda, “Brigo muito com algumas posturas, a comunicação é muito pra dentro. Se você der uma olhada poderíamos fazer uma rede gigantesca, é muito comunicador envolvido, muito orçamento”. Mas as redes,



no âmbito regional, não existem. Aliás, houve representante que pediu que eu enviasse as perguntas<sup>31</sup> por email e nunca respondeu.

Este segundo passo exploratório trouxe algumas constatações que ajudaram a afunilar as opções que eu possuía em relação a possíveis movimentos que deveriam ser focalizados para trazer respostas ao problema de pesquisa. Sintetizo, na sequência, constatações realizadas nesse segundo movimento exploratório.

- A *Assembleia Popular*, ligada à CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) era um organismo de representação nacional. Possuía um *website* nacional<sup>32</sup>, não tinha sede no Paraná e tinha um comunicador que ficou de responder as questões por email e não o fez.

- A *Associação Cultural de Negritude de Ação Popular*<sup>33</sup> possuía sede, telefone e um *blog*, desatualizado. Parecia que tinha apoio da Itaipu Binacional (a logomarca estava no *blog*). Seu diretor, a princípio, centralizava as funções de gestão e de comunicação.

- A *Cáritas*, organismo mundial ligado à igreja católica, possuía no Paraná mais de 130 organizações de alguma maneira filiadas a ela. A principal dela era a *Ação Social do Paraná*<sup>34</sup>, que tinha vínculos com o governo do Estado também. Não tinha comunicador e a comunicação era feita por diversos órgãos, geralmente ligados ao governo. Acabava se configurando como um braço do governo estadual.

- A *Casa Brasileira* um projeto do governo Federal que já tinha terminado por falta de políticas futuras de financiamento e sustentabilidade. Ele funcionava coligado a (ou por meio de) alguns movimentos do Estado.

- O *Cefuria – Centro de Formação Urbana e Rural Irmã Araújo*,<sup>35</sup> possuía (Edu)comunicador, *site* atualizado com produções próprias tanto de vídeo, áudio quanto de texto, *twitter* e perfil na rede social *facebook*. Uma das funções era servir de apoio para demais movimentos.

- A *Ciranda - Central de Notícias dos Direitos da Infância e Adolescência*<sup>36</sup>. É uma ONG formada por 14 jornalistas que trabalhavam com monitoramento da mídia e

---

<sup>31</sup> As questões eram seletivas: se havia comunicação digital no movimento, se têm o âmbito de ação regional (recorte) e se há uma pessoa responsável pelas estratégias de comunicação.

<sup>32</sup> [www.assembleiapopular.org](http://www.assembleiapopular.org).

<sup>33</sup> <http://acnapanakanaombo.blogspot.com/2010/10/associacao-cultural-de-negritude-e-acao.html>

<sup>34</sup> <http://www.acaosocialdoparana.org.br/>

<sup>35</sup> <http://www.cefuria.org.br/site/home/index.php>

<sup>36</sup> <http://ciranda.org.br/site/publico/>

capacitação de jornalistas. Possuía diversas estratégias de comunicação, entre elas *site* e redes sociais. Havia comunicadores pensando essas estratégias.

- A *Central Única dos Trabalhadores – CUT* congregava diversos Sindicatos, possuía *website*<sup>37</sup> e departamento bem organizado de comunicação. Não consegui o número de comunicadores totais e se havia um braço só paranaense.

- O *Centro de Estudos Políticos e Culturais Che Guevara*<sup>38</sup> possuía um *blog* que estava desatualizado. Não havia, também, um responsável pela comunicação da organização.

- No *Centro Paranaense de Cidadania*, não consegui confirmar se havia um comunicador responsável porque a liderança não pôde me atender em diversas ligações. Possuía *website*<sup>39</sup> atualizado.

- O *Coletivo Soylocoporti* possuía um *blog*<sup>40</sup> atualizado e um grupo de comunicadores envolvidos também com outros movimentos voltados para a comunicação como o *Intervozes*.

- A *CMS - Coordenação dos Movimentos Sociais* não possuía sede nem *website*. O responsável pelo CMS era também diretor político do *Cefuria*. Tinha caráter representativo, não de organismo.

- O *Conselho Regional de Psicologia* possuía um grupo responsável pela comunicação, assim como outros grupos de trabalho em assuntos com similaridades da profissão.

- A *Federação das Mantenedoras de Rádios Comunitárias* não tinha *website* nem contato disponível. Encontrei somente as notícias que falavam sobre a sua criação no ano de 2006.

- O *Fórum Paranaense de Economia Solidária*, órgão representativo que não possuía *website* mas congregava diversas organizações desde governo até ONGs, tinha um grupo de trabalho que se nomeava de comunicação mas, como disse o assessor, ele não estava muito bem organizado por que era montado por voluntários.

- O *Fórum Permanente de Educação e Direitos Humanos* reunia diversas entidades, não possuía *website* e funcionava como uma representação. Não consegui obter mais informações porque o representante não podia me atender em mais de 5 ligações.

---

<sup>37</sup><http://www.cutpr.org.br/>

<sup>38</sup><http://centroche.wordpress.com/>

<sup>39</sup><http://www.cepac.org.br/blog/>

<sup>40</sup><http://soylocoporti.org.br/>

- O *IDDEHA – Instituto de Defesa dos Direitos Humanos* possuía um jornalista responsável, um *website*<sup>41</sup> e redes sociais atualizados.

- O *Instituto Reage Brasil* tinha *website*<sup>42</sup> atualizado. O organismo era ligado a uma ex-deputada federal do Paraná. Havia um comunicador responsável pela alimentação do site.

- O *Intervozes*, organização voltada para a democratização da comunicação, possuía uma representante no Paraná que era comunicadora. O *website*<sup>43</sup> era nacional e atualizado.

- A *Marcha Mundial das Mulheres* não possuía *website* específico, talvez por ser uma agremiação internacional e não uma organização. Seus dados estavam hospedados no site da *Sempre Viva Organização Feminista* que tinha sede em São Paulo. Essa possuía *website*<sup>44</sup> atualizado e equipe de comunicação, inclusive com seção no site para a imprensa.

- O *Movimento dos Sem Terra*, possuía site e departamento de comunicação organizado por voluntários. O estado do Paraná tinha uma área no *website*<sup>45</sup> nacional.

- O *Programa Software Livre* não tinha *website*, era um dos programas do governo do estado e não havia comunicadores responsáveis.

- O *Sindicato dos Servidores do Judiciário*<sup>46</sup>, o *Sindicato dos Trabalhadores da Educação no Paraná*<sup>47</sup> e o *Sindicato dos Trabalhadores dos Correios*<sup>48</sup> eram sindicatos bem atuantes, possuíam departamento de comunicação e eram filiados à CUT.

- A *Terra de Direitos* era uma organização que reunia advogados que lutavam em questões legais sobre direito a terra e direitos humanos, entre outras linhas de atuação. Possuía *website*<sup>49</sup> atualizado e uma comunicadora responsável. Aliás, era a única pessoa que não era advogada.

- A *União Paranaense dos Estudantes* possuía um blog<sup>50</sup>. A comunicação era realizada por representantes que viviam em diversas cidades do estado. Uma coordenação centralizava as informações enviadas e publicadas no *blog*.

---

<sup>41</sup><http://www.iddeha.org.br/blog/>

<sup>42</sup><http://www.institutoreagebrasil.com.br/>

<sup>43</sup><http://www.intervozes.org.br/>

<sup>44</sup><http://www.sof.org.br/>

<sup>45</sup><http://www.mst.org.br/taxonomy/term/208>

<sup>46</sup><http://www.sindijuspr.org.br/>

<sup>47</sup> [www.appsindicato.org.br](http://www.appsindicato.org.br)

<sup>48</sup> [www.sintcompr.org.br](http://www.sintcompr.org.br)

<sup>49</sup><http://terradedireitos.org.br/>

<sup>50</sup> [upepr.blogspot.com](http://upepr.blogspot.com)

A seleção das organizações participantes da *Frentex* que fizeram parte dessa pesquisa se fundou na busca das que, de alguma maneira, tivessem origem em movimentos que pudessem ser concebidos como movimentos sociais conforme o conceito com o qual estava trabalhando, compartilhado com Touraine, que enfoca a ação coletiva motivada pelo questionamento de uma forma de dominação social, invocando contra ela valores e orientações gerais da sociedade na qual ambos estão inseridos, tentando privar seu adversário de legitimidade (TOURAINÉ, 1998, p.113). Ainda, a título de auxiliar nessa primeira base conceitual para seleção dos casos empíricos, lançamos mão do que Gohn propõe como o que são “movimentos sociais progressistas, que trabalham segundo uma agenda emancipatória, realizam diagnósticos sobre a realidade social e constroem propostas” (2003, p.14).

Outro critério foi encontrar dentro do movimento um comunicador, sendo ele alguém formado em comunicação ou mesmo um comunicador popular, que se coloque como o estrategista ou mesmo o integrante que pensa nos processos comunicativos. Esse comunicador popular muitas vezes poderia ser o próprio líder do movimento ou um voluntário que acabaria agregando essa responsabilidade dentre as outras referentes à própria bandeira da organização, mas que possuiria entre seus afazeres o planejamento, a realização ou implementação de estratégias de comunicação para o movimento.

Dentro dessas questões, ainda, com o intuito de realizar uma pré-seleção utilizando, a partir da diversidade de bandeiras, a proximidade (movimentos locais, que nasceram em Curitiba e região e atuassem prioritariamente ainda localmente ou no estado), originalidade e acesso, optei por não incluir na pesquisa os *Sindicatos de classe* (por nascerem a partir de uma obrigatoriedade nas relações institucionais de trabalho), a *Central Única dos Trabalhadores* (pelo seu tamanho e alcance) e o *MST* (que possui inúmeros estudos sobre a sua comunicação e alcance nacional). Outro cuidado que tomei foi o de não escolher organizações que possuíssem demandas relacionadas à comunicação ou à democratização desta como bandeira principal para que a temática de luta não se confundisse com as práticas e estratégias comunicacionais.

Com base nestes critérios, para um terceiro movimento exploratório que aprofundasse essas escolhas, estabeleceram-se as seguintes organizações: *Associação Cultural de Negritude de Ação Popular*; *Cefuria*, *Coletivo Soylocoporti*, *Instituto de Defesa dos Direitos Humanos – IDDEHA*, *Instituto Reage Brasil e Terra de Direitos*. Esses grupos possuíam alguém responsável pela comunicação, às vezes profissional, às

vezes popular, tinham sua origem na cidade de Curitiba e ação local (ou regional) e utilizavam a Internet como um dos meios para desenvolver estratégias de comunicação. A constatação sobre serem ou não originários em movimentos sociais se deu no processo de aproximação mais profundo, quando entrei em contato com seus comunicadores.

A próxima inserção ajudou a construir um recorte de cenário para a pesquisa em questão e determinar as possibilidades metodológicas que aparecessem. Compartilhando das ideias de Maldonado (2011, p. 282), esse processo precisa vir acompanhado de uma decisão metodológica: “toda pesquisa precisa de um recorte, ela vai investigar um segmento da realidade e ao mesmo tempo não pode ignorar o conjunto de aspectos dessa realidade que intervêm na sua estruturação, condicionando-a”.

Os próximos passos realizados foram para preparar outra entrada exploratória no campo, a partir da elaboração de um roteiro de questões para uma entrevista em profundidade com os comunicadores de cada uma das seis organizações selecionadas. Essa preparação aconteceu no mês de janeiro/2012. Essa entrada buscou aprofundar o conhecimento do comunicador ali inserido, do movimento e sobre como se configuram e se planejam algumas das suas estratégias de comunicação. Compartilhando das ideias de Bonin (2011, p.28), “A aproximação empírica ao fenômeno estudado permite divisar especificidades do que se investiga, o que traz desdobramentos em termos do refinamento/redefinição do problema, de tensionamento das proposições teóricas e de sua delicada construção para a especificidade do problema investigado.”

Assim, no dia 16 de fevereiro de 2012 realizei a entrevista com a militante negra Vivian<sup>51</sup>, responsável e porta-voz da *Associação Cultural de Negritude e Ação Popular – Acnap* a partir do roteiro de entrevista elaborado previamente.<sup>52</sup> No dia 28 de fevereiro de 2012, a entrevista foi com Elisa, nova comunicadora da *Terra de Direitos* (iniciou no final de dezembro de 2011); no dia 05 de março com Tiago, do *Instituto de Defesa dos Direitos Humanos – IDDEHA*; no dia 02 de março de 2012, com Alison do *Cefuria* e no dia 07 de março de 2012, com Márcio do *Instituto Reage Brasil*. A entrevista com a comunicadora da organização *Soylocoporti* não se realizou. Por mais que tenha feito mais de 10 contatos, ela não atendeu ao pedido. Ela respondeu somente um email dizendo que queria se preparar e por isso preferia ver as perguntas antes, o

---

<sup>51</sup>Pseudônimo.

<sup>52</sup>No Apêndice B.

que iria me fazer perder muitos dos detalhes que gostaria de obter no meio da entrevista. Mesmo explicando a ela o propósito da pesquisa, não houve resposta aos outros emails.

O que poderia ajudar na explicação sobre o comportamento da comunicadora é um bate-papo informal que tive com uma colega dela que também é engajada no *Intervozes* e que forneceu um panorama superficial das organizações no Paraná. Rita<sup>53</sup> explicou que o *Soylocoporti* acabou ficando sem muitos dos financiamentos – principalmente os que vinham pelos *Pontos de Cultura*<sup>54</sup> e, por isso, a comunicadora hoje não está desempenhando papéis relacionados à comunicação na organização mas, sim, elaborando projetos para captar mais recursos e assim continuar o trabalho da mesma de estímulo à cultura. Mesmo mantendo o propósito de entrevistá-la e insistindo, não houve resposta positiva.

Para o documento de qualificação, descrevi um pouco da história das organizações e de como trabalhavam no momento dessa coleta. Muito mudou depois disso, o que me fez ver que não só o meu projeto estava se alterando no decorrer da pesquisa, mas também os possíveis objetos da investigação. O que também confirma o quanto dinâmica é a área da comunicação e dos movimentos sociais.

Elenco na sequência as principais constatações obtidas a partir das entrevistas em profundidade realizadas nesse **terceiro movimento exploratório**. Ressalto que dessa análise estão excetuadas duas organizações que a princípio estavam na lista das que participariam da exploratória. A *Soylocoporti*, pelo já explicado, e a outra que acabou não sendo analisada, mesmo apresentada, foi a *Acnap*: não havia no momento deste terceiro movimento de pesquisa exploratória um comunicador (o que foi descoberto somente na visita pessoal) e nem estratégias e práticas de comunicação digital acontecendo na organização. Havia somente um *site* que estava em construção há mais de 3 anos e um *blog* sem atualização. A organização passava por dificuldades financeiras e, por essa razão, não estava investindo em comunicação.

Dessa forma, foram analisadas, com a mesma lógica dos blocos temáticos que foram estabelecidos no plano da exploratória, as quatro organizações que restaram dessa fase exploratória: *que possuíam comunicador, trabalhavam com comunicação digital e que, a princípio, se originaram em movimentos sociais*. Dessas organizações daremos voz a seus comunicadores - que aqui estão referidos por pseudônimos – para uma

---

<sup>53</sup>Pseudônimo.

<sup>54</sup> Projeto do Governo Federal(Lula) de estímulo a cultura. <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura/>

síntese das constatações e pistas de cada dimensão pesquisada. Assim, do *Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo* – Cefuria, será a voz do comunicador Alison; da ONG *Terra de Direitos* será a de Elisa (Luísa saiu); do *Instituto Reage Brasil* será a de Márcio e do *Instituto de Defesa dos Direitos Humanos – IDDHEA* será a de Tiago. Importa posicionar que, mesmo esse trabalho tendo admitido por “comunicador inserido no movimento social” qualquer que seja a pessoa responsável pela comunicação, podendo ser formada em diversas habilitações da comunicação ou somente em cursos de capacitação popular, nas organizações selecionadas para esta pesquisa exploratória houve somente formados em jornalismo, os quatro aqui pesquisados. Alison tem duas habilitações: Jornalismo e Relações Públicas.

As graduações ocorreram em diferentes épocas e era possível notar que essa diferença de tempo de formação ou mesmo de década de formação se relacionava também com formas diferentes de visualizar as estratégias comunicativas. Isso apareceu nas entrevistas de maneira natural, sem que os comunicadores percebessem. Os dois mais jovens estavam mais inseguros para fornecer respostas. A comunicação corporal indicava uma busca por aprovação do que se estava fazendo, como se tivesse que responder a uma questão de maneira correta. As entrevistas duraram em torno de 1h30 a 2h e, em três das situações de entrevista, precisei lançar mão de diversas informações pessoais minhas, desde religião professada até movimentos dos quais participei e sobre o que eu estava pesquisando para poder conseguir a confiança do entrevistado e aprofundar, assim, as respostas.

Por essa razão, em cada uma das entrevistas, não foi possível seguir a ordem dos blocos estipulados no plano. Como a proposta era qualitativa e o importante era aprofundar cada uma das dimensões, adaptei a ordem das questões que se seguiam ao que o entrevistado ia respondendo e ia se sentindo mais confortável. Aliás, esta foi uma das constatações metodológicas importantes: há que se destinar um tempo maior para o *warm-up* (aquecimento) e talvez investir em uma apresentação ou estabelecimento de um relacionamento prévio para que o entrevistado esteja mais aberto a falar sobre suas práticas e percepções, sobre o que planeja ou faz.

Uma das percepções dessa terceira exploratória foi que, se eu quisesse saber as lógicas de comunicação utilizadas pelo comunicador em relação ao que o movimento estabelecia (à influência que ele exercia) era importante a observação das práticas e interações que aconteciam dentro do movimento social ou organização, no fazer a comunicação. Isso se mostrou complicado de fazer, entre outras razões, porque a minha

presença no dia a dia do comunicador iria contaminar suas práticas e suas relações tornando a observação artificial. Essa constatação veio depois de reflexões em relação ao comportamento desses comunicadores nas entrevistas, em relação à vontade que tinham de dar a resposta correta e no desconforto de alguns em serem entrevistados. Uma solução seria eu me envolver na organização desenvolvendo um trabalho voluntário até me tornar “invisível”, o que para mim era muito complicado em face tanto do número de comunicadores que escolhi quanto do tempo disponível para cada grupo.

Mesmo assim, ter somente a visão de reflexão dos comunicadores sobre seu fazer me parecia unilateral. Assim, observar os produtos digitais e o trabalho ali exposto poderia ser uma forma de observação sem ser vista. Mas o foco principal de coleta se manteve nas expressões dos comunicadores fornecidas nas entrevistas<sup>55</sup>, pois refleti que, depois de criar certo vínculo com esses comunicadores – afinal foram no mínimo dois encontros de, em média, 1h30 – a partir da indução a uma reflexão eu poderia obter também as omissões. Ou seja, os motivos pelos quais certas comunicações não foram feitas - até porque não figurariam nos veículos – e as intenções ou pressões por trás daquelas omissões, daqueles não-fazeres. Um exemplo aqui colocado foi a leitura do livro escrito pelo comunicador Márcio. Essa ação me ajudou – o que não deixa de ser uma observação da produção comunicativa dele também - mais do que se eu tivesse buscado suas produções digitais no movimento, o que seria ínfimo.

Outra percepção foi de que tudo sempre muda. E bastante. Por isso, para a coleta de dados da fase sistemática da pesquisa – e esse novo cenário foi apresentado na qualificação, apareceram (com mudanças que aconteceram entre os comunicadores) três configurações empíricas possíveis de serem contempladas e, que poderiam influenciar nas escolhas metodológicas e nos caminhos que se seguiriam. Era possível, na primeira configuração, investigar as práticas das duas comunicadoras da *Terra de Direitos*, Elisa e Luísa, para se levantar processos que se alteraram na mudança de comunicador. Para isso, seriam buscados elementos de alteração tanto em entrevista com ambas, mas principalmente com os integrantes da *Terra de Direitos* para que apontassem os focos dessa mudança. Essa configuração era caracterizada por duas comunicadoras e uma organização.

---

<sup>55</sup> As entrevistas tiveram roteiros que não foram estritamente seguidos. É por essa razão que o leitor verá citações relacionadas as mesmas como entrevistas em profundidade. Na prática elas foram elas profundidade para apreender a trajetória.



A segunda opção de análise que se abria com essa terceira exploratória, seria acompanhar Alison em sua nova colocação (na Plataforma *Dhesca*), já que teríamos informação mais detalhada sobre ele (foram feitas duas exploratórias com esse comunicador) e poderíamos investigar como ele estava produzindo a comunicação na nova organização e quais foram as alterações em relação à mudança das demandas. Seria uma forma também de recolhermos elementos para entender o que diz respeito mais diretamente ao movimento e o que advém do comunicador em relação a essas práticas. Nessa configuração seriam duas organizações (a antiga *Cefuria* e a nova *Dhesca*) e um comunicador.

Na terceira configuração seriam acompanhadas as produções do *IRBrasil* e da produção comunicativa quase coletiva, mas realizada em boa parte pelo Márcio.

Pesquisa é tomada de decisão, é recortar. Ali via-se claramente que haveria três recortes que poderiam ser trabalhados em relação às dimensões já estabelecidas: *contexto, comunicador, movimento social, práticas comunicacionais digitais e a relação dessas dimensões com a cidadania*. Os membros da banca de qualificação, com base na exposição do que eu já tinha recolhido, entenderam que focar na trajetória de vida desses comunicadores, que possuíam caminhadas riquíssimas do ponto de vista dos sentidos dessas práticas seria o caminho que traria as respostas mais interessantes para esse projeto, sugestão que foi acolhida na construção da fase sistemática da pesquisa. Uma reconfiguração da problemática também foi realizada no sentido de dar ênfase à trajetória de vida desse comunicador inserido nesses movimentos, ao analisar suas práticas.

Essa abordagem e a nova reconfiguração da problemática me ajudaram amplamente na definição da entrada em outro campo de estudo, realizado em Sevilha, Espanha, o que configuraria um **quarto movimento de pesquisa exploratória**<sup>56</sup>, que funcionaria como um contraponto ao que estava sendo investigado no contexto dos movimentos sociais de Curitiba. A inclusão deste contexto e desta exploratória se deram a partir da realização de um estágio sanduíche em Sevilla-ES<sup>57</sup>. De outubro de 2012 a fevereiro de 2013, antes da coleta dos dados da fase sistemática em Curitiba, realizei uma imersão neste outro contexto. O plano de estágio incluía atividades propostas para o estágio sanduíche que oferecessem elementos teóricos que possibilitassem enriquecer a fundamentação da problemática da pesquisa em andamento e reflexão naquele estágio

---

<sup>56</sup> Dados dessa exploratória estão detalhados no capítulo 6.

<sup>57</sup> O plano de trabalho investigativo do doutorado sanduíche completo está no Apêndice C.

e dados empíricos que permitissem ter um contraponto para iluminar a compreensão de especificidades do contexto pesquisado em Curitiba. Dito de outro modo, o intuito foi realizar explorações empíricas e obter dados relacionados ao contexto de Sevilha que permitissem pensar em similaridades e/ou distinções referentes às práticas digitais dos comunicadores nos movimentos sociais, do contexto brasileiro investigado em Curitiba, e no cenário espanhol, mais especificamente de Sevilha. Especificamente, os objetivos relacionados a esse estágio, relacionados à pesquisa exploratória eram:

- Caracterizar a identidade dos movimentos – suas demandas, bandeiras, história – e pensar como essas características atravessavam as práticas cotidianas dos comunicadores (comunicacionais/digitais);
- Investigar aspectos relacionados ao comunicador - trajetória, formação educacional e/ou popular, competências e consumos midiáticos/digitais, cultura política/ de militância e suas opções profissionais para pensar como participavam da configuração das práticas comunicacionais/digitais realizadas;
- Registrar as práticas digitais realizadas pelos comunicadores e suas articulações com outras práticas comunicacionais no âmbito dos movimentos estudados;
- Analisar como essas práticas digitais se relacionavam com a construção da cidadania comunicativa.

Em relação à construção teórica e de contextualização da pesquisa, os objetivos eram:

- Localizar e estudar autores/textos que poderiam contribuir para aprofundar conceitos teóricos centrais da Tese.
- Recolher elementos que permitissem caracterizar aspectos do contexto espanhol e de Sevilha em relação às práticas comunicativas digitais realizadas pelos comunicadores inseridos em movimentos sociais de Sevilha e a aplicação dessas práticas na conquista da cidadania comunicativa<sup>58</sup>.

Com esse escopo de tarefas, embarquei para Sevilha no dia 01 de outubro de 2012 para passar 5 meses investigando, com as mesmas opções já tomadas para o cenário no Brasil: movimentos sociais de atuação local, que tivessem comunicadores

---

<sup>58</sup> O que foi proposto nesses objetivos foi alcançado. Na verdade, somente estando em Sevilha, fazendo contato com possíveis fontes de informação e visitando bibliotecas e repositórios é que entendi finalmente a observação da minha orientadora: “você utilizará os dados lá recolhidos como um contraponto, como uma luz para iluminar o que está se mostrando aqui.” Saí do Brasil pensando que 5 meses com tempo e dedicação exclusiva para a investigação seria um eternidade, que eu poderia praticamente fazer metade desse documento de tese lá. Entendi finalmente o que era um contraponto. Um contraponto é uma abertura na porta do seu caminho, um questionamento do tipo “e se...” que é colocado em meio ao traçado que insistimos em achar que está definido.

responsáveis e que estes estivessem fazendo algum tipo de comunicação para o movimento no meio digital. A Espanha borbulhava com os efeitos da crise econômica iniciada em 2008 e mobilizações e movimentos sociais eram o que mais se podia encontrar. Inclusive o advento do movimento *15M*<sup>59</sup>, um fenômeno social que, até o momento do fechamento desse documento, está surpreendendo pelo seu formato de trabalho participativo, descentralizado e com propostas concretas e reais, confrontando todas as teorias que pretendem explicar os movimentos sociais europeus ou novos movimentos sociais<sup>60</sup>. A última notícia foi a proposta para um novo partido político, o partido X.

Enfim, chegando a Sevilha, me senti pequena frente a um cenário tão cheio de informações e sem tempo para conseguir abarcar um contexto tão complexo e amplo e do qual, antes, eu pouco sabia. Seguindo o protocolo que construí para a pesquisa em Curitiba, decidi que escolheria comunicadores locais, de Sevilha, que estivessem envolvidos em movimentos também locais, apesar do movimento social estar, agora, em segundo plano, para realizar a exploração empírica. Como não havia tempo hábil para fazer um primeiro movimento exploratório a fim de escolher as possibilidades, pedi ajuda ao grupo de pesquisas do qual meu co-orientador<sup>61</sup> do estágio faz parte, para me ajudar com a indicação de algumas possibilidades.

O projeto desenvolvido para essa investigação exploratória foi construído em articulação com a problemática amadurecida até julho de 2012, um mês antes da qualificação, o que aconteceu em 30 de agosto de 2012. Depois da qualificação, alguns

---

<sup>59</sup>O movimento *15M* se formou depois de uma convocatória feita pelas redes sociais para uma manifestação que deveria acontecer em 15 de maio de 2011 a partir do descontentamento do povo espanhol, principalmente os mais jovens com as políticas de emprego e de distribuição de renda e direitos básicos. O movimento se espalhou rápido e acabou tendo a adesão de diversos outros movimentos já existentes. Ao mesmo tempo, tomou configurações regionalizadas, com bandeiras locais em diversas cidades, lutando tanto por moradia quanto por emprego e outras demandas específicas. O movimento não possui uma coordenação nacional ao mesmo tempo que tem diversos líderes, tanto de antigos movimentos quanto surgidos localmente. A princípio, não tinha ambições políticas de se encaixar em âmbito de disputar eleições, mas parece-me que as novas discussões entre as assembleias apontaram que essa talvez seja uma maneira de se promover as mudanças que o movimento e seus tentáculos estão pedindo. Por essa razão, foi criada uma plataforma na internet para que o Partido X seja construído nos mesmos moldes que o movimento funciona: participativo e assembleário. [http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento\\_15-M](http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_15-M). Ver também a recente publicação: Toma las Calles, toma las redes: el movimiento #15M em internet de José Candón Mena. [S.L.] Atrapasueños. 2012. E por fim, o partido que se propõe: <http://partidox.org/>

<sup>60</sup> O capítulo da problematização teórica traz uma explicação detalhada sobre os conceitos de movimentos sociais na América Latina e na Europa.

<sup>61</sup> O prof. Francisco Sierra Caballero foi quem me recebeu em Sevilla e acompanhou o trabalho lá. Sierra tem um vasto currículo e estudos diversos em comunicação Íbero-americana e cidadania digital. É coordenador do grupo de pesquisas Compóliticas.

ajustes foram feitos na problemática sendo que a versão final, a que está norteando esse trabalho, foi estabelecida em novembro de 2012, ainda em Sevilla.

As questões referentes à minha entrada no contexto de Sevilla serão explicitadas no capítulo referente a esse contraponto, o de número 6, mas aqui é importante delinear as descobertas que direcionaram as escolhas metodológicas.

Na primeira semana na cidade, já situada em relação a mapa, direções, etc, visitei as pessoas que seriam meus companheiros de sala na Universidad de Sevilla. O professor Javier Moreno me posicionou em relação aos possíveis comunicadores que eu poderia entrevistar, os que poderiam ser foco do meu trabalho. A ideia que repassei para ele era que precisava de indicações de comunicadores de MS de Sevilla que estariam atuando nos movimentos sociais, podendo ser formados na universidade ou não e usassem de maneira prioritária o ambiente digital para realizar seus trabalhos de divulgação/comunicação. Não pude fazer uma exploratória mais detalhada para poder escolher quem eram esses comunicadores porque o tempo era curto. Usei o mês de outubro de 2012 para escrutinar materiais da biblioteca e do grupo que me ajudassem a montar o contexto, mas em novembro já vi que precisaria entrar em campo o mais rápido possível sob pena de acabar perdendo a possibilidade de conversar pessoalmente com esses comunicadores, o que afinal, era uma das prioridades do que fui fazer lá.

Foram em torno de seis comunicadores indicados de início, mas muitos deles trabalhavam em equipes no mesmo movimento ou ainda em movimentos fora da cidade. Desses, selecionei quatro que, ao meu ver, poderiam representar boa parte das ações comunicativas dos movimentos que borbulhavam na atualidade. Foram dois rapazes, Ozecai e Juanjo, e duas mulheres Maca e Hazeina.<sup>62</sup> As formações escolares dos quatro eram variadas o que trazia também visões diferentes do fazer comunicativo. Com cada um foram realizadas entrevistas que duraram em torno de 2 horas, com o roteiro de questões anteriormente preparado para a última exploratória em Curitiba, mas que foi traduzido e sutilmente adaptado depois de discussões por skype com a orientadora.

Depois de um mês treinando meu espanhol “andaluz”, conversando com muitos vizinhos e na aula de flamenco que passei a frequentar, avaliei que poderia ter um entendimento suficiente dos meus entrevistados; assim, passei a marcar as entrevistas para o mês de novembro.

---

<sup>62</sup>Os nomes aqui são codinomes verdadeiros, como esses comunicadores são chamados pelos integrantes dos movimentos sociais. Permissões foram dadas nas entrevistas.

Mesmo muito ocupados, os quatro comunicadores foram absolutamente gentis abrindo tempos em suas agendas e “dando um jeito” para que a entrevista acontecesse. O roteiro de perguntas serviu somente como um norte nas conversas porque, como tudo era novo, preferi dar liberdade para o que os comunicadores viam como importante dentro dos temas, inclusive para ajudar a construir o contexto onde estavam inseridos, já que o tempo para conhecer a fundo leis, necessidades, cultura e relações político-econômica e sociais era realmente limitado. A cada contato realizado por email para o agendamento da entrevista, eu já perguntava a quais movimentos esses comunicadores se ligavam para realizar um olhar sobre os produtos de comunicação produzidos e publicados na Internet.

Nessa entrada em campo em Sevilha, tive algumas dificuldades em tomar decisões sobre o quanto deveria estar junto dos movimentos e das mobilizações, já que passei a curtir as páginas do *Facebook* dos movimentos e a ser informada por listas de emails das próximas manifestações. Importa lembrar que Sevilha estava fervilhando com os desalojamentos de famílias inteiras de suas casas e esses comunicadores estavam muito envolvidos com questões bem práticas, relacionadas a ajudar a encontrar um teto para estas pessoas e publicizar as negociações realizadas com os bancos, imprensa, estado e polícia. Não me sentia à vontade de simplesmente entrar em uma caminhada como alguém de fora que está lá para passar um tempo, sem um compromisso maior. Mas via a necessidade de observar para entender. Como ser humano/militante, tudo pelo que eles estavam passando me afetava de alguma forma, a ponto de voltar para casa me sentindo mal um dia, quando visitei um acampamento em frente ao banco realizado por algumas famílias. Eles iriam passar frio aquela noite, eu não. Aquilo fez ressoar na minha cabeça o que já ouvi de diversos integrantes movimentos em Curitiba, nos quais pesquisadores se infiltram, observam, perguntam, mas não devolvem as informações, não partilham o que descobriram, não voltam lá. Uma pequena crise se instalou aquela noite, mas a exemplo do que vi nas discussões que envolviam o trabalho do fotógrafo Sebastião Salgado entre fotografar a vida dura de alguns trabalhadores ou ajudá-los, pensei que ir em frente com a pesquisa e publicizá-la é um jeito também de ajudar.

A primeira entrevistada foi Maca que depois de desmarcar duas vezes, me encontrou no bar *El Barcón*, no dia 19 de novembro de 2012, às 19h. A entrevista com Maca foi feita em dois momentos porque o gravador não funcionou e porque ela tinha um compromisso no primeiro encontro que acabou não nos dando chances de conversar

sobre todo o roteiro. O segundo encontro foi no bar em frente a Igreja *San Marcos* porque *Él Barcón* estava fechado naquele dia, 27 de novembro de 2012. A segunda entrevista foi com Juanjo, em sua casa, no dia 21 de novembro, as 10h15 da manhã. A conversa foi muito boa, mas o gravador teve problemas e precisei escrever tudo que foi dito perdendo, muitas vezes, expressões específicas faladas. A terceira entrevista foi com Ozecai, num sábado (24/11), ao meio dia, na *Casa Pumarejo*, enquanto fora da casa estavam se juntando vários movimentos pela vivienda. E, por fim, no dia 27 de novembro, pela manhã, entrevistei Hazeina, na casa dela.

As entrevistas foram balizadas por seis blocos temáticos, sendo três voltados para a trajetória de vida do comunicador e três voltados para as relações com o movimento. Os três primeiros se referiam à cultura profissional, às competências midiáticas e à cultura política. Os três blocos da segunda parte se referiam a questões voltadas para a identidade do movimento, práticas de comunicação desenvolvidas e a atuação do comunicador ali.

Em nenhum dos encontros segui à risca o roteiro de questões porque as discussões tomavam rumos tão interessantes para se entender as mobilizações, a comunicação ali, a posição que esses comunicadores tinham que me peguei fazendo perguntas sobre costumes, relacionamentos, pedindo para que explicitassem melhor porque não acreditavam que houve uma “transição” da ditadura para a democracia na Espanha, enfim, o volume de informações foi altamente rico. Tão rico que demorou praticamente metade do ano de 2013 para eu transcrever todas as entrevistas *ipsis literis*<sup>63</sup> e digerir e pesquisar adicionalmente nomes e fatos sobre o que foi ali dito.

A descoberta de que esses comunicadores estavam envolvidos em mais de um movimento fez com que eu realmente focasse meu trabalho no sujeito comunicante. Fiz uma observação panorâmica dos produtos comunicacionais, principalmente antes das entrevistas, para poder ter possibilidade de já tirar dúvidas em relação às produções. Mas o direcionamento era para as práticas e para os sentidos que esses comunicadores davam para suas lutas e suas atuações.

Para algumas pessoas, questões como a língua ou mesmo a timidez em entrar em âmbitos não tão conhecidos podem ser obstáculos para esse momento do encontro. Mesmo não me envolvendo de maneira mais assertiva nos movimentos e manifestações,

---

<sup>63</sup> Todas as entrevistas realizadas para essa pesquisa, tanto em Curitiba quanto em Sevilla, foram transcritas na totalidade. As em português contaram com a ajuda de alunos e amigos para essa transcrição, as de Sevilla foram inteiramente transcritas por mim.

fui muito bem recebida por esses comunicadores o que além, de me fazer sentir à vontade, já me fez pedir perdão por qualquer erro (dos milhares que cometi) falando espanhol. Mesmo com o sotaque andaluz sendo um dos mais complicados porque corta palavras e possui entonações e gírias muito específicas (Maca e Hazeina as usaram muito), a expressão corporal me ajudou muito a entender os significados, evitando aquele comportamento (que penso ser muito chato) de ficar perguntando o que significa isso ou aquilo que foi dito. Nas entrevistas que transcrevi lá mesmo, pedi ajuda de vizinhos e dos meus colegas pesquisadores para duas ou três palavras que realmente não conseguia distinguir. Dessa forma, principalmente pela boa vontade dos entrevistados, penso que as dificuldades lingüísticas não me impediram de entender os significados tanto explícitos quanto implícitos dessas conversas. As interpretações que realizei podem ser conferidas no capítulo 6.

Além das buscas teóricas nas bibliotecas a que tive acesso<sup>64</sup> e das entrevistas realizadas, procedimentos não tão formais me ajudaram a compreender principalmente o contexto em que eu estava inserida, além de lógicas da universidade e da pesquisa europeia. Por essa razão inúmeros cafés, almoços e “tapas” com amigos de amigos da academia, encontros do grupo de pesquisa *Compólicas*, o *I Workshop de Orientación a la Investigación Científica universitaria em el Área de Comunicación* (para o qual precisei produzir um paper do meu projeto de pesquisa refletindo sobre as metodologias até então utilizadas), o *Encuentro Estatal para el Cambio Social desde la Universidad*, manifestações, mercados sociais e mobilizações ao redor dos movimentos que mais estavam ativos foram altamente produtivos para me ajudar a construir o cenário onde se localizava o que eu investigava. Dessa experiência, trouxe inúmeros aprendizados, mas entre eles, metodologicamente destaco a importância fundamental da construção de um contexto para as investigações. Sentir “na pele” as grandes diferenças contextuais de países e cidades com histórias e culturas distintas só corrobora o que Maldonado (2008) já dizia sobre a importância da contextualização bem estabelecida em uma pesquisa, e faz ver a importância de vivenciar o contexto investigado para melhor apreendê-lo.

Outra constatação realizada com a experiência fora é que certas teorias não podem ser impensadamente importadas e adaptadas a outra realidade sem os devidos “senões”; assim, a necessidade de construirmos e reforçarmos um cabedal teórico do campo da comunicação na América Latina é sempre urgente. Há que se aprender e

---

<sup>64</sup> Universidad de Sevilla e repositórios digitais.

muito com o velho continente<sup>65</sup>. Entre outras razões, talvez porque quando estávamos sendo descobertos – por eles – já havia universidades lá. Precisamos, também, sistematizar melhor o conhecimento desenvolvido aqui e socializá-lo de maneira efetiva<sup>66</sup>. Mas isso não significa que não há aqui uma riqueza de experiências bem interessantes do ponto de vista das mobilizações que militantes de lá admiram - o MST é uma delas.

Por fim, a experiência de contraponto em Sevilha revelou uma grande diferença com os usos dos meios digitais. Lá não há tantos problemas com acesso ao ambiente digital como temos aqui. Assim, os usos digitais estão altamente presentes nos movimentos sociais, tanto que se iniciaram os pedidos pela *Democracia Real Ya!*<sup>67</sup> pelas redes sociais em 2010 e obteve-se respostas imediatas<sup>68</sup>. No Brasil, por mais que tenhamos tido uma resposta alta em relação às convocações de junho de 2013, não houve “organização” em torno de demandas concretas na sequência. Enfim, o contraponto sevillano apontou que principalmente a trajetória de vida dos comunicadores, responde muitas das questões presentes na problemática dessa pesquisa e que motivou a coleta sistemática em 2013, em Curitiba, e está reconstruída e analisada no capítulo 5.

Em relação à fase sistemática da pesquisa realizada no contexto de Curitiba, o procedimento de coleta de dados construído para a sua realização foi o *Relato de vida comunicacional/midiática dos comunicadores*. O roteiro baseou-se no que foi aplicado em Sevilha, com o intuito de “fechar as lacunas” das questões realizadas nos contatos anteriores, já que com todos os pesquisados na coleta sistemática - Elisa, Alison, Márcio e Tiago - eu já havia feito, pelo menos, uma primeira entrevista. Os blocos utilizados eram os mesmos para que eu lembrasse o que faltava analisar das outras entrevistas realizadas e, principalmente, entender as incursões no ambiente digital no fazer comunicação. Na coleta foi recuperada a trajetória de vida, principalmente relacionada

---

<sup>65</sup> Essa não é uma reflexão do estilo colonizada, como se nossos parceiros do velho mundo estivessem à frente e devêssemos segui-los, mas há procedimentos, investimentos e focos em processos educacionais e de pesquisa que são ainda muito insípidos no Brasil, como o investimento pesado em bolsas e em pesquisa que somente nos últimos 10 anos foram reforçados no país. O que se esclarece é o valor dado à pesquisa de qualidade e ao estudo que deve ser seguido ou até reforçado aqui, de um jeito latino-americano.

<sup>66</sup> Aqui não é tão fácil encontrar uma livraria inteira com publicações sobre movimentos sociais, como foi em Sevilla.

<sup>67</sup> [www.democraciarealya.es](http://www.democraciarealya.es)

<sup>68</sup> Claro que podemos trabalhar com diversas outras variáveis em relação a essa resposta mas o cerne da questão, dita também pelos comunicadores entrevistados, é que a internet é realmente muito usada pelos movimentos agora.



às práticas comunicacionais/midiáticas, dos comunicadores - que muitas vezes é chamada de história de vida ou história oral por autores da comunicação<sup>69</sup>. A partir da trajetória de vida, pode-se situar os públicos pesquisados nas histórias pessoais, de região, de família e as competências dos sujeitos (Maldonado apud Bonin, 2008, p. 140) e incluo aqui a relação com as mídias e seu consumo midiático no decorrer da vida. Neste sentido, Bonin (2008) argumenta que a perspectiva histórica permite vislumbrar a formação de competências midiáticas, seus deslocamentos e rupturas dentro da configuração dos *habitus*, a partir da apropriação dos produtos, que seriam aqui os meios digitais.

Na realização das entrevistas em profundidade, com a intenção de construir as trajetórias de vida, falei com o mesmos quatro comunicadores com os quais eu já tinha tido contato no terceiro movimento de pesquisa exploratória no contexto de Curitiba: Alison, Elisa, Márcio e Tiago. Na fase sistemática eles foram entrevistados no mês de julho de 2013 (os três primeiros) e setembro de 2013 (Tiago) e os resultados, tanto do terceiro movimento exploratório, realizado no início de 2012 quanto da coleta de dados da fase sistemática da pesquisa, são reconstruídos e analisados no capítulo 5.

Esse “**último**” **encontro** com os comunicadores de Curitiba me mostrou que pesquisar comunicação é trabalhar com a mudança sempre. Além de ser surpreendida com “crises” ideológicas e de saúde de dois comunicadores, um deles não estava mais envolvido com o mesmo movimento/organização, como já dito. Alison tinha saído do *Cefuria* e estava já há mais de um ano trabalhando na *Plataforma Dhesca*, Elisa estava se dividindo entre a *Terra de Direitos* e o *Cefuria*, Márcio estava “licenciado” de trabalhos formais nos movimentos apesar de ainda atuar e Tiago tinha saído formalmente da organização *IDDHEA* e estava focado em sua agência de assessoria de comunicação às organizações não governamentais.

O cenário, novamente, mudava. Dessa maneira, nessa incursão, decidi concentrar os esforços para entender as lógicas comunicacionais presentes, atuais, desses comunicadores. Em alguns momentos confrontei o antes e o depois, até porque li as entrevistas anteriores antes dos contatos e ali reforçava ou questionava posições. Percebi que, como já tínhamos tido um contato anterior, havia maior familiaridade e todos estavam mais relaxados. Isso deu espaço para que direcionassem a entrevista para o que “doía” neles no momento. E uma das percepções mais interessantes é que a

---

<sup>69</sup> Ver Duarte (2005).

postura que vi em Sevilha de focar a reflexão no ambiente digital, em como usá-lo estrategicamente, em Curitiba era um assunto de segundo plano. A força do digital para ser usada para a luta estava diluída em diversas outras questões que esses comunicadores se deparavam todos os dias, entre elas, as dificuldades financeiras por que passam as organizações, os baques tomados em decisões políticas tanto em nível federal quanto local e a visão de que a Internet era uma ferramenta, mas que havia outras coisas ainda que precisavam ser ajustadas, que não se relacionavam diretamente com a comunicação. Algumas dessas entrevistas, talvez pela confiança conquistada, tiveram a tônica de desabafo mesmo, como se esses sujeitos não tivessem com quem refletir sobre os seus fazeres. A fase sistemática serviu como confronto para os próprios comunicadores que estão sempre no fazer, pararem e pensarem um pouco sobre seus papéis.

Essas entrevistas foram transcritas em sua totalidade, lidas e confrontadas com as antigas (Alison tinha ainda mais duas outras em anos diferentes). A partir do que vi e coletei ali, resolvi separar o que foi percebido por blocos, não mais os blocos do roteiro de pesquisa, mas os blocos que construíram a caminhada e os relatos. Por essa razão, o capítulo 5 está organizado em partes referentes a cada um dos comunicadores. O movimento ficou em segundo plano porque os relatos foram claros quanto à “solidão” desses comunicadores no momento de decidir, de se colocar, de escolher onde atuar, do que fazer. Eles eram praticamente autônomos em suas decisões, planos e fazeres. Dessa forma, os blocos interpretativos que estabeleci para poder descrever cada um dos comunicadores são compostos por uma apresentação geral do comunicador, a cultura profissional dele, sua cultura militante, o movimento a que está ligado, estratégias de comunicação desse movimento e, finalmente, os fazeres desse comunicador no ambiente digital/internet. Preferi ir direto para ações neste ambiente porque as entrevistas apontaram que em torno de 80% das estratégias e táticas de comunicação realizadas por esses comunicadores, concentram-se no ambiente digital/internet.

### 3 O CHÃO DE PARTIDA: ASPECTOS DOS CONTEXTOS DE INVESTIGAÇÃO

Para caminhar com segurança precisa-se de um chão onde esse caminho se traça, ou é construído ao caminhar. O chão que envolve, que reveste, interage, influencia e é influenciado, que troca com os comunicadores estudados, que dá base para a formação, manutenção ou ainda desaparecimento dos movimentos sociais. Nesse capítulo falamos sobre o chão que acolhe e se mistura com as raízes da sociedade midiaticizada, que é mutável e que influencia as dimensões aqui estudadas. Trazemos Curitiba, inserida no Paraná/Brasil, uma visão de sua identidade configurada na relação com os movimentos sociais e com a comunicação dos mesmos, um pouco do cenário da mídia de massa e alguns números sobre o ambiente digital e acesso. Como estamos trabalhando com dois contextos distintos, Sevilha será situada no capítulo 6 que também traz a descrição da incursão no estágio sanduíche.

Nos dias 6 e 7 de junho de 2013, o *Movimento Passe Livre* saiu às ruas de São Paulo para exigir passagens gratuitas para estudantes e mais baratas para o cidadão em vista do aumento aplicado. Foi violentamente reprimido. A imprensa, sempre “alinhada”, noticiou o fato chamando-os de “baderneiros” e “vândalos”, vendo-os como gente que queria bagunça na sua cobertura do jornal da noite.

A partir daí, um fenômeno relativamente novo aconteceu: pelas redes sociais foram disseminadas imagens do que realmente aconteceu naquele dia. Na mesma semana, e no que foram considerados efeitos de rastilho de pólvora, diversas outras manifestações foram marcadas e se espalharam, acontecendo por quase um mês em dias e cidades diferentes. Proliferou-se todo tipo de ideologia nas manifestações, nas conversas, nas redes sociais. A frente do Palácio do Planalto foi tomada por uma multidão.

Diante do que estava sendo informado nas redes sociais e por cidadãos comuns, a mídia de massa resolveu que era hora de recuar e mudar um pouco o vocabulário: passou, então, a chamar todas essas pessoas de manifestantes, separando-os dos vândalos, que eram os que quebravam tudo. A cobertura começou a dar atenção às reivindicações, coisa que não acontecia antes.

Nas redes sociais, milhares de frases de efeito se espalharam, motivando as pessoas das mais diversas maneiras, em diversas direções ideológicas, inclusive altamente populistas com a chamada “o Gigante acordou!”; não é só por 0,20 centavos

(o aumento do valor da passagem). Milhares de pessoas que nunca foram às ruas lá estavam. Meio moda, meio insatisfação, grupos oportunistas querendo ver o “circo pegar fogo”, os *Black blocks*<sup>70</sup> também apareceram e fizeram parte dessas “geleia geral”<sup>71</sup>. Pequenos manuais para atualizar os que sempre estiveram alienados das lutas sociais e dos mecanismos de reivindicação foram feitos e publicados. E, em meio a toda a discussão sobre apartidarismo, anarquismos, fascismos que apareceram nessas mobilizações que principalmente apontavam um acordar geral, uma frase específica fez toda diferença: os movimentos sociais nunca dormiram. Levantou-se o véu no meio de toda a diversidade para os que estavam “por fora” das lutas sociais. Pois bem, esta pesquisa foca questões relacionadas a esse pessoal que “nunca dormiu”.

Essas mobilizações só mostraram o quanto é complexo o tema e o quanto de vieses ele pode assumir quando se tenta embarcar na busca de algumas respostas, o que quase sempre resulta em mais perguntas. Ali, grupos históricos de mobilização estavam representados. Como disse um dos nossos entrevistados, Alison, em Brasília, eram 30 mil pessoas na Esplanada dos Ministérios. E a mistura de sentimentos de quem tem, pelo menos, conhecimento das lutas de tantos anos nem podia ser explicada direito.

eu achei que o momento melhor de nossas atividades não foi o congresso, os seminários, foi eu poder ir pra rua (...)eu estava lá. Na frente, as pessoas cantando, claro que você passava e tinha reações diferentes, a gente ficava puta, a gente estava bem na frente do Congresso. Os indígenas tentaram chegar no Congresso e a polícia revidou. A gente foi acompanhando os indígenas, eles fizeram uma dança e tal, do meu lado aqui, e a polícia aqui, o choque aqui, do meu lado, o tempo todo. A hora que eu passei um cara gritou “uga-buga”. Eu virei - não tenho tamanho para brigar - mas eu virei tão puto que não consegui ver quem era. Então tinha pessoas chamando “Feliciano<sup>72</sup>, seu Viado”, eram várias manifestações, e a gente se sentia perdido. Passava um gritando e atingindo Feliciano, mas usando gritos e palavras de ordem que eram igualmente preconceituosas, algumas palavras tipo, que é a forma de relação entre os gays, para tentar agredir o outro. (Alison, 2013)

O contexto onde esta investigação se dá tem pinceladas dessas insatisfações antes colocadas e uma história que segue a do Brasil e das disputas aqui acontecidas desde a sua “descoberta”. Quando aparecem os sinais de fim da ditadura, esses

---

<sup>70</sup>A princípio, eram grupos de pessoas que se vestiram de preto, sem organização, que saíram às ruas para confrontar o sistema de maneira violenta, muitas vezes quebrando equipamentos e estruturas privadas e públicas.

<sup>71</sup>Parafrazeando a expressão de Pignatari.

<sup>72</sup> Referência ao deputado federal que presidiu a Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados em 2013.

movimentos aparecem em maior número e força. Suas demandas eram direcionadas localmente e com limitada ação política, como associações de bairro e movimento de mulheres. Mais à frente veremos que, gradualmente, deste período para os anos 1990, as comunicações desses movimentos passam de alternativas para as midiáticas, o que favorece um rompimento de fronteiras geográficas. Boa parte das lutas e bandeiras eram hasteadas contra o regime autoritário e a favor dos direitos humanos e sociais. O Estado, pela sua lógica autoritária e desigual, e o mercado, por ser o símbolo da acumulação de capitais eram, nos anos 1970 e 1980, os dois setores que se contrapunham aos ideais dos movimentos organizados. A partir dos anos 1980, com a abertura para um regime democrático, os movimentos lutam de forma mais institucionalizada. Mesmo assim, é importante entender que essa abertura possibilitou uma manobra rápida e que muitos dizem ser um plano neoliberal para “manter as coisas como estão” ou, como argumenta Peruzzo, “uma coisa é certa: a classe burguesa, com a abertura gradual do governo transitório, foi hábil o suficiente para reorganizar o bloco histórico, mudando apenas algumas regras do jogo e os atores políticos para continuar no poder” (PERUZZO, 1998, p. 51).

Desde os anos 1970 até os anos 2000, muita coisa mudou. Movimentos se institucionalizaram, muitos desapareceram (porque tinham demandas bem pontuais); destacaram-se os movimentos sociais populares urbanos, outros foram criados com novas agendas e pautas (como os movimentos anti-globalização) e outros, ainda, transformaram-se em organizações não governamentais para poder ter acesso aos recursos estatais que eram oferecidos nos anos 1990, quando houve o *boom* das ONGs (GOHN, 2003; MONTAÑO, 2005).

Muitas das organizações originadas de movimentos sociais ou que serviram de base ou assessoria para esses movimentos buscaram maneiras de financiar suas atividades a partir de organismos, institutos e fundações internacionais ligadas a igrejas e associações. Algumas das que atuavam a partir dos anos 1960 ou 1970, mesmo com a dificuldade que a ditadura impôs, encontravam somente nesses organismos internacionais a chance de manutenção financeira de seus projetos. E dois aspectos estão relacionados à expansão dessas ONGs: o primeiro, os financiadores estrangeiros preferiram, neste momento, enviar fundos para ONGs e não mais para movimentos sociais e populares; e, o segundo, a criação de um número vasto de ONGs em que objetivo central era buscar recursos e gerar (auto)emprego (MONTAÑO, 2005, p.224).

Outras organizações, sociais, aliaram-se ao Estado na busca de metodologias e de recursos financeiros para tentar sanar demandas sociais comuns, mas a intenção ainda é buscar a independência das diretrizes do Estado. O problema maior é que os financiamentos externos foram escasseando. Gohn apontava que fora das políticas públicas não haveria mais recursos e esse era um tema que tornava a relação com o Estado mais complexa porque os movimentos se pretendiam independentes do Estado mas isso não foi possível (GOHN, 1997, p. 313).

Assim, essas organizações, principalmente as que têm sua origem em movimentos sociais, os mesmos que reivindicavam ações do Estado, passam a se posicionar a fim de ajudá-lo a cumprir sua missão nos setores sociais. Importa ainda lembrar que essa “prestação de serviços” é realizada usufruindo do apoio financeiro estatal mas mantém-se a autonomia organizativa. Peruzzo (1998, p.58) mostra que num primeiro momento, muitos movimentos populares colocaram-se numa posição de antagonismo em relação ao Estado, alguns foram cooptados mas, grande parte dos movimentos têm lutado para garantir a autonomia, negociando e participando de programas públicos de interesse social.

Desta maneira, os anos 1990 foram palco do crescimento progressivo de diversas organizações institucionalizadas, vindas ou não de movimentos e demandas sociais com variadas temáticas de trabalho que fizeram parte do “terceiro setor”. Outro efeito desta “abertura democrática” e da “criação” do terceiro setor foi a influência no segundo setor, o mercado. As pressões sociais desses grupos motivaram movimentos de consumo consciente, preservação do meio ambiente e atuação cidadã que forçaram empresas a se posicionarem de forma socialmente responsável em relação à sua atuação mercadológica. Essa tendência mercadológica privilegia a escolha, por parte dos consumidores, de empresas e produtos que se focam em Responsabilidade Social<sup>73</sup>, isto é, que contribuem de alguma maneira para o desenvolvimento social e global da comunidade.

Montaño, entretanto, aponta que essa dinâmica social na qual se inserem os três setores (Estado, mercado e terceiro setor ou sociedade civil organizada) não passa de uma reorganização neoliberal para sectarizar os processos sociais e dividir o público do privado (MONTAÑO, 2003, p.55). Esse “plano” neoliberal que Montaño denuncia se

---

<sup>73</sup> O conceito de Responsabilidade Social pode ser vastamente discutido, mas compete esclarecer que aqui ele é visto na acepção da palavra, do tornar-se responsável pela comunidade em que se insere, pensar no global, no todo e nas consequências de cada cadeia produtiva do mercado.

relaciona com o que Nogueira (2005, p.21) afirma como a falta de habilidade organizativa que a sociedade civil e o próprio Estado detinham quando da abertura da ditadura para um governo democrático no Brasil. Tínhamos uma das constituições mais modernas do mundo, que era carinhosamente apelidada de cidadã, mas um governo com direcionamento neoliberal. Além disso, a sociedade civil não era capaz de estabelecer maiores vínculos orgânicos com a sociedade política. Claro que ampliava-se a participação, mas faltavam instâncias que agregassem num nível político-estatal os diversos interesses e reivindicações. Tínhamos, de um lado, um projeto excludente oficial, de auto-reforma e por outro um processo político caminhando em um sentido popular-democrático. Assim, a “abertura sempre foi marcada por uma pressão democrática que crescia sem conseguir se completar”. (NOGUEIRA, 2005, p. 21)

O modelo de “participação” proposto, que determina o prazo de um ano ou dois de realizações de projetos, é um exemplo/espelho do que se estabelece como esse espaço que o Estado “fornece” à coletividade. Nesse sentido, o conceito de *cidadania* deve aflorar com outra concepção, como uma nova cidadania, estabelece Dagnino (2008). Ela deixa de ser a cidadania que aos poucos é a permissão pelo grupo dominante da entrada dos excluídos para ser a cidadania de sujeitos atores que tomam para si a responsabilidade e a missão de lutar pelo que é de direito ou o que é seu de direito como o espaço para reconhecimento de sua atuação como seres iguais em suas diferenças. A reflexão trazida por Cortina (2005), que também perpassa a caminhada histórica do conceito de cidadania e a dualidade que se forma entre liberais e comunitários e propõe, na teoria e na prática, um terceiro conceito de cidadania, propõe que o fato de se saber e de se sentir cidadão, parte de uma comunidade, motiva os sujeitos a trabalhar por ela. Aí os dois lados de uma cidadania ideal estariam representados: o lado ‘racional’, “o de uma sociedade que deve ser justa para que seus membros percebam sua legitimidade, e o lado ‘obscuro’, representado por esses laços de pertença que não escolhemos mas já fazem parte da nossa identidade” (CORTINA, 2005, p.27).

Nas demandas voltadas para a busca da cidadania, protagonismo social e dignidade, apesar de muitos movimentos sociais terem se institucionalizado, alguns ainda permanecem movimentos e, há ainda, as organizações institucionalizadas que, momentaneamente podem produzir movimentos sociais. São muitos os casos de organizações sociais que criam um movimento social, ou os movimentos sociais que se institucionalizam tornando-se organizações sociais ou ONGs (FAXINA, 2001, p.17).

Atualmente, uma profusão de novos movimentos (alguns chamados de novíssimos), de diversas configurações, estão se espalhando pelo mundo e invariavelmente afetando o Brasil e, localmente, Curitiba, nosso cenário. São numerosas e variadas reivindicações e, a possibilidade de obter informações imediatas de tudo que acontece em qualquer lugar do planeta tem mostrado que há milhares de iniciativas acontecendo simultaneamente. Algumas delas tomam proporções globais<sup>74</sup>. Dessa forma, é possível que as mobilizações de junho em diversas capitais brasileiras tenham tido um impulso motivador tanto na primavera árabe<sup>75</sup> quanto no movimento *Occupy Wall Street*<sup>76</sup>.

Apesar de sabermos que a história caminha em ciclos e que movimentos e revoltas aconteceram desde que o mundo é mundo, muitos cientistas sociais e estudiosos têm visto características interessantes de inovação nessas mobilizações atuais, visão que, com algumas ressalvas, também compartilho. Chomsky<sup>77</sup> é um dos entusiastas. Para ele, esses novos movimentos podem ter papel histórico decisivo porque aproveitam a crise para estabelecer insatisfações e determinar novos processos sociais e civilizatórios. Ele argumenta que o movimento *Occupy Wall Street* não teve precedentes e a possibilidade de continuidade pode trazer muitas mudanças na sociedade norte-americana. Ele vê que essa virada histórica começou na década de 70 em que valores que indicavam o caminho para a riqueza, a industrialização e o desenvolvimento estão sendo revistos.

### 3.1 Aspectos do contexto de Curitiba: cenário território-cultura-história

Curitiba – *core etuba*<sup>78</sup>, originalmente - é uma cidade que possui quase dois milhões de habitantes<sup>79</sup>, e na sua região metropolitana reúne mais 29 municípios

---

<sup>74</sup>Mecanismos cibernéticos de mobilização como o site Avaaz.com têm feito com que pessoas de diversas comunidades se juntem em prol de reivindicações e pressões em causas mais diversas, como a libertação de ativistas na Rússia, mudanças de legislações opressoras das mulheres no mundo islâmico e na Índia e na política brasileira.

<sup>75</sup>*Primavera árabe* é o nome dado à onda de protestos que começaram em 2010 - e algumas ainda estão sem solução até o momento - tanto no Oriente Médio como no continente africano. A população foi às ruas para depor ditadores e apontar insatisfações com as repressões violentas.

<sup>76</sup>O movimento *Occupy Wall Street* começou em Nova Iorque em 2011, no centro financeiro dos Estados Unidos e estabelecia argumentos contra o sistema financeiro, o foco no lucro e a desigualdade sócio-econômica. Teve repercussão em diversas outras capitais do mundo.

<sup>77</sup><http://www.outraspalavras.net/2011/11/14/chomsky-debate-futuro-dos-novos-movimentos/>

<sup>78</sup>Muito pinhão em tupi-guarani.

<sup>79</sup>Censo de 2011 - IBGE



totalizando quase quatro milhões de habitantes. A cidade nasceu no século XVII<sup>80</sup>, a partir de um povoado bandeirante, porque era caminho dos tropeiros que transportavam o gado de Viamão a Sorocaba. Logo se tornou a capital da província do Paraná e foi efetivamente colonizada a partir da vinda de europeus - italianos, alemães, ucranianos, poloneses - e emigrantes das duas guerras mundiais.

A identidade cultural do povo curitibano teve uma construção que apontou para a mistura dessas etnias, incluindo também os japoneses que imigraram ao Paraná no século XIX. Há também, hoje, comunidades árabes e africanas. Mas a marca da cidade, num passado bem recente, era de sentir-se uma cidade europeia por conta da limpeza das ruas e costumes dos seus moradores, herdados dos ascendentes europeus. A primeira universidade federal brasileira foi fundada em Curitiba. Foi chamada de *Cidade Sorriso* por um poeta – Hermes Fontes – quando este a visitava na década de 1920, mas não há nada mais irônico do que esse título, já que seu povo foi taxado de frio e fechado, sempre. Foi marcada também por uma moderna administração nos anos 80/90 que investiu em um inovador modelo de transporte público e, de maneira pioneira, na reciclagem do lixo e criação de parques. Por essa razão, nessas décadas carregava o título de cidade ecológica ou moderna.

A propaganda dessa “melhor qualidade de vida” trouxe muitos outros moradores do interior do estado e de diversas regiões do país, o que levou a um crescimento populacional exponencial nas décadas de 80 e 90 (5% ao ano) para o qual os governos não se prepararam. Hoje, estima-se que 52% da população que ali vive não é nascida na cidade e dados do IBGE mostram que os 10 bairros que mais cresceram em população nos últimos 10 anos - alguns 270%<sup>81</sup> - são os da periferia, o que denota uma migração de família pobres, muitas do interior dos estados, saídas de áreas rurais. Esse crescimento exponencial tem sido percebido pelos seus moradores, tanto pela mistura de sotaques nos lugares públicos, quanto pelo trânsito e pelo aumento da violência<sup>82</sup>.

Outra constatação é a pequena parcela de negros e pardos na cidade, o que contribui para um racismo velado, mas cruel<sup>83</sup>. A cultura mais introvertida,

---

<sup>80</sup> Um "bebê", perto de Sevilha.

<sup>81</sup> <http://www.parquesepracasdecuritiba.com.br/destaques/dados-da-populacao.html>

<sup>82</sup> Reportagem de 2010 mostra Curitiba como 3 vezes mais violenta do que São Paulo que tem 5 vezes o seu tamanho. <http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?id=998243>

<sup>83</sup> Números do IparDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social – de 2010 colocavam a população branca com 1.381.938 e de negros e pardos como menos de um terço: 344.105. Informações disponíveis em <http://www.ipardes.gov.br/cadernos/Montapdf.php?Municipio=80000>. Trabalhos do grupo *Olho Vivo* mostram, em um documentário, a situação dos negros em Curitiba em que

individualista e provinciana (ainda hoje nem sempre é possível encontrar restaurantes abertos depois da 1h) ainda faz fama no meio cultural por ser conservadora e “exigente”. Era normal, até um tempo atrás, cantores, músicos e espetáculos em geral, fazerem seus lançamentos-teste na cidade porque se agradassem ao público curitibano, agradaria fora<sup>84</sup> também.

Com uma população, durante muito tempo, com características de conservadora e provinciana, Curitiba sempre teve, também, movimentos sociais. Muitos eram de iniciativas bem locais – bairros e comunidades - e que seguiam as características de volatilidade tão presentes em organizações assim. Um dos mais recentes que tomou parte das notícias foi o dos *moradores do aterro da Caximba*, região metropolitana. Enquanto Porto Alegre testava um governo do PT em 1988 e sediava o *Fórum Social Mundial* em 2001, Curitiba até hoje não elegeu prefeitos que se possa dizer de esquerda realmente e, mesmo sendo suporte central para a discussão das primeiras idéias de criação de movimentos como o *MST e a CUT – Central Única dos Trabalhadores*, localmente a resistência cultural e midiática sempre foi grande. Seus governos refletem bastante a elite europeia conservadora; e alternaram-se no poder nos últimos 24 anos todos representantes dos mesmos grupos políticos. Na eleição de 2012 a situação se alterou um pouco, apostando-se num prefeito de “centro”. São poucos os documentos sobre as organizações e movimentos sociais de Curitiba, mas o que se tem de registro histórico mais completo está no arquivo de documentação do *Cefuria*.

Esses registros apontam uma organização local na campanha das Diretas Já<sup>85</sup>, acampamentos contra os desalojados por Itaipu (a usina elétrica de Foz do Iguaçu), *1º congresso do MST* (1984) e uma vasta lista de mobilizações relacionadas a operários (*CUT*), sindicatos tanto urbanos quanto rurais; de bairros como clube de mães, transportes; comunidades eclesiais de base; movimentos específicos de cada momento como desalojados; presos políticos<sup>86</sup>; caras-pintadas, *impeachment*, movimento pela ética na política<sup>87</sup>; movimento nacional dos meninos e meninas de rua; movimento

---

e depoimentos apontavam que o negro sofre um processo de embranquecimento, ele é “cinza”, quase sempre invisível. Aqui um trecho <http://www.youtube.com/watch?v=wYZLQqp6D8k>.

<sup>84</sup> <http://www.gazetadopovo.com.br/retratocuritiba/habitos/conteudo.phtml?id=870843>

<sup>85</sup> O primeiro comício pedindo as “Diretas Já” aconteceu em Curitiba e depois se espalhou pelo Brasil. Os 30 anos desse “movimento” foram comemorados no dia 12 de janeiro. <http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/biarticulado-na-boca-maldita-abriga-exposicao-dos-30-anos-do-primeiro-comicio-pelas-diretas-ja/31777>

<sup>86</sup> Juvêncio Mazzarolo foi o último preso político do Brasil. Ele foi preso no Paraná. <http://www.youtube.com/watch?v=vU3HUzaD0J0>

<sup>87</sup> Esse movimento durante 1997 até meados de 2010 foi bastante atuante na prefeitura. Voluntários faziam plantão na Câmara de Vereadores de Curitiba em todas as seções, avaliando as propostas de todos

popular de mulheres do Paraná; comitê de cidadania contra a fome e a miséria; enfim, muitas mobilizações que navegavam de acordo com o que mais doía no povo. Os movimentos de latifundiários como a União Democrática Ruralista também se mostraram com gênese forte em Curitiba e no Estado.

O neoliberalismo de Fernando Henrique Cardoso veio com a profusão de ONGs e Curitiba passou a apresentar todo o tipo delas, das filantrópicas às empresariais e as que, como no caso do *Cefuria*, tiveram que se transformar de movimento social (ou vários movimentos sociais) para ONGs, para manter-se em atividade.

A imprensa de Curitiba é altamente concentrada. Mesmo que outros grupos tenham existido no decorrer da história, a hegemonia do grupo *Grpcom*, que possui o jornal *Gazeta do Povo* (mais antigo do Paraná, com 94 anos) e a emissora de *TV RPC* – replicadora da Globo, é histórica e indiscutível. Durante muitos anos, o grupo *Paulo Pimentel* – *SBT* no Paraná – era rival de porte para a *Gazeta*. Com a compra do jornal popular *Tribuna do Paraná*, podemos dizer que hoje tem-se um monopólio em referência aos jornais impressos. Vários jornais de bairro e populares tentam coexistir mas o alcance é bem localizado. Para os movimentos (e restrito a quem realmente o conhece) há hoje o *Jornal Brasil de Fato*. O estado do Paraná conta com uma TV pública que sofre as pressões políticas de cada governo, alterando a equipe e sua programação. Esse foi um veículo que, durante o governo paranaense centro-esquerda, afrontou de alguma forma o jornal *Gazeta do Povo*. Versões plurais e os debates entre 2003 e 2010 eram mais profícuos.

### **3.2 Midiatização e internet: alguns aspectos contextuais**

A concentração histórica dos meios de comunicação de massa nas mãos de poucas famílias no Brasil é assunto de muitos estudos<sup>88</sup> em comunicação. A sociedade da informação e a possibilidade do cidadão poder tanto ser produtor de conteúdos quanto de decidir o que quer receber de informação mudou esse cenário mas ainda traz desafios. O acesso (na concepção tanto de equipamentos quanto de educação e desenvolvimento de competências para uso desse dispositivo) em determinadas regiões do país ainda é algo que deve ser resolvido e depende de políticas públicas que garantam o direito à informação. Mas as controvérsias do Brasil também se estendem a

---

os vereadores. No final de cada ano o *ranking* de melhores vereadores – que eram selecionados pela qualidade dos projetos apresentados – era publicado nos jornais da cidade.

<sup>88</sup>GUARESCHI, BIZ (2005) são alguns dos que mapeiam essa concentração.

esse campo. Quando se fala em números absolutos, é uma das nações mais ricas do mundo em relação aos indicadores de acesso à Internet, beirando os 200 milhões e indicando o maior número de usuários domésticos na América Latina e o 6º do mundo, mas em 2007 apenas 22,4% dos brasileiros tinha acesso doméstico à Internet (FRAGOSO, MALDONADO, 2009, p.20)<sup>89</sup>.

No Brasil, a infraestrutura telefônica se desenvolveu nos últimos anos, mas as concentrações de oferta tecnológica ainda existem, principalmente em regiões metropolitanas, ao contrário das previsões que se faziam de que a Internet traria uma mobilidade de trabalho maior (CASTELLS, 2003). O acesso à rede no país é proporcional à renda, sendo que atinge 82% dos brasileiros mais ricos, contra 2% dos mais pobres. Há uma concentração de conexão tanto nos centros urbanos quanto para quem é parte das elites mesmo nossas elites não sendo tão conectadas quanto as dos EUA. De qualquer forma, não se pode ignorar os avanços crescentes que a internet trouxe, principalmente em intercâmbio de informações para universidades, institutos e centros de pesquisa (FRAGOSO, MALDONADO, 2009).

O intuito desse acesso está voltado a uma atividade principal, que pode se dar em diversos níveis, mas concentra-se em um processo: comunicar. Na sociedade da informação, a comunicação adquire uma centralidade e reconfigura, a partir de suas lógicas, ao contrário do modelo telecomunicativo proposto por Laswell, todos os aspectos culturais, sociais, de contexto, de uso, espaços, tempos e os modos e formas de comunicar concretos (VERÓN apud MALDONADO, 2001). É necessário entender que estamos em meio às transformações de uma sociedade que sempre esteve centrada nos meios de comunicação de massa para uma sociedade midiaticizada, o que significa – um significado ainda em construção - que a informação pode ser recebida/produzida/consumida/reconfigurada a partir da convergência que se estabelece entre a internet, os meios de comunicação de massa, e todas as outras formas e ferramentas comunicativas que podem ser chamadas de alternativas ou populares. Além disso, o conceito de midiaticização navega entre os autores que o estudam a partir da instrumentalidade apontada acima (RODRIGUES, 2000), que colocam foco na relação

---

<sup>89</sup> Com a intenção de atualizar esse cenário de 6 anos atrás, encontramos em 2013, uma alteração nesses números não tão vultuosa. O Ibope avaliou no segundo trimestre de 2013 que 73,7 milhões de pessoas tinham acesso doméstico à internet. Isso corresponde a quase 37% da população, que chegou aos 201 milhões em 2013 no Brasil.

Ver: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-passa-de-100-milhoes.aspx> e <http://www.estadao.com.br/noticias/cidades,populacao-do-brasil-passa-dos-200-milhoes-de-habitantes-em-2013,1069145,0.htm>

entre os meios e entre os produtores de sentidos como atores e outros campos sociais e nas dimensões mediadoras destes processos (MARTÍN BARBERO, 2003) ou que se estabelecem na relação entre 3 campos: instituições, meios e atores individuais e na intersecção realizada entre eles (VERÓN, 1997). As respostas à problemática que foi trazida para essa investigação estão mergulhadas e são permeadas por esse conceito que será melhor exposto no capítulo 4.

Concretamente, os comunicadores aqui estudados, inseridos nos movimentos sociais de Curitiba, acabam mergulhados e sendo partícipes dessa midiatização. Os comunicadores, a cidade/estado/país, as políticas públicas voltadas para acesso aos meios de comunicação<sup>90</sup> sendo eles digitais ou analógicos (incluindo os alternativos) e as interdependências dos campos a que cada um pertence, interferem nas estratégias e nos sentidos que são formados a partir dessas escolhas comunicativas e desses fazeres. Assim, levamos em conta aqui que é crucial ter noção – e pensando que não conseguimos dominar todas as variáveis contextuais – de onde se inserem esses movimentos sociais, essas reivindicações, em termos de aspectos que nos permitam pensar a configuração comunicativa da sociedade, dando atenção à midiatização digital, e de que forma são constituídas as ações comunicativas neste contexto<sup>91</sup>.

Curitiba é uma das cidades com mais acesso à Internet no Brasil. Segundo dados de uma pesquisa da *Fundação Getúlio Vargas* junto com a *Fundação Telefônica* que produziu um mapa da Inclusão Digital, Curitiba tinha em 2010, 62% dos moradores com acesso doméstico a Internet. Esse índice está acima da média nacional. Uma das razões colocadas por expertos da área é a alta escolaridade da população. Mas índices relacionados à distribuição de renda, à oferta das empresas de banda larga, também são fatores que influenciam esses números.

Em nossa visão, esse acesso é um dos fatores que permitem que movimentos sociais e públicos a eles relacionados utilizem-se do ambiente digital para ter e ofertar voz.

---

<sup>90</sup> Assumimos a posição de Castells (2003) que entende a Internet como um meio de comunicação.

<sup>91</sup>“(…) independente dos assuntos tratados as pessoas comunicam acerca de sua subjetividade, a respeito do seu microgrupo social e de seu contexto espaço-temporal imediato. Desse modo, nas conversas mais específicas e particulares, temos universalidade e transcendência.”(MALDONADO, 2001, p. 21)

### 3.3 As práticas comunicativas nos movimentos sociais

Não é possível falar de comunicação nos Movimentos Sociais, ou das diversas comunicações ali presentes, sem fazer um balanço dos caminhos percorridos por esses grupos dentro do campo comunicacional nas últimas décadas e sem levar em conta as relações entre as esferas sociais, incluindo a midiática.

As organizações sociais que hoje fazem parte da sociedade civil - uma configuração complexa que reúne organizações filantrópicas, fundações privadas, associações, ONGs de diferentes linhas e atuações e movimentos sociais - possuem origens diferenciadas, *modus operandi* diversificados e maneiras de entender e produzir a comunicação, também variadas. O que postulamos aqui é que as estratégias de comunicação que essas organizações praticaram – e talvez mantenham até hoje - possuem uma *ligação profunda entre sua origem e identidade* e as técnicas utilizadas (BONA, 2008).

Lembremos que as organizações filantrópicas são comumente organizações compostas por representantes das elites que tratam de manter a lógica de classes mas abrandam o conflito social com o assistencialismo. Essas organizações, em geral, possuem processos comunicacionais profissionalizados “herdados” de corporações privadas ou da esfera estatal já que seus componentes (muitos voluntários) fazem parte das esferas privada e estatal e transferem as lógicas comunicacionais dessas outras esferas para a organização filantrópica.

Fundações e associações que levam os nomes das empresas que as mantêm<sup>92</sup> herdam de suas organizações-mães o processo positivista/mercadológico de comunicação em que as estratégias são pensadas em vista dos resultados que precisam ser alcançados para que, numa prestação de contas, eles apareçam como imagem positiva da organização privada que neles investe. E essa ação precisa trazer, de alguma forma, mais lucro (mesmo que seja em imagem), dentro dessa lógica.

Há, por fim, os movimentos sociais ou organizações sociais que propõem uma mudança efetiva na sociedade buscando justiça e cidadania. Essas organizações, em geral, não tiveram herança de processos comunicacionais de organizações de outras esferas. Além disso, sua relação com os meios de comunicação de massa foi inexistente

---

<sup>92</sup> Importante destacar aqui que uma empresa hoje precisa ser social e ecologicamente correta para vender mais, ser mais “responsável”. Essa atitude estimula o *marketing* e o mercado e é bem vista pelos seus consumidores. Isso significa que é mais uma estratégia mercadológica e muitas vezes com vantagens tributárias investir em projetos sociais.

por muito tempo<sup>93</sup>, já que os principais veículos deste tipo no Brasil, entre TVs, rádios e jornais, estavam (e ainda estão) concentrados na mão de pequenos grupos, políticos e famílias (GUARESCHI, BIZ, 2005). Sem a efetiva democratização dos veículos de comunicação de massa, com a cooptação desses meios pelo governo militar e os que vieram depois, a ausência de diversidade de vozes e as muitas versões tendenciosas dos fatos que incluíam os movimentos sociais e suas ações, a solução encontrada foi buscar a comunicação alternativa, que muitas vezes se tornou popular e comunitária.

Nos anos 1970 e 1980, a polarização entre movimentos sociais e elites possuía linhas mais claras. Do lado das elites estavam as organizações filhas do mercado, o Estado controlador e a imprensa, composta pelos meios de comunicação de massa com uma relação entre essas áreas que se poderia chamar de incestuosa. A prova disso é que, em 1942, fecharam 62 jornais no país, mas na época da ditadura, a partir de 64, esse número foi bem menor. Os grandes grupos de comunicação nasceram ou se desenvolveram exatamente nessa época, com a proteção do governo autoritário (CAVALCANTI FILHO, 1993, p.41). Dessa maneira, não há como se pensar em uma imprensa efetivamente democrática e que desse voz a todos os segmentos da sociedade. Determinadas organizações que fazem parte dessa “confluência perversa” de projetos neoliberais a partir de um deslocamento de sentido, como Dagnino (2008) aponta, e que são consideradas pertencentes à sociedade civil, possuíam acesso mais facilitados às mídias “hegemônicas”, principalmente nessas duas décadas. Os grupos que propunham uma nova sociedade já não usufruíam desse espaço.

A falta desse espaço de legitimação faz com que essas organizações desenvolvessem um tipo de comunicação muito peculiar, com o objetivo de, ao mesmo tempo, conscientizar a sociedade e, num segundo momento, estabelecer a voz do contraponto em relação ao que era oferecido por essa mídia hegemônica. Esse cenário se estabelece de maneira intensa durante o regime militar que, além de controlar mais fortemente as mídias massivas, reage de maneira violenta às iniciativas de expressão dos movimentos sociais. Dessa forma, paralela à cisão política e social, tendo de um lado o povo e seus movimentos e de outro a elite-mercado e o Estado, aparece a cisão na comunicação: de um lado a massiva, controladora e de outro a alternativa, popular, do povo.

---

<sup>93</sup> Considero aqui relação de produção, de acesso à voz, de publicação de suas demandas e realidades. Importante ressaltar que é possível ter se mantida a relação de consumo desses meios.

No final dos anos 1970, com o lento avanço para um regime democrático no Brasil, surgiram organizações que focaram suas atividades em fornecer números sobre a real situação econômica e social brasileira. O *IBASE, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas*, foi uma das organizações que nasceu pretendendo acabar com o monopólio no fornecimento de informação estatística e apresentar a todos os segmentos da sociedade brasileira, principalmente aos movimentos populares, uma visão crítica e alternativa da conjuntura nacional (GOHN, 2000, p. 96).

Os anos 1980, já com enfraquecimento do regime militar e, por consequência do controle de censura exercido, trouxeram à tona uma outra forma de controle da comunicação: a econômica. A mídia massiva continuou em poder de grandes grupos econômicos. Assim, por mais que se desejasse, por meio dos jornalistas das redações que eram mais conscientes, assumir uma postura mais crítica, mais aberta em relação às denúncias sociais, os meios de comunicação de massa continuavam refletindo, de modo geral, o que o poder dos interesses econômicos e políticos mandava.

Os movimentos sociais, acostumados a serem “invisíveis<sup>94</sup>” ou a terem suas informações e fatos distorcidos pela grande imprensa, continuaram mantendo uma postura mais afastada desses veículos. A distorção da imagem dos movimentos que acabava acontecendo nas pautas desenvolvidas pela imprensa provocava indignação por parte dos militantes e confundia a opinião pública. Para alguns integrantes de movimentos de organizações sociais, era impossível visualizar que um dia a grande imprensa pudesse ser parceira desses grupos ou mesmo propiciar algum tipo de espaço em seus veículos. Gohn (1997), no estudo das ações desenvolvidas pelo *Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra*, atesta esse formato altamente parcial que a imprensa toma a partir da omissão/edição: a inovação e solidariedade no modo de produção do Sem Terra não são veiculadas pela imprensa. Prioriza-se apresentar apenas ocupações de terra, caracterizando-as como *invasões violentas*.

Na década de 1990, a criação de inúmeras ONGs e a institucionalização de alguns movimentos sociais não foram suficientemente bem acompanhadas por um melhor relacionamento com a imprensa, mas inaugurou-se um novo olhar para esse setor. As organizações ambientalistas foram as que se voltaram com maior rapidez para

---

<sup>94</sup> Alguns pesquisadores defendem, e nós aqui corroboramos essa premissa, que a imprensa possui força de legitimação da existência de um fato ou organização. Se não foi divulgado pela imprensa, o fato não existiu. A pesquisa de Faxina (2001) fornece resultados concretos sobre essa legitimação da ação pelos veículos de comunicação.



a parceria com os meios de comunicação de massa. A *Eco-92*<sup>95</sup> foi um marco nesse relacionamento e a quantidade de novas ONGs era algo difícil de ignorar.

Na atualidade, o relacionamento dos movimentos sociais com a grande imprensa parece mais estreito. A partir da ação das várias organizações ligadas às empresas privadas, os assuntos relativos ao ‘Terceiro Setor’ têm entrado mais nas pautas dos veículos, muitas vezes por acompanharem o fluxo de notícias do próprio setor privado ou pela pressão realizada por muitos movimentos que se dedicam a forçar a democratização da comunicação. É uma adequação ao “politicamente correto” (CELESTINO; BENEVIDES, 2003). Importante ressaltar que isso não significa uma cobertura adequada das temáticas. Estar na mídia torna-se importante para os movimentos porque legitima suas ações perante a opinião pública, como Lacerda (2002, p.91) propõe quando afirma que na era da globalização, não basta realizar somente as atividades concretas de cidadania; é preciso estar presente no imaginário social. Kunsch (2005, p. 41) aponta na mesma direção dizendo que essas organizações precisam se valer de serviços integrados na área da comunicação estabelecendo canais efetivos com os meios de comunicação em geral, principalmente ofertando fontes.

Mas antes desses vínculos serem feitos - ou começarem a ser feitos - os movimentos sociais alijados dos veículos de massa por tanto tempo optaram por estabelecer uma comunicação alternativa<sup>96</sup> com seus públicos-alvo e com a opinião pública. Para Mota (1987), esse tipo de comunicação – que ele também nomeia de popular – “tem nítido caráter de classe na medida em que expressa os interesses de um determinado grupo social no seu conflito pela sobrevivência, no seu enfrentamento da dominação política, cultural e econômica” (MOTA, 1987, p. 42). Já Grinberg (1987, p. 18) aponta que essa opção pelo alternativo se proliferou pela América Latina nos anos que se seguiram ao final dos regimes militares. Esse tipo de comunicação funcionava como “antídoto frente ao monopólio da palavra por parte dos que usufruem também do poder político e econômico”. As várias estratégias de comunicação, sendo elas alternativas, profissionais, segmentadas, fazem parte hoje de um vasto leque que os movimentos e organizações possuem para se fazer ouvir. E a ambiência digital está dando impulso para muitas delas. Vejamos algumas possibilidades que vêm de

---

<sup>95</sup> *Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento*, realizada em 1992 no Rio de Janeiro.

<sup>96</sup> O comunicador Alison (e o autor Gianotti) refuta a expressão “alternativa” porque muitas vezes carrega o sentido de algo menor, com menos valor. Aqui manteremos a nomenclatura por considerar que alternativo é uma outra opção ao que está sendo ofertado majoritariamente, uma “outra comunicação”, para usar o mote do *Fórum Social Mundial*.

diferentes áreas: jornalismo, relações públicas, publicidade, popular, alternativa. O intuito é trazer esses formatos tendo como cenário uma sociedade mais complexa, não mais dividida entre hegemônico e não hegemônico, ainda que esse enfrentamento subsista, sendo apresentado em diversas pesquisas de comunicação nos movimentos sociais<sup>97</sup>.

Há uma dicotomia encontrada entre duas formas de atuação de Relações Públicas-uma que legitima o capital e estabelece a “harmonia social” e a que promove o processo libertador de voz e de participação - e essa atuação também é vista na comunicação nas organizações do Terceiro Setor. É comum encontrarmos na bibliografia que trata do assunto uma transposição das técnicas de comunicação utilizadas pelo mercado, como técnicas de marketing, muitas vezes chamadas de marketing social; técnicas publicitárias de divulgação de atividades ou mesmo processos comunicativos que tentam dar uma visibilidade mercadológica à instituição.<sup>98</sup> O foco principal dessa pesquisa está na comunicação que é tratada e pensada de maneira libertadora. Aquela que torna seus públicos portadores de voz e partícipes, assim como seus produtores tornam-se estimuladores de uma comunicação que mobiliza e agrega em torno das demandas sem, no entanto, manipular. A comunicação das organizações e movimentos sociais pode tomar formatos que dependem de variáveis como verba disponível, profissionais com conhecimento técnico ou popular dedicados ao planejamento comunicativo, públicos receptores e, principalmente, às intenções da organização. A partir disso, há uma ampla gama de opções de estratégias de comunicação disponíveis e que estão em uso.

Uma das que estão entre as usadas é a Comunicação Dirigida. Para Margarida Kunsch (2003, p. 187), a comunicação dirigida pode ser (a) – *escrita*, correspondências e publicações, mala-direta, e-mail, cartão postal; (b) - *oral*, na maioria das vezes realizada por discursos, telefones, conversas face a face e reuniões; (c) – *auxiliar*, que centra-se nos recursos audiovisuais e nos meios digitais e telemáticos que “poderão ‘auxiliar’ a comunicação das organizações com seus públicos, nas mais diferentes formas e ocasiões” e a (d) - *aproximativa*, “que traz os públicos para junto da organização” por meio de visitas às instalações e realização de eventos especiais.

---

<sup>97</sup>No último XI Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación uma discussão relacionada a essa nova visada teve lugar no GT 8 – Comunicación Popular Y Ciudadanía. Há ou não esse enfrentamento duo? Alguns pesquisadores responderam que os movimentos ainda veem a situação dessa maneira antagônica, como se houvesse um “inimigo” somente.

<sup>98</sup>Diria também que são sinais da confluência perversa de que Dagnino e Montaño tratam, com o nascimento do terceiro setor a partir de propósitos neoliberais.

Destaca-se aqui o papel da Internet que, segundo a autora, com seu uso revolucionou o mundo das comunicações, tanto as dirigidas quanto massivas e é considerada por ela comunicação dirigida auxiliar. Uma das características da comunicação dirigida é a consciência de estar sendo produzida. É caracterizada pela intenção em atingir determinado público, provocando nele uma determinada reação e/ou mobilização. Henriques (2005, p.19) aprofunda a reflexão, avaliando que esse tipo de comunicação “tem por finalidade transmitir ou conduzir as informações, estabelecendo uma comunicação orientada e frequente com um público identificado”.

Outra opção é a *comunicação interpessoal*, que é a que acontece nos processos cotidianos dos indivíduos inseridos no movimento. O agir em sociedade, o comportamento utilizado, as escolhas feitas, as crenças e as opções ideológicas e políticas de um grupo de pessoas comunicam sempre sobre sua identidade e sobre suas intenções. Os meios utilizados para que esse tipo de comunicação aconteça são os mesmos da comunicação dirigida, como fone, face a face, discurso, etc. Mas a comunicação interpessoal diferencia-se da dirigida a partir da intenção em se comunicar ou atingir determinado público (BONA, 2008). Como processo interpessoal, a comunicação não necessita de dispositivos técnicos para ser realizada. Ela flui de acordo com as maneiras de agir e os posicionamentos que os atores sociais tomam. A comunicação se corresponde com a configuração do ser humano. Não é difícil mostrar como nós somos, em grande parte, o conjunto de relações que tivermos estabelecido. E a comunicação é, hoje, uma das relações mais persuasivas e abrangentes. “Assim ela pode ajudar na construção de um ser humano autônomo, equilibrado, democrático, cooperador ou, de outra parte, de um ser humano dependente, submisso, massificado, robotizado” (GUARESCHI, 2000, p. 20).

Dentro desse contexto, a comunicação interpessoal pode ser, também, ferramenta de comunicação popular e comunitária quando acontece e é produzida dentro dos movimentos sociais, quando reflete os processos de troca do grupo. São nessas relações, e nos significados intrínsecos que a linguagem do discurso ideológico vai nascendo. Esse discurso, como um código, começa por separar os integrantes de um movimento dos seus não-integrantes. Maingueneau (2001, p. 69) chama isso de contrato de interlocutores, no qual, “todo gênero do discurso exige daqueles que dele participam a aceitação de um certo número de regras mutuamente conhecidas e as sanções previstas para quem as transgredir”. A partir do uso de um gênero de discurso, separa-se os que são do movimento dos que não pertencem ao movimento. Muito comum é entender que

essa interação se dá principalmente face a face, onde tenta-se resgatar os vínculos entre os sujeitos da comunicação em espaços de amizade, legitimidade e confiança. É algo compartilhado e dialógico e acontece onde a participação ativa é mais eficiente (CESAR, 2007, p. 86). É a partir desses processos de comunicação interpessoal que os integrantes de determinados grupos que margeiam os públicos das organizações do terceiro setor sentem-se comprometidos com as demandas e necessidades que pautam a agenda dessas organizações.

Outra opção, não tão usada no passado, mas que agora torna-se uma possibilidade é a *Assessoria de Imprensa*. É a estratégia que mais possui especificidades e dificuldades porque pressupõe um contato frequente com os meios de comunicação de massa. A relação de um passado conflituoso com esses meios, por esses estarem quase sempre à serviço do capital e dos grupos econômicos, manteve movimentos sociais afastados e que adiaram por muito tempo o planejamento de ações de comunicação com esse público específico. Isso se viu de maneira parcial na primeira pesquisa exploratória realizada para esta investigação, mas já no segundo movimento de entrevistas para essa pesquisa algumas outras percepções vieram à tona<sup>99</sup>.

A grande imprensa brasileira ainda está concentrada nas mãos de poucos, apesar de diversos movimentos/grupos, como o *Fórum Nacional pela democratização da Comunicação - FNDC* - e o *Intervezes* além de várias outras organizações, estarem trabalhando fortemente para uma efetiva democratização e o cumprimento do que está disposto na constituição em relação à partilha dos meios de comunicação de massa entre as três instâncias: privada, pública e civil. Esse controle dos grandes meios por parte desses grupos não foi à toa. O poder da comunicação de massas de mover multidões contra ou a favor de determinadas causas é comprovado por diversos cientistas sociais, porque quem tem a palavra constrói identidades pessoais ou sociais, a comunicação constrói a realidade (GUARESCHI, 2000, p. 15). Assim, mesmo em muitos casos à contragosto, boa parte dessas organizações se viu obrigada a trilhar um caminho de aproximação com os meios de comunicação de massa por entender que estes legitimavam suas ações, isto é, faziam-nas reais para a sociedade como um todo. Nesse espaço mediatizado, procurou-se transformar as lutas por reconhecimento em lutas por

---

<sup>99</sup> O primeiro grupo de comunicadores entrevistados reuniu 4 jornalistas que já trabalham há anos inseridos em organizações sociais e 3 deles deram o depoimento de que não acreditam na realização de Assessoria de Imprensa para os movimentos simplesmente porque a imprensa não publica. Chegaram a dizer que é perda de tempo realizá-la. Já no terceiro movimento exploratório realizado com outros 4 profissionais de comunicação, essa tendência em acessar os meios de comunicação de massa por meio da *Assessoria de Imprensa* pareceu mais "natural".

visibilidade já que a grande mídia é vista como um espaço privilegiado para a exposição das causas e ações dos movimentos (HENRIQUES, 2005, p.18).

É na hora deste fazer que os jornalistas acabam sendo os profissionais mais procurados, porque entendem da rotina de uma redação e podem incluir técnicas específicas de construção de *releases* e de transmissão da informação da maneira que os veículos estão mais acostumados a receber. Domingos (2008, p.56) aconselha que se valorizem “as oportunidades de inserção na grande mídia, além da presença da mídia alternativa e popular, já que ela desempenha um papel-chave na construção de percepções e de opiniões no espaço público.” Bassfeld (2009, p.158) vai mais longe na justificativa dessa incursão comunicacional e coloca o assessor de comunicação como testemunha e contador de recortes desses movimentos sociológicos, políticos e culturais que querem mudar o que está aí. E, ao fazê-lo, contudo, também se faz agente de transformação social e sujeito da própria história.

A posição antagônica e de enfrentamento assumida nos anos 1970 e 1980 afastou os movimentos sociais dos meios de comunicação de massa e muitos, acostumados ao desenvolvimento de formas de comunicação que despistavam a censura dos anos de chumbo, privilegiaram a criação de iniciativas *alternativas* à comunicação vigente. Kucinski (1991, p. XIII), apresenta a palavra alternativa como contendo quatro significados essenciais desse tipo alternativo de imprensa: “o de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo das gerações dos anos 60 e 70, de protagonizar as transformações sociais que pregavam”. A falta de espaço fez com que as organizações e movimentos sociais desenvolvessem um tipo de comunicação específico, com o objetivo de, ao mesmo tempo, conscientizar a sociedade sobre suas demandas e, num segundo momento, se posicionar de maneira contrária a tudo que significava o controle exercido pela grande mídia. Era uma comunicação alternativa à vigente. Mas a maneira que ela era produzida fazia com que o conceito navegasse entre o popular e o comunitário (PERUZZO, 1998, p. 120).

Trataremos aqui do termo “*alternativa*” para nomear as comunicações desenvolvidas por movimentos sociais em contraposição ao discurso alinhado da grande imprensa. Grinberg (1987, p. 20), quando reflete sobre a caracterização do conceito de *comunicação alternativa* questiona: “(...) se alternativa significa opção entre duas coisas(...) cabe agora perguntar: opção frente a que outros meios?”. A acepção que é tomada aqui é a que se coloca como uma comunicação alternativa a que os meios de

comunicação de massa oferecem. Mas há que se ressaltar que, em meio à sociedade em processo de midiaticização, altamente complexa, tratar alternativo como uma contraposição entre dois polos é ser ingênuo. É possível que possamos determinar como alternativa toda forma de comunicação que seja uma resposta a um discurso único vigente e esta deve ser produzida, gestada no movimento, comunidade ou grupo associado. Benevenuto Jr.(2002, p.133) avalia, ainda, que “a comunicação alternativa alcançou relevância e personalidade próprias na segunda metade do último século, ao servir, entre outras qualidades, como fonte de consulta para o agendamento de macro e micro ações nacionais e sociais”.

Alguns exemplos dessas iniciativas alternativas podem ser pequenos jornais, boletins, alto-falantes, teatro, folhetos, volantes, vídeos, audiovisuais, faixas, cartazes, pôsteres, cartilhas, etc. (PERUZZO, 1998, p. 115). Diversas organizações usaram e ainda usam<sup>100</sup> formatos e meios típicos da comunicação alternativa para exprimir seus problemas, trabalhar a conscientização da sociedade em relação às suas bandeiras e se posicionar frente às questões públicas que interferem em seus objetivos. Como alternativa à comunicação de massas, a *comunicação alternativa e popular* (feita pelo povo e não para ele) acabou por, aos poucos, negar em maior ou menor grau as técnicas, meios, linguagens e formatos utilizados nos grande meios.

Essa transferência da comunicação popular saindo dos meios para as relações em si aponta alguns problemas quando o processo se utiliza do discurso ideológico para comunicar sem se adaptar ao público que irá recebê-lo. Num primeiro momento, a comunicação volta-se somente para o interior dos movimentos; mesmo tendo o objetivo de conscientizar a população sobre os problemas sociais vividos por todos, esse discurso só é entendido pelos seus integrantes voltando-se para os mesmos. Como diz Faxina (2001, p.101), a comunicação popular, de forma especial a impressa e a radiofônica, tem sido séria demais. Talvez devido à ansiedade de conscientizar a qualquer custo e rapidamente, esses meios dedicam-se a transmitir discursos abstratos, prepotentes, panfletários ou doutrinários. Trata-se de uma visão de comunicação pouco afeita ao universo cultural de seu próprio público. O que está em questão parece ser mais o objetivo da entidade ou pessoas responsáveis pelo meio do que a vida e o bem-estar do público destinatário.

---

<sup>100</sup> Destaque para a *Aditepp* que fez uso do “voador” na década de 1970 entre outros mecanismos. O voador era um pedacinho de papel com pequenas notícias que militantes de esquerda distribuam entre companheiros (BONA, 2008). Ainda hoje o *Cefuria* se utiliza de teatro, cartazes e outras estratégias para comunicar nas comunidades.

A comunicação alternativa e popular pode funcionar, assim, como o “outro lado” dos fatos<sup>101</sup> e não compete de maneira nivelada com os grandes veículos. Benevenuto Jr. (2002) aponta ainda a utilização de tecnologia e formatos atuais como os sinais de que a comunicação alternativa se enraíza nos processos comunicacionais atuais e funciona como complementar. A comunicação popular pode, ser muitas vezes alternativa à que se estabelece como vigente/hegemônica, mas nem sempre a alternativa pode ser popular. Torna-se premente que essa comunicação popular seja feita pelo povo.

Os conceitos norteadores de *comunicação popular e comunitária* podem se tornar tênues nos dias de hoje e dependem da construção do conceito de comunidade, muito revisto nos dias atuais com a mobilidade que a ambiência digital provê<sup>102</sup>. Mas o interessante é estabelecer que tanto um como outr nascem da mobilização de um grupo de pessoas e que as diferenças situam-se nos níveis de relacionamento desse grupo. Algumas das características incluem processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de desenvolver a educação, a cultura e ampliar a cidadania (PERUZZO, 2006, p.9). Como exemplos atuais de veículos propícios à comunicação comunitária podem ser citadas as rádios comunitárias e os canais de TV comunitários. Mas é prudente alertar que nem todos que se dizem veículos comunitários o são na prática.

Por fim, a *comunicação digital*, a que se realiza por meio da internet, tem sido foco de esperança de democratização da comunicação e tem sido utilizada dentro das organizações e movimentos sociais. Um balanço dessa entrada ao mundo digital aponta que partidos, sindicatos, organizações não-governamentais descubrem no ciberespaço possibilidades de difundir suas reivindicações. E, nesse processo, conseguem evitar os filtros ideológicos e as políticas editoriais da chamada grande mídia. Esse ambiente tendencialmente interativo, cooperativo e descentralizado da Internet introduz um componente inesperado e criativo nas lutas sociais. A disseminação de ideias e o máximo de intercâmbios, além de driblar o monopólio da divulgação são alguns dos intuitos (MORAES, 2000, p.142). Assim, para muitos movimentos sociais, a internet e a comunicação digital chegaram como o espaço de, finalmente, se ter voz e lutar por uma cidadania plena. Castells (2003) reafirma que a internet realizou a “fórmula improvável”

---

<sup>101</sup> O jornal *Brasil de Fato* é um exemplo.

<sup>102</sup> Ver, nesse sentido, Círcia Peruzzo (1998, 2006, 2009), Raquel Paiva (2003), Michel Maffesoli (1998) e Zigmunt Bauman(2003).

que juntou a ciência, a cultura libertária e a pesquisa militar. Numa construção da origem da Internet, lembra que era um projeto muito caro para ter investimentos da esfera privada, assim ela foi gestada dentro de instituições governamentais e universidades. Mas foi quando movimentos libertários passaram a utilizá-la – por meio de estudantes de Pós-Graduação – que ela começou a ter esse caráter mais libertário, sem um controle centralizado (CASTELLS, 2003, p.25).

Assim, movimentos de contracultura nos anos 1960 formaram a gênese do que a Internet é hoje. São esses movimentos libertários que ajudaram a configurar o sistema que seria livre e a Internet representa, hoje, uma forma de se estabelecer pensamentos e vozes diversos na arena digital. Em si, a Internet representa o processo comunicativo que todos os movimentos efetivamente sociais desejam; seu código de software é aberto até hoje e ela foi se configurando em redes de trocas de informação, muito antes de ser explorada por companhias do mercado. Desde sua origem, a internet propõe um sistema de acesso potencialmente igualitário (sem nos referirmos ao acesso aos equipamentos/educação necessários para se tornar usuário efetivo) para variadas expressões de vida, atividades ou formas, como Moraes (2000, p.143) avalia: “A cibercultura universaliza as visões de mundo mais díspares, os modos de organização social mais contrastantes, as ambições mais difusas, sem favorecer pensamentos únicos ou domínios por coerção. E acaba sendo a “Ágora”<sup>103</sup> do terceiro milênio, uma outra configuração do espaço em que as organizações podem livremente expressar-se. Os anseios por voz e democracia comunicativa acabam tendo na comunicação digital a possibilidade de liberdade de versões, demandas e trocas. As redes, que muitas vezes já existiam e existem na sociedade real, se potencializam e se reconstroem na grande rede (SCHERER-WARREN, 2002).

Além de propiciar a formação e manutenção de redes de informação, a comunicação digital acaba potencializando os processos de mobilização, já que reúne em uma mesma esfera os movimentos do globo e suas ânsias. Teixeira (2007) reflete que

---

<sup>103</sup> Moraes (2000) entende a Internet como um espaço análogo à praça em que a sociedade grega se encontrava para expor suas ideias, um espaço assembleário. Utilizando e concordando com a expressão originalmente colocada pelo jornalista e ex-deputado Milton Temer, o autor acredita que a Internet pode vir a ser esse espaço virtual em que movimentos sociais, associações e indivíduos de todas as classes poderão expor suas posições, se estabelecer e discutir de maneira livre, contrapondo-se ao “Big Brother” que a grande mídia sempre foi/significou. Com algumas ressalvas em relação a determinadas tentativas de controle na Internet, e atualizações adequadas aos conceitos relacionados a midiaticização, concordamos com o autor. É possível, garantindo acesso e formação em comunicação que a Internet se torne realmente um instrumento de comunicação assembleário em que espaços de voz e posição sejam garantidos a realmente todos.



“há muitos exemplos concretos de grandes redes sociais construídas no plano virtual que não somente obtiveram grande alcance global, como se materializaram no mundo real, com a divulgação de manifestos e articulação de protestos em várias partes do mundo através de redes que envolvem os grupos e organizações políticas e civis”, o que significa dizer que muito do que tem acontecido no âmbito digital tem saído para o mundo real e isso também acontece com a comunicação. Os exemplos começaram com Chiapas (Zapatistas)<sup>104</sup> e chegam às recentes mobilizações brasileiras.

Por meio da construção de *websites*, *blogs*, postagem de vídeos no *youtube* ou mesmo uso do email e das redes sociais, os movimentos sociais encontram um espaço potencializado para ações comunicativas. Nessa ambiência que é digitalizada e que muitas vezes reflete o que há fora do virtual, diversos tipos de comunicação acontecem.

---

<sup>104</sup>No documento convocatório do *Encontro Intercontinental pela Humanidade e contra o Neoliberalismo*, realizado em fins de julho de 1996, em Chiapas, os zapatistas acentuaram a importância das redes informáticas para os movimentos contra-hegemônicos: “Aprendamos a ganhar espaços. As mídias não podem tudo. Busquemos a tecnologia e o poder: a superestrada da informação como caminho da liberdade. Máquinas a favor dos povos (o conhecimento é poder, poder para nós).(MORAES, 2000, P.147)

## **4 PROBLEMATIZAÇÃO TEÓRICA: OS MOVIMENTOS SOCIAIS, O COMUNICADOR, O DIGITAL E A CIDADANIA COMUNICATIVA**

Neste capítulo busco desenvolver conceitos que servirão de base para essa investigação. Dentre eles, torna-se necessário estabelecer as especificidades do ambiente digital num momento em que uma *sociedade em processo de midiatização* tem caminhado para novos formatos sociais, que giram em torno da midiatização das relações. O comunicador, outra dimensão que elegemos como determinante dessa investigação, é problematizado em suas habilitações, formação, militância e desafios dentro do movimento social, sendo atravessado pelas questões relacionadas a essa sociedade complexificada em seu papel como mediador social. Conceitos relativos aos movimentos sociais e sua construção tanto no Brasil quanto na Espanha também são aqui discutidos. Por fim, debate-se o conceito de cidadania comunicativa, apresentando-se parâmetros para a análise das práticas que são trazidas do ambiente empírico.

### **4.1 Movimentos sociais e ONGS**

Para estudar os movimentos sociais da atualidade no Brasil, é necessário refazer uma caminhada que se transformou muito, pelo menos nas quatro últimas décadas. Mas a forte história dos enfrentamentos que tiveram seu ápice nos anos 1970 e 1980 não deve fazer-nos esquecer que movimentos sociais existiram desde que o Brasil era colônia, mesmo sabendo que a nomenclatura “movimentos sociais” acabou surgindo somente no século XIX. Scherer-Warren lembra que o termo “Movimento Social” surgiu com Lorens Von Stein, na França de 1840 quando este defendia o estudo dos movimentos sociais, tais como o proletário francês (apud GOHN, 1997, p. 328). Antes disso, histórias muito mais antigas, como as guerras camponesas na China do Segundo Han (25-220) ou a primeira greve da história que aconteceu no Egito, rebeliões contra a escravidão romana, movimentos de rebeliões indígenas no México do século 18 (REBOLLO et al., 2009) são exemplos de que as injustiças sociais e a exploração do outro, humano, já indignava desde os primórdios da humanidade. O que ainda filtra o nosso conhecimento e informação é o fato de que a história começou a ser escrita na perspectiva de um eurocentrismo, invariavelmente por quem vencia as batalhas, ou, pelos opressores. Assim, muitos registros históricos de mobilizações podem ter

desaparecido. Mas é importante saber que muitos dos motivos pelos quais se luta hoje são os mesmos de milênios atrás.

Historicamente, o Brasil foi cenário da luta de diversos movimentos sociais e populares<sup>105</sup> que se organizavam a partir de *demandas específicas*. O *Quilombo dos Palmares* (1690-1695) e o *Movimento da Cabanagem* (1831–1840) são alguns exemplos de movimentos da época do Brasil colônia (PERUZZO, 1998). Some-se a esses os da Primeira República, como a *Guerra dos Canudos*<sup>106</sup>, a *Revolta da Vacina*<sup>107</sup>, a *Guerra do Contestado*<sup>108</sup>, entre outros.

Os movimentos nasciam, em geral, a partir da existência de conflitos sociais, ora provocados pela injustiça na distribuição de oportunidades de acesso a bens, ora pela falta de atuação do Estado na satisfação das necessidades básicas dos cidadãos, ora por questões locais e específicas ou, ainda, pela restrição de direitos ou pela falta de acesso a esses direitos.

O conceito de **Movimento Social** passou por diversas discussões no decorrer da sua história e carrega em seu nome todas as expressões advindas de complexidades relacionadas a um sujeito (que muitas vezes é coletivo) em conflito, um conflito central da sociedade pós-industrial, como explica Touraine (1998, p. 112). Para ele, por mais que muitos neguem, a ideia de movimento social busca demonstrar a existência de um conflito central. Esse mesmo conflito que opunha o príncipe e a nação, os trabalhadores e os empregadores.

A noção de movimento social só é útil se permitir pôr em evidência a existência dum tipo muito particular de ação coletiva, aquele tipo pelo qual uma categoria social, sempre particular, questiona uma forma de dominação social, simultaneamente particular e geral, invocando contra ela valores e orientações gerais da sociedade, que ela partilha

---

<sup>105</sup> Movimentos sociais e movimentos populares serão citados neste trabalho como sinônimos porque estaremos sempre nos referindo aos movimentos e mobilizações realizadas pelo povo com ações que estariam contra injustiças, desigualdades e diferenças sociais. Cabe aqui ressaltar o conceito de *desigualdade e exclusão* refletido por Boaventura Sousa Santos. Pra ele, a igualdade é um dos princípios emancipatórios da vida social juntamente com a liberdade e a cidadania. Mas não se deve buscar a “igualdade” e a inclusão sem levar em conta as diferenças ou, como ele diz, numa negação das diferenças incorrendo em uma homogeneização: “temos o direito a sermos iguais sempre que a diferença nos inferioriza; temos o direito a sermos diferentes sempre que a igualdade nos descaracteriza.” (SANTOS, 2006, p.316)

<sup>106</sup> Aconteceu em 1896, liderada por Antonio Conselheiro era um movimento que nasceu no interior da Bahia, no povoado de Canudos em prol de melhores condições de vida para os sertanejos. A pedido de fazendeiros de grandes latifúndios e da igreja foi sufocado pelo exército brasileiro após três tentativas, quando se dizimaram mais de 20 mil pessoas.

<sup>107</sup> Revolta que aconteceu no Rio de Janeiro em 1904 contra uma campanha de vacinação contra varíola.

<sup>108</sup> “Guerra” entre camponeses e o governo, fazendeiros e a Cia de ferrovia entre SC e Paraná, entre 1912 e 1916. Muitas terras foram desapropriadas com a construção da ferrovia, além do governo ter cedido para a Cia construtora da ferrovia 15 km de cada lado da linha para exploração comercial desalojando muitas famílias camponesas e desempregando, depois da construção da ferrovia, muitos operários.

com seu adversário para privar este de legitimidade. Pode-se inverter a fórmula e reconhecer também a existência de movimentos conduzidos por categorias dominantes e dirigidos contra categorias populares consideradas obstáculos à integração social ou ao progresso econômico (TOURAINÉ, 1998, p.113).

Scherer-Warren (1987, p.9) acrescenta que os movimentos sociais surgem quando os grupos se organizam na busca por libertação, para superar alguma forma de opressão e para trabalhar por uma sociedade modificada. Esta autora (1993, p.116) também define, seguindo a noção de Touraine, que temos um “movimento social quando se tratar de um conflito social que opõe formas sociais contrárias de utilização dos recursos e dos valores culturais seja este da ordem da economia, da ciência e da ética”.

Outro fator que devemos assinalar é que, prioritariamente, os movimentos sociais nasceram da base dos setores mais mobilizados, em contraposição a uma ordem constituída. Faxina (2001, p. 22) argumenta que os movimentos sociais são vistos, de alguma forma, como “o espaço próprio e privilegiado dos deserdados do projeto político-econômico vigente, dos excluídos de uma ordem estabelecida em busca de sua inclusão”.

Por mais que boa parte dos autores e pesquisadores assinale que, em geral, os movimentos sociais se constituem a partir do conflito social e originam-se das bases organizadas do povo contra uma forma de dominação, não se pode negar que, mesmo em menor número e nos países latino-americanos, outros movimentos acabam sendo formados pelas elites, ou “categorias dominantes”, como diz Touraine (1998), tal como já citado anteriormente. Mas conforme este autor, em ambos os casos, porém, o movimento social é muito mais que um grupo de interesses ou um instrumento de pressão política, pois ele questiona o modo de utilização social de recursos e de modelos culturais (TOURAINÉ, 1998).

No Brasil, podemos citar como movimentos opostos o *MST (Movimento sem Terra)* e a *UDR (União Democrática Ruralista)*. Um tem como foco central de luta a redistribuição das terras produtivas de maneira igualitária, ou pelo menos a ideia de que toda família possua um pedaço de terra para viver com dignidade. A UDR, que reúne os latifundiários, quer que isso se mantenha no campo da “utopia” e que a concentração de terras se mantenha.

É no período final da ditadura – década de 1970 - que os movimentos surgem em maior número e força, sem desconsiderar a força das mobilizações anteriores como,

por exemplo, as estimuladas pelas *Comunidades de Eclesiais e Base (CEBs)* e pastorais da Igreja Católica. O foco de boa parte das ações desses movimentos era localizado e de limitada ação política, como associações de bairro e movimento de mulheres. Segundo Scherer-Warren (1993, p. 115) “estas organizações que proliferaram entre a década de 70 a meados da década de 80 tiveram sua relevância política durante o regime autoritário, pois eram o espaço de expressão política possível para novos atores sociais”.

As identidades coletivas que se formavam “foram construídas em torno de significados múltiplos: carências comuns, defesa comunitária ou cultural” (SCHERER-WARREN, 1993, p. 115). Algumas das características que uniam alguns movimentos mais combativos eram posições de reivindicação ao que o Estado deveria prover e, em outras frentes, *contrárias às formas de exploração pelo capital* representadas, muitas vezes, pelas organizações que compõem o que é chamado de segundo setor.<sup>109</sup> Esse posicionamento marcou a atuação desses movimentos, sua organização e as questões relativas à institucionalização dos mesmos. Scherer-Warren pontua essa identificação ideológica contrária aos dois outros setores (Estado e Mercado) como berço de novas organizações sugerindo ainda uma renovação de forças no âmbito da sociedade civil. Lembra que o período ditatorial, que restringiu as liberdades nos mais diversos planos (econômico, político, cultural e ideológico), foi o espaço para que antigos grupos de pressão se reorganizassem de maneira diferente, como o sindicalismo. Ainda ali, novos grupos surgiram como as *CEBs*, entre outros (SCHERER-WARREN, 1993, p. 52).

Esse posicionamento mais organizado e efetivo delineia o nascimento de um setor que não se enquadra no que se concebe como Estado e nem como Mercado. Não se quer dizer que ele não existia antes, mas sim que começou a se posicionar de maneira mais clara na arena social nessa época. Essa ‘sociedade civil’ que estava se organizando<sup>110</sup> é, na verdade, parte do que Gramsci entende por sociedade civil. Na proposta gramsciana, sociedade civil “é o espaço onde se organizam os interesses em confronto, é o lugar onde se tornam conscientes os conflitos e as contradições” (SIMIONATTO, 1995, p. 66). Isso sinaliza que a sociedade civil é construída dialeticamente pela esfera civil e pela esfera política. Ele também, em outro momento, estabelece que o Estado “não é algo impermeável às lutas de classes, mas atravessado por elas” (SIMIONATTO, 1995, p. 64). Assim não há uma separação

---

<sup>109</sup> Para Gramsci há três esferas sociais, o Estado, o Mercado e a Sociedade Civil. Segundo Faxina (2012), um representa o poder, o outro o lucro e o terceiro seria o braço da solidariedade.

<sup>110</sup> Há quem diga que essa organização ainda foi insuficiente para nos tornarmos um país realmente democrático. Ver, neste sentido, Nogueira (2005).

cartesiana das esferas civil e política, mas elas se interpenetram mostrando que os conflitos acabam existindo em todas. A perspectiva colocada por Gramsci traz os três setores hoje existentes. Um deles, comumente chamado por sociedade civil organizada, é tratado também como o terceiro setor ou *non-profit sector*<sup>111</sup>, e os outros dois seriam o primeiro setor, o Estado, ou poder político e, o segundo, o Mercado, ou poder econômico.

Touraine (1998, p.21) explica esse “uso” comum também da expressão “sociedade civil” como aquele grupo amplo, que nem sempre se enquadra como Estado ou Mercado. Para ele, a ideia de sociedade civil é indispensável. Essa expressão deu nome a atores sociais que combatiam durante três décadas, ao mesmo tempo, a dominação capitalista e o Estado autoritário. Assim, Sociedade civil é o lugar das ações coletivas contra uma economia dominada pelo lucro e pela vontade política de dominação. Ali se busca criar um espaço autônomo e intermediário.

O caminhar da “sociedade civil” deve ser visto como algo dinâmico e protagonizado por grupos diversos, entende Touraine. Nas monarquias foram os burgueses que a representaram, nas sociedades totalitárias são os movimentos sociais em geral. Hoje, falar em Sociedade Civil é falar que o sujeito fala por si mesmo (TOURAINÉ, 1998, p.121-122).

A partir do que Touraine propõe, podemos entender que boa parte dos movimentos sociais no Brasil veio, historicamente, representando demandas de sujeitos que se tornaram coletivos e que questionam tanto o posicionamento excludente do sistema econômico, quanto determinadas posições do Estado.

Vale ressaltar que a efemeridade é uma característica comum de alguns movimentos sociais, pois já que eles nascem a partir de um conflito, quando este conflito é resolvido, não há mais necessidade da mobilização. Exemplos desse processo estão nos diversos movimentos anti-privatização (no Paraná, cito o relativo ao Banco do Estado do Paraná -BANESTADO - e à Copel, companhia de luz do estado. Um foi privatizado, o outro não). Há, ainda, situações de movimentos que forcem a sua perenidade em vista de terem se tornado fonte de sustento e modo de vida de alguns militantes. Gohn ainda resalta que “alguns movimentos se articularam com as novas formas institucionalizadas de participação social presentes nos inúmeros conselhos,

---

<sup>111</sup> Há inúmeras ressalvas realizadas por diversos autores, destacando-se as de Montañó (2005), em relação ao conceito e à prática do que se tornou o terceiro setor. Veremos essas ponderações mais à frente.

especialmente os conselhos gestores, os conselhos de representantes municipais, os conselhos do orçamento participativo, etc” (2003, p. 8).

Essa dificuldade de encontrar uma definição única e os diversos pensamentos sobre o que é um movimento social decorre, segundo Gohn (1997), de três mudanças principais: nas ações coletivas da sociedade civil, nos paradigmas de análise dos pesquisadores e na estrutura econômica e nas políticas estatais. Essas alterações deram margem para que vários fenômenos sociais fossem chamados de movimentos sociais.

Em relação ao que está colocado por Gohn como mudança nos paradigmas dos pesquisadores, incluo a noção de *Novos Movimentos Sociais*. A expressão foi usada por Scherer-Warren aqui no Brasil e serviu para nomear e pensar as especificidades dos movimentos que se organizaram a partir do final dos anos 1970, quando a abertura do governo democrático deu mais liberdade às ações mobilizadoras. Segundo a autora, esses movimentos que estavam surgindo vieram com características distintas das dos movimentos do passado e seguindo a nomenclatura internacional foram chamados de “Novos Movimentos” (SCHERER-WARREN, 1993, p.51).

Esse conceito de *Novos Movimentos Sociais* foi abandonado pelos pesquisadores<sup>112</sup> da América Latina depois de debates nos anos 1980. A princípio iríamos deixar essa discussão fora desta pesquisa, por se tratar de um conceito prioritariamente europeu que os pesquisadores locais<sup>113</sup>, à época, dispensaram. Mas como o contraponto dessa investigação foi realizado em Sevilha (Espanha), portanto em contexto europeu, a busca por material teórico que oferecesse bases produtivas para a construção de um conceito de movimento social lá teve muito presente a acepção de *Novos Movimentos Sociais*. Por essa razão, aprofundaremos o que refletimos a partir da investigação do conceito mais à frente, neste capítulo.

Os anos 1990, no Brasil, trazem um cenário de institucionalização e de aproximações entre Estado, Mercado e Sociedade civil. Diversos desses movimentos se institucionalizaram, outros desapareceram, outros se mantiveram em um “limbo”, no processo de busca do “romantismo” do passado combativo. As relações com as instituições que pertencem à esfera privada e estatal se alteraram significativamente nesta nova configuração social “democrática”. Um viés de negociação começou a se construir. Gohn (2000, p.29) entende que a consolidação dos movimentos como

---

<sup>112</sup> Muitos estão vinculados a ANPOCS – Associação Nacional de Pós-graduação em Ciências Sociais. <http://portal.anpocs.org/portal/>

<sup>113</sup> Pedro Jabcoobi, Luiz Alberto Souza, Eunice Duhren, Ana Maria Doimo são alguns.

estruturas próprias da sociedade civil nos anos 90 é vista como um projeto não realizado, utópico, principalmente porque o Estado era o “inimigo”. Mas com a ascensão do *Partido dos Trabalhadores* ao governo de muitas cidades, esse projeto foi redefinido, já que houve a cooptação de várias lideranças para trabalhar no Estado e a preocupação nos movimentos voltou-se para a capacitação das que ficaram para atuarem como co-partícipes das políticas públicas locais.

Essa abertura política, de certa forma, deu à Sociedade Civil munição para ocupar um lugar mais efetivo nesse terreno de disputas e de negociações de direitos. Santos (2001, p. 124) entende que essa autonomia tem um núcleo genuíno que reafirma os valores do autogoverno e do comunitarismo, mas ele é omitido sempre no discurso dominante ou manipulado para servir ao novo autoritarismo.

Esse processo de “ocupação” do espaço comum fez com que muitos dos Movimentos Sociais buscassem novas formatações de organização passando, em diversos casos, à institucionalização de seus processos e à implementação de modelos organizativos formais. Cabral (1996, p. 15) ainda explica que o sentido para a expressão ONG carregava uma rejeição às formas de poder tradicional, negando o Estado-símbolo da ditadura (enquanto se podia buscar financiamento no exterior), da frieza da universidade e do assistencialismo. Importa explicar que essas ONGs aqui espelhadas são as que têm origem nos movimentos sociais. Logo vamos discutir um pouco do que é feito esse “saco de gatos” de ONGs brasileiras.

Na década de 90, as relações dos movimentos populares com o Estado e com o Mercado tomaram outros rumos. A luta pelo poder político realizada por alguns movimentos populares deu alguns frutos e provocou algumas mudanças de posicionamento nos movimentos e em seus integrantes. De inimigo o Estado passou, em muitos casos, a ser parceiro e financiador. Ao mesmo tempo em que o processo democrático foi se firmando no país os movimentos, continuando sua luta de reivindicação, foram tomando parte nas mesas de negociação na arena social e, em muitos casos, dividindo com o Estado a responsabilidade de prover alguns serviços que, originalmente, lhe cabiam. Scherer-Warren (1993, p. 113) chama isso de “desmodernização política”, ou seja, “a incapacidade do Estado em gerenciar satisfatoriamente os serviços públicos indispensáveis”.

Gohn (2000, p. 51) ressalta que não se pode confundir movimentos sociais, principalmente os populares, com organizações institucionalizadas como as ONGs. Mesmo assim, a própria autora admite que, em algumas situações, as ONGs podem ser



consideradas substitutas dos movimentos: “os anos 90 definiram a institucionalidade das organizações e viram o nascimento e o crescimento, ou a expansão, da forma que viria a ser quase que uma substituta dos movimentos sociais nos anos 90: as ONGs” (GOHN, 2000, p. 28).

Outro fator interessante nesta época é que a igreja, parceira dos Movimentos Sociais nas décadas de 1970 e 1980, por meio de grupos impulsionados pela *Teologia da Libertação*<sup>114</sup>, deixa de participar ativamente das ações dos movimentos. Em alguns casos acaba por se distanciar. Parece-nos que isso acontece porque não há mais um “inimigo” contra o qual lutar. O Estado assume sua “incapacidade” e transfere parte de sua responsabilidade à sociedade civil organizada. Ainda assim, a igreja continua fornecendo apoio a estruturas como a *Pastoral da Criança*, a *Pastoral do Menor*, a *Comissão Pastoral da Terra*, entre outras.

Todas essas transformações pelas quais esse número de movimentos e organizações passaram deram origem ao também chamado terceiro setor. Com essa nomenclatura tentou-se “esclarecer” do que se tratavam as mais de 338 mil<sup>115</sup> organizações não governamentais que se proliferaram até hoje.

Essa multiplicação de organizações institucionalizadas, neste início de século, gera desencontros conceituais no que se refere à definição de movimentos popular e social, organizações não governamentais, fundações, sindicatos, associações e outras organizações da sociedade civil. Muito utilizada nos dias de hoje, a expressão ‘Terceiro Setor’ tenta abarcar um sem-número de instituições das mais variadas linhas de ação, de base popular, filantrópica ou empresarial.

Alguns autores demonstram que essa complexidade teve início na década de 1990 e continua a se transformar, principalmente quando analisamos essa relação com o Estado. Santos (2001, p. 115) diz que, “à medida que nos aproximamos do fim do século XX, as nossas concepções sobre a natureza do capitalismo, do Estado, do poder e do direito tornam-se cada vez mais confusas e contraditórias”. Um dos motivos, segundo o autor, são os questionamentos que envolvem o sucesso ou não do regime capitalista e do próprio papel do Estado. Não podemos esquecer que os movimentos sociais e as organizações da sociedade civil estão inseridos no contexto e nas relações com essas duas esferas.

---

<sup>114</sup> A Teologia da Libertação é uma escola da igreja católica que privilegiava a atenção dos grupos religiosos as questões sociais, ligando os ensinamentos cristãos com a realidade do povo. Ela tem em Leonardo Boff seu mais destacado autor no Brasil.

<sup>115</sup> Disponível em <http://www.abong.org.br/ongs.php>.

Algumas organizações originadas de movimentos sociais ou que serviram de base ou assessoria para esses movimentos e que se transformaram em ONGs foram em busca de financiamento em organismos internacionais para poder manter uma certa coerência de combate ao que viam como Estado autoritário. Outras aliaram-se ao Estado na busca de metodologias e de recursos financeiros para tentar sanar demandas sociais comuns, mas a intenção ainda seria buscar a independência das diretrizes do Estado. O problema maior é que os financiamentos externos foram escasseando; assim, essa independência do Estado nunca existiu realmente (GOHN, 1997, p. 313).

Nesse cenário de diversidade entre movimentos sociais, *ONGs* e *OSCIPs*, algumas se configuraram como meros captadores de recursos ou mesmo fachada para conquista de facilidades fiscais por empresas privadas que, muitas vezes, criam fundações, institutos e organizações filantrópicas com o intuito de instituir uma imagem “positiva” em tempos de consumidores atentos a comportamentos socialmente responsáveis.

Dagnino (2008) levanta essa questão a partir dos conceitos de sociedade civil e de Estado dentro de um projeto político neo-liberal. Para ela, como para Montaña (2005), há uma confluência perversa nessas transformações de movimentos em ONGs que promove o modelo neoliberal, já que as ONGs se adaptam estruturalmente a uma maior autonomização na qual se perdem os vínculos orgânicos com os movimentos sociais e se prestam serviços por contratações feitas pelo Estado com fundos internacionais, muitas vezes. Nesse processo, as ONGs acabam deixando de representar a sociedade civil para refletir, muitas vezes, somente a vontade de suas equipes diretivas. Não é à toa que muitas lutas de movimentos sociais acabaram sendo sufocadas com projetos pontuais que tinham efeito paliativo sobre problemas sociais graves de muitas comunidades.

Montaña (2005), que possui uma leitura específica desse cenário<sup>116</sup>, enxerga as *ONGs* e *OSCIPs* como organizações que foram criadas para “assessorar” os movimentos sociais, mas esse papel acabou por se inverter. O ator principal, nessa relação, era o movimento social; a ONG, coadjuvante. Mas isso se inverteu na década de 1990. Com efeito, as ONGs passaram paulatinamente, a ocupar o lugar dos

---

<sup>116</sup> Para ele a abertura social e a injeção de verbas nas ONGs e em organizações similares é parte de um projeto neoliberal de apaziguar os ânimos dos conflitos sociais e desresponsabilizar o Estado das suas obrigações em relação ao bem-estar da população. Assim, as ONGs acabam de alguma forma “compensando” de maneira fragmentada e desvinculada essas lacunas que o Estado não cumpre. (MONTAÑO, 2005)

movimentos sociais, deslocando-os de seu espaço de luta e da preferência na adesão popular. Por diversos motivos, a ONG, outrora concebida para apoiar o movimento social, passa agora a ser o ator principal nesta relação. A ONG passa a ocupar o lugar do movimento social.

Ele ainda aponta a falta de rigor na caracterização do conceito de Terceiro Setor por alguns autores que compactuam com a ideia neoliberal. Para estes autores, movimentos classistas e insurgentes não são incluídos neste exemplo apesar de não fazerem parte nem do Estado nem do Mercado (MONTAÑO, 2005, p.56). Na verdade, ele quer denunciar que uma boa parte das organizações que se autoneameiam pertencentes ao chamado “Terceiro Setor” têm profundas raízes no plano neoliberal de organização social, no qual este setor vem depois do Estado e do Mercado (primeiro e segundo, respectivamente) e adotam a regulação social como devendo ser realizada a partir da sociedade civil, afastando o Estado das responsabilidades de mediador dos processos de busca de igualdade. Para ele, nesse conceito imprime-se mais uma busca pela liberdade individual do que pela igualdade.

Sobre a classificação ainda de quais organizações compõem o Terceiro Setor, Montañó diz ser uma debilidade deste conceito agrupar organizações tão díspares dentro de um mesmo grupo. Para ele, alguns autores que trabalham com o conceito de Terceiro Setor primeiro referem-se a ele como sendo manifestações pacíficas e não de organizações de lutas de maior impacto e que o conceito, como foi criado, mais confunde do que esclarece (MONTAÑO, 2005, p. 56):

(...) algumas dessas categorias integrariam o terceiro setor: as organizações não governamentais (ONGs), as organizações sem fins lucrativos (OSFL), as organizações da sociedade civil (OSC), as instituições filantrópicas, as associações de moradores ou comunitárias, as associações profissionais ou categoriais, os clubes, as instituições culturais, as instituições religiosas, dentre tantos outros exemplos. Desta forma o conceito parece reunir tanto o Greenpeace(...) como o Movimento Viva Rio, as Mães da Praça de Maio(...), como a Fiesp, o Movimentos dos Trabalhadores Sem-Terra(...) como a Fundação Roberto Marinho, as Creches Comunitárias(...) como a caridade individual, o movimento pelas Diretas Já, como as atividades ‘sociais’ de um candidato a vereador, entre uma infinidade de casos.

É importante notar que Movimentos Sociais com história combativa acabam sendo “classificados” da mesma forma que instituições filantrópicas nessa denominação neoliberal de terceiro setor.

Essa gradativa “omissão” do Estado em cumprir o que lhe é dever acaba sendo corroborada no Brasil com a Constituição de 1988 que previa, nos artigos 194 e 204, uma descentralização da gestão administrativa na área de seguridade social que incluía saúde, previdência e assistência social. Essa descentralização seria viabilizada com a participação da comunidade: empresários, trabalhadores e aposentados (NOGUEIRA, 2005). Essa “comunidade” foi formada, em parte, por muitas organizações que se institucionalizaram nos anos 1990 a partir da maior abrangência de regulamentação da área.

Sabe-se que essa confluência entre os projetos sociais de cada movimento coletivo promove um obscurecimento dos processos discursivos em um ou outro, principalmente quando do uso de vocábulos ou conceitos como direitos, cidadão, democracia, participação. Para tal, importa revisitar certas noções teóricas para dar as significações mais concretas a quais grupos devemos nos referir e estabelecer como foco empírico de pesquisa. Outra questão que se mostra premente para essa investigação é conferir importância à noção de projeto político que está na base da ONG ou do movimento – dos casos empíricos que podemos trabalhar. A concepção que orienta, que está por trás, e os elementos da cultura que estão envolvidos devem ser levados em conta também.

Peruzzo (1998), Gohn (2000), Montañó (2005) e outros autores ocupam-se em traçar as classificações para essas organizações que não participam das esferas do Mercado ou do Estado e que, por este motivo, podemos dizer que fazem parte da sociedade civil, ou do Terceiro Setor. Como já dito, deve-se lembrar a grande amplitude do que é levado em conta quando se diz que uma organização é do Terceiro Setor. Há correntes diversas que possuem tendências de incluir nessa classificação a infinidade de organizações filantrópicas, sindicatos, associações, fundações institucionalizadas e há as que incluem ainda nesse “caldo social” os movimentos não institucionalizados. Gohn (2000, p. 60) explica de maneira didática as diferentes facetas desse setor, utilizando uma analogia propícia, a do frankenstein:

É um tipo de frankenstein: grande, heterogêneo, construído de pedaços, desajeitado, com múltiplas facetas. É contraditório, pois inclui tanto entidades progressistas como conservadoras. Abrange programas e projetos sociais que objetivam tanto a emancipação dos

setores populares e a construção de uma sociedade mais justa, igualitária, com justiça social, como programas meramente assistenciais, compensatórios, estruturados segundo ações estratégico-racionais, pautadas pela lógica de mercado.

Algumas classificações das organizações são realizadas em relação à sua atividade-fim ou temática de trabalho. Gohn (1997) e Peruzzo (1998) organizam, em primeiro plano, os movimentos sociais e populares. Para Gohn (1997, p. 268), existem movimentos construídos a partir da origem social da instituição que apoia ou abriga seus demandatários, que são os ligados a igrejas, por exemplo; movimentos sociais construídos a partir das características da natureza humana: sexo, idade, raça e cor, como o das mulheres ou dos negros; movimentos sociais construídos a partir de determinados problemas sociais, como os que pedem por creches ou por preservação ecológica e movimentos sociais construídos a partir das ideologias, como o marxismo, anarquismo, etc. Já Peruzzo (1998, p. 44) utiliza outra classificação:

Conceitualmente as expressões movimentos sociais, movimentos coletivos, movimentos populares, movimentos sociais urbanos, movimentos sociais populares, entre outras, são usadas indistintamente, o que talvez reflita sua grande diversidade e heterogeneidade em nossa sociedade. Eles podem agrupar-se da seguinte forma:

- 1-Ligados aos bens de consumo coletivo (...)
- 2-Envolvidos na questão da terra (...)
- 3-Relacionados com as condições gerais de vida (...)
- 4-Motivados por desigualdades culturais (...)
- 5-Dedicados a questão trabalhista (...)
- 6-Voltados a defesa dos direitos humanos (...)
- 7-Vinculados a problemas específicos (...)

Para ela, muitas ONGs também nascem como motivadoras dos movimentos populares e sociais. “Tais organizações são animadoras e fermentadoras de grupos sociais populares e sindicais” (PERUZZO, 1998, p.46).

Gohn (2000, p.31) organizou as ONGs em alguns grupos determinados pela sua forma de ação e tema de trabalho. Chegou, então, em quatro grandes grupos: ONGs caritativas, que se ocupam em fornecer assistência aos menores, mulheres e velhos; ONGs desenvolvimentistas, que intervém no meio ambiente e possuem um trabalho internacionalizado; ONGs cidadãs, que focam em campanhas educativas e denunciadoras da violação dos direitos sociais (a Anistia Internacional é um exemplo) e

ONGs ambientalistas, como o *Greenpeace* e a *Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem - SPVS* (GOHN, 2000, p. 31).

As ONGs, em geral, não têm como foco de trabalho a militância e a politização da sociedade civil, como os Movimentos Sociais. Pode-se dizer que a justificativa para tal reside no conceito defendido por Montaño que afirma que as ONGs nasceram de manobras burguesas. Gohn (2000, p. 59) identifica uma parte delas que trabalham nessa linha de atuação. “Apenas uma parcela das ONGs cidadãs evoca o mundo da política, da participação, do ativismo militante, ao contrário das ONGs assistencialistas ou desenvolvimentistas”.

A título de recorte para esta investigação, um dos fatores diferenciadores das organizações constituídas e que hoje fazem parte do chamado Terceiro Setor será tomado como referência: *um grupo que descende de movimentos sociais nascidos a partir de um conflito social, prioritariamente surgido entre povo e elite dominante e, em outros momentos, entre povo e Estado*. Esse é o grupo ou o tipo de organização que nos interessa. As outras, entre diversas classificações que podemos levar em conta, nascem em linhas filantrópicas assistenciais que perpetuam o *status quo* da sociedade estabelecida, ou empresariais<sup>117</sup>, fundações ligadas a empresas que têm como objetivo “ajudar a comunidade”, entre outros.

Assim, após discutirmos o caminhar dos movimentos sociais que tornaram-se ONGs e a relação dessas com os Movimentos Sociais, vamos construir uma aproximação conceitual, resgatando nosso *corpus* de estudo em Curitiba entendendo que determinadas organizações da sociedade civil que tenham sua origem e forma de trabalho baseados no que Scherer-Warren (1999) propõe podem ser incluídos em nosso conceito de movimento social:

Libertários, proponentes de projetos civilizatórios democráticos, sensíveis à diversidade cultural e à justiça social, fortalecem-se socialmente à medida que conectam dialeticamente as seguintes dimensões das representações e práticas sociais:

- as culturas e a ética;
- o conhecimento reflexivo da ciência;
- as possibilidades políticas de transformação;
- o compromisso com o coletivo e construção de uma esfera pública democrática. (p.16)

---

<sup>117</sup> Importa ressaltar ainda as vantagens tributárias (descontos nos impostos) que empresas que financiam ou mantêm organizações privadas de interesse público recebem.

Para ela, esses movimentos se estruturam a partir da indignação em relação a uma variedade de problemas que se apresentam na sociedade atual e muitas vezes podem desenvolver três dimensões, contestadora, solidarística e propositiva, de acordo com o seu projeto civilizatório (SCHERER-WARREN, 1999, p.16).

Depois desse panorama pela realidade brasileira e a construção da relação conceitual entre Movimentos Sociais e ONGS nas últimas décadas, cabe voltarmos ao conceito estudado por Touraine no decorrer das últimas décadas para entendermos como essa construção pode nos ajudar a nortear a investigação aqui. O autor francês entende que os *Movimentos Sociais* são agentes sociais essenciais de conflitos, normalmente envolvidos em uma disputa pelo controle social dos principais padrões sociais que são conhecimento, investimento e ética. No paradigma touraineano são três componentes presentes: *identidade* (sujeito particular, indivíduo), *totalidade* (sujeito histórico) e *oposição* (os outros, que definem os dois primeiros). Assim o conflito é entendido em termos relacionais (GOHN, 2008, 93). Para o autor, o conceito de Sujeito, tanto individual quanto coletivo é definidor dos estudos das sociedades. O conceito de Sujeito se liga com o de movimento social e contém duas ideias principais; o sujeito possui vontade, resistência e luta; e não há movimento social à margem da vontade de libertação ou liberação do sujeito. Nessa construção, vemos que o conceito de Movimento Social de Touraine exige que o Sujeito nele inserido ou parte dele deve ter consciência da luta que imprime. Isso excetua boa parte dessas organizações sociais das quais falamos aqui anteriormente, que prestam um serviço sem envolver o partícipe da luta.

Nesse embate social, os movimentos são consequência de uma situação de desigualdade, isto é, se subordinam a uma ação vinda de fora. Isto é, a falta de casas para parte de uma comunidade “provoca” a existência de um movimento que se levanta para lutar por essas conquistas.

No decorrer da história, dos anos 60 até a atualidade, Touraine revisitou sua conceituação de movimento social. Nos anos 70, pensadores latinoamericanos afastaram-se dos conceitos de Touraine, entre outras razões porque sua concepção de Estado é de um agente social e de transformação, não apenas um aparelho de poder, mesmo sendo invariavelmente ligado à classe dirigente. O Estado não é o governo, o que na América Latina eram dimensões sempre muito confundidas, ainda mais por causa da Ditadura Militar aqui implantada. Estado e governo eram vistos como sendo o mesmo organismo, que deveria ser combatido. Assim, Touraine não via os movimentos

sociais em embate contra um Estado. Para ele, o MS era um conflito social e ao mesmo tempo um projeto cultural (GOHN, 2008, p. 100). Para ele é a sociedade civil que os MS estão questionando, tentando mudar suas orientações culturais<sup>118</sup>, e não o Estado ou o Mercado.

Com a globalização dos anos 90, há uma crise no conceito de MS identificada por Touraine, principalmente, na visão dele, da perda da importância do processo de produção e aumento do consumo, o que reforça a ideia de individualismo. E aí aparece a noção de *Novos Movimentos Sociais*, que “falariam mais de autogestão do que de um sentido de história e mais de democracia do que tomada do poder”. (GOHN, 2008, p.107)

Touraine, focado na construção conceitual dos Sujeitos, dá pouca atenção à formação de um conceito de *Novos Movimentos Sociais*, mesmo entendendo que depois do advento da globalização os movimentos tomaram outras formas, outras forças e outros propósitos (penso que isso se estabeleceu num contexto europeu, não na América Latina, onde mantiveram-se combativos e com propósitos de luta bem claros, demandas específicas), chamando-os de novos.

Por fim, na última década, Touraine reflete que “a noção de movimento social foi tantas vezes violada, e ela mesma tantas vezes se prostituiu, desfilando diante das tropas ou pandegando nos esconderijos dos serviços secretos que parece impossível fixar-lhe um uso mais preciso” (2006, p.140). Refere-se à tomada do poder pelos MS com a expressão “tantos militantes que se tornaram policiais, particularmente nos países comunistas?”. Para ele, “os novos movimentos sociais buscam à margem de partidos, sindicatos e estruturas estatais, modificar instituições de forma que os reconheçam como interlocutores legítimos” (GOHN, 2008, p.123). E volta ao cerne de seu trabalho entendendo que um movimento social é, ao mesmo tempo, um conflito social e um projeto cultural e que “em todo conflito e em todo movimento social pode-se ouvir um apelo à igualdade, liberdade, à justiça e ao respeito de cada um” (TOURAINÉ, 2006, p. 140).

---

<sup>118</sup>Vemos aqui, na atualidade, o movimento de mulheres como exemplo desse projeto cultural diferenciado propondo novos comportamentos sociais.



#### 4.1.1. Novos (?) Movimentos Sociais

A constatação de outro contexto de estudo e de teorias que se diferenciavam das utilizadas por autores da América Latina impulsionou, neste trabalho, uma busca por entender as construções teóricas e o motivo de serem utilizadas por alguns estudiosos e dispensadas por outros. Para falar de *Novos Movimentos Sociais* (ainda que já existam autores<sup>119</sup> trabalhando com a noção de “novíssimos” movimentos sociais) fomos entender o pensamento de Melluci, Reichmann, Laraña e Ibarra, alguns dos autores que trabalharam este conceito.

Reichmann (1994) delinea um marco teórico para o estudo dos Novos Movimentos Sociais fazendo um resgate histórico a partir da revolução francesa (1789) que figura como origem dos movimentos na sociedade moderna e aponta que os MS são produtores e produtos da modernidade. Traz autores como Blumer (interacionismo simbólico<sup>120</sup>) e Parsons (teoria funcionalista estrutural<sup>121</sup>) e delimita os NMS a partir de algumas características.

Para este autor, antes dos anos 60, do movimento estudantil, os movimentos sociais tinham caráter de coletivos “irracionais”, fragmentados e anônimos e que se originavam das privações básicas (pirâmide de Maslow), a princípio. Traz alguns enfoques tanto norte-americanos quanto europeus para delinear os NMS e, ao mesmo tempo, os critica. O primeiro é a crise do enfoque do comportamento coletivo e dos modelos de privação relativa. A partir dos movimentos estudantis e de mulheres dos anos 60, na Inglaterra, ele aponta para algo que estava vindo do centro do saber, das universidades, isto é, de parte do sistema e que não tinha nada de irracional. Eram organizados e não estavam exatamente buscando por direitos básicos, já que seus componentes nasceram em meio ao *welfare state* dos anos 70 e que a crise (80) só veio depois. Além disso, coloca como característica principal o *caráter universalista* e não metas atribuíveis aos interesses de uma classe ou grupo (movimento pacifista, por exemplo). Isso significa a crise do enfoque coletivo. Depois critica o enfoque da eleição racional, onde o indivíduo é movido pela esperança de conseguir benefícios privados.

---

<sup>119</sup> Gohn, falando sobre Occupy e Indignados atuais: <http://revistacult.uol.com.br/home/2013/01/a-revolucao-sera-tuitada/>

<sup>120</sup> Interessava-se pela criação de novas formas, os processos de autoregulação, assim como os processos espontâneos de aprendizagem social e inovação no comportamento coletivo. (1994, p.17)

<sup>121</sup> Explicava o surgimento dos MS em função das tensões originadas no desenvolvimento desigual dos vários subsistemas de ação que constituem um sistema social ou uma sociedade moderna diferenciada. (1994, p.17)

Também a de mobilização de recursos, que parte das organizações e não dos indivíduos e que analisa a eficácia da organização. A crítica é formulada a partir do pensamento de que um movimento é sempre maior do que uma organização que o engloba. Por fim, critica o enfoque europeu, particularista, de redes ou cognitivo, que reforça questões de ideários e projetos históricos (1995, p.26) e, em resumo, os NMS aparecem a partir das transformações das sociedades industriais avançadas. Uma síntese proposta pelo autor é de que os enfoques de estudos não são contraditórios, mas se complementam. Enquanto os norte-americanos sublinham a instrumentalidade da ação social (como os movimentos empregam seus recursos para alcançar os fins), os europeus se concentram mais nos processos de comunicação e formação de identidade (como os movimentos geram novas identidades e projetos históricos para a sociedade) (REICHMANN, 1995, p. 29).

Já Melucci se pergunta o que há de novo nos Novos Movimentos Sociais partindo da contextualização na sociedade da informação. Afirma que não há como usarmos as mesmas metodologias de análises com movimentos que foram estabelecidos em contextos sociais ou mesmo mundiais muito diferenciados. Ele se pergunta se é possível, hoje, com toda a parafernália comunicativa e as tecnologias da informação se falar ainda de conflitos antagônicos. Para ele, o que se vê não é mais, a partir das teorias do mercado político ou comportamento estratégico, um antagonismo em relação à lógica do sistema, mas sim, um impulso redistributivo, se reclama acesso às formas de representação social (1994, p.122). Nossa reflexão, quanto a essa ponderação, refere-se aqui à importância do contexto. Isso pode até se aplicar em movimentos sociais localizados em um determinado contexto na Europa mas, na América Latina, boa parte das demandas possuem relação com a mudança de lógica do sistema, econômico e social<sup>122</sup>. Assim, pode-se dizer que Melucci está situado e fazendo sua análise a partir de um sistema que remete ao bem-estar social. Considerando esse contexto, podemos aferir que esses movimentos a que se refere são os que podem estar buscando representatividade dentro de uma lógica informacional já estabelecida, ou de uma lógica em que direitos básicos já são garantidos.

Este autor ainda define, entre os defensores e os combatentes da nomenclatura NMS, que a análise deve ser feita a partir do mesmo contexto e que os dois grupos normalmente cometem o erro epistemológico de analisar objetos empíricos unitários

---

<sup>122</sup>Embutidas nas mais específicas e locais, centralizadas.

para tomar suas resoluções. Dessa forma, defende uma análise não das estruturas do movimento social, mas sim, das relações cotidianas que os atores estabelecem no processo de construir o sentido de suas ações (1994, p.126). O determinante em uma sociedade da informação, para o autor, é que o movimento deve ser estudado a partir de um conflito (também, como Touraine) mas que esse conflito precisa ser complexificado no contexto atual:

Gran parte de las experiencias de vida en las sociedades complejas son experiencias de ‘grado n’, es decir, tienen lugar en contextos producidos por la acción social, representados y retransmitidos por los medios de comunicación, interiorizados y regulados en una especie de espiral que crece sobre sí misma y que hace de la ‘realidad’ un recuerdo o un sueño (1994, p.129)

Melucci (1994) ainda explica que a informação não existe sem o ser humano, isto é, sem a intervenção humana. Para ele, um aumento da capacidade de autoreflexão pode trazer até a produção acima do que já tem sido reproduzido inclusive a intervenção na estrutura biológica da espécie. O conhecimento estratifica a sociedade, estabelece relações e hierarquias, segundo ele, e na sociedade atual o vazio entre quem tem esses dois níveis de experiência, a informação e o conhecimento e o que tem se chamado tradicionalmente de sabedoria<sup>123</sup> é abismal.

Com a informação se convertendo em recurso fundamental para os sistemas complexos, os três níveis relacionais (consigo, com o outro e com o mundo) tendem a se separar. E o controle da produção, acumulação e circulação de informação depende dos códigos que se tem para acessar. Por essa razão, nessa sociedade é importante definir a identidade – de corpo, de lugar, de grupo a que pertence e também onde se encontra a alteridade: o outro, o sagrado. Ele aponta aqui o fortalecimento de muitas seitas e grupos fundamentalistas por esse motivo.

A informação é algo difícil de controlar. Mesmo sendo dividida, desviada, multiplicada, ela não perde a qualidade, é diferente de um bem físico e, por essa razão, qualquer poder sobre ela torna-se muito frágil porque a simples aquisição de informação situa os mesmos atores em um mesmo patamar. Essa falta de limites da informação acaba produzindo a incerteza para o sistema inteiro. Há um dilúvio de informação que

---

<sup>123</sup>“La sabiduría tiene que ver con la percepción del sentido y con la capacidad de integrarlo en la existencia individual. La sabiduría es la capacidad de mantener un núcleo íntegro de experiencia en las relaciones consigo mismo, con el otro, con el mundo” (2001,p.130-131).

recebemos e enviamos, mas isso não garante que a transformemos em conhecimento. Na verdade, segundo ele, esse verdadeiro dilúvio serve muitas vezes para impedir a construção do conhecimento. Para diminuir as incertezas o sistema começa a decidir e essa decisão é contratual, isto advém de acordos pré-estabelecidos, assim as identidades devem ser restabelecidas e renegociadas continuamente. “En síntesis, la búsqueda de identidad permite que los individuos se reconozcan como los productores del sentido que atribuyen a los hechos y desafíen su manipulación por los aparatos de poder”. (MELUCCI, 1994, p.131).

Então ele questiona: em sistemas assim é possível ainda falar de uma lógica dominante? Assim explica que não são suficientes as analogias geográficas como centro, margem, base, etc, para descrever o processo que passamos hoje. E questiona se por isso devemos abandonar o pensamento de que há uma dominação. E diz:

Una lógica de dominación no está en contradicción con la idea de la complejidad como característica distintiva de los sistemas contemporáneos. Estos tienen una lógica dominante pero, su lugar cambia continuamente. Las áreas y los niveles de ese sistema que aseguran su mantenimiento pueden variar, al igual que los lugares de conflicto. El poder no radica en determinadas estructuras y su encarnación en determinados actores y relaciones sociales no es definitiva (1994, p. 134).

Depois ele pergunta se os movimentos possuem caráter conflitivo, o que para Touraine, que defende também a busca e negociação da identidade, é determinante.

Para Melucci (1994) a resposta deve ser dada em dois níveis: num primeiro deve ser buscada na ação de um movimento onde se negocia sua identidade coletiva. É possível que, na organização de suas ações, uma pode ser de caráter antagonista. Mas é importante ressaltar que esse seria um ponto, uma característica, que não esgota o restante que compõe essa identidade, que o movimento não pode se reduzir a esse ponto antagônico. No segundo nível, tem que ver as ações práticas do movimento, onde acontecem suas relações e onde expressa-se sua mensagem de conflito social.

O conceito de Melucci (1994) é produtivo para pensar e investigar os movimentos sociais europeus que estão hoje mergulhados nessa sociedade da informação e precisam se estabelecer de maneira global. Minha vivência no contexto de Sevilha durante o estágio sanduíche mostrou isso. Os militantes de movimentos sociais sabiam dos principais movimentos mundiais e se estabeleciam e às suas identidades a partir de um confronto ideológico (ah, somos assim enquanto eles são de outra

forma). Para ele, os novos movimentos perderam o caráter de personagens comprometidos com uma confrontação com o Estado para conseguir os direitos básicos. Mas há que se fazer realmente parênteses, que autores principalmente da sociologia já fizeram no Brasil: boa parte dessa confrontação ainda existe. Inclusive na Europa, o que já trabalharemos adiante. Porque na América Latina vemos uma outra forma de intercâmbio. Ela é mais presente entre movimentos com mesmas demandas (terra, teto, mulheres) e o encontro ou mesmo a troca de informações se dá, muitas vezes, somente em um nível instrumental<sup>124</sup>. Por fim, a contribuição de Melucci (1994) para esse trabalho se dá, além da explicação sobre as acepções mais aceitas em relação ao conceito de Novos Movimentos Sociais, principalmente no enfoque da importância comunicativa que os movimentos vão tendo na Europa e que, de alguma forma, acaba chegando à América Latina. Para ele, os movimentos atuais possuem uma forma específica de ação comunicativa: oferecer ao resto da sociedade outros códigos simbólicos que subvertem a lógica dos que a dominam. Isso se dá em três modelos de ação comunicativa: a profecia (avisam que o possível é real dentro dos que já enviam a mensagem, ou seja, a mudança que o movimento propõe para a sociedade já existe nos que lutam por essa mudança, já é exemplo e mensagem); o paradoxo (o código dominante aparece nessa comunicação dos movimentos a partir do exagero ou da impugnanção. Isto é: na própria mensagem dos movimentos se denuncia o código dominante de alguma forma, ou negando-o ou apontando-o como exemplo do que não se quer); - a representação (reprodução simbólica que separa os códigos dos conteúdos que os ocultam. Acontece muito quando usam o teatro, o vídeo, os meios de comunicação que chamaríamos aqui de alternativos para “representar” o que se vê como ideal).

Por fim, os NMS possuem dois polos: latência e mobilização. E para funcionar precisam: alto grau de diversidade no entorno do movimento para que não se fechem neles mesmos; alta elasticidade do modelo político para que não interfira nas fases dos movimentos (os altos e baixos por que passam); existência de instâncias e organizações transitórias para garantir a comunicação interna (1994, p. 147).

---

<sup>124</sup> A entrevista de Hazeina, no capítulo 6, explica um pouco dessas trocas instrumentais que podemos refletir aqui. A comunicadora veio para o Brasil para participar de um encontro com intercâmbio de ações de deram certo entre Argentina, Brasil, Portugal e Espanha. Ali os movimentos não travavam uma busca pela identidade e pelo direito da informação, mas sim pela troca e aprendizado do que na prática funcionou para cada um como as moedas de troca, o sistema de economia solidária, entre outros.

Laraña (1994) explica esses dois polos dizendo que os movimentos passam por uma fase de latência e que são as redes já formadas anteriormente que dão base a criação desses novos movimentos.

El imprevisto surgimiento de un movimiento hasta entonces invisible se explica por la existencia de unos grupos que actuaron como 'estructuras de sostenimiento' de los movimientos de La Nueva Izquierda e hicieron posible su continuidad en el período del declive de estos movimientos que comienza en 1969 (LARAÑA, 1994, p. 262).

Assim, este autor corrobora o que Melucci propõe: é necessário ver o movimento social a partir das suas relações identitárias internas e não do ponto de vista de estrutura. "En lugar de concebir la acción colectiva como una estructura unificada por una lógica expresada en lo que dicen sus protagonistas, el analista debe aproximarse a ella como un sistema de acción y de relaciones por descubrir" (1994, p. 271).

Essa abordagem de um estudo com viés diferenciado acabou por conseguir críticos exatamente por verem que muitos dos movimentos sociais estudados em outros lugares não se enquadravam nessas proposições. E a pergunta que ficava: são velhos movimentos sociais nessa atualidade ou não são movimentos sociais? Downing (2002) explica de maneira resumida:

O grande problema com a literatura sobre os NMSs reside na convicção quase messiânica de seus defensores mais apaixonados de que, sem querer, encontraram uma nova e importante dimensão da cultura contemporânea. Os movimentos sociais que não se encaixavam em seu esquema, como o movimento operário, foram relegados à lata de lixo de uma época anterior, agora extinta. É também uma literatura de enfoque muito ocidental: movimentos ocorridos em outras partes do mundo, como o movimento contra o *apartheid* na África do Sul e sua rede de apoio global, os movimentos políticos afro-brasileiros, a intifada palestina ou mesmo o movimento nacionalista no Quebec, estão fora do seu escopo – assim como, aparentemente, o movimento pelos direitos civis nos Estados Unidos (DOWNING, 2002, p. 57).

Por essa razão, a cautela na aceção de um conceito ou outro e talvez a construção do próprio conceito de movimentos sociais estabelecendo um “meio do caminho” é o que se pode propor nesse trabalho. Em relação ao exposto da posição dos autores brasileiros e em relação a que Reichman e Melucci colocam sobre o conceito de movimentos sociais ou novos movimentos sociais, há muita coisa a se questionar.

Tendo a seguir os autores brasileiros quando deixam de lado a concepção de NMS já que essa se exime do confronto, do antagonismo. Mantemos, de qualquer forma, a posição de Touraine, mesmo este tendo esboçado entre seus estudos uma proximidade com o conceito de NMS. O que o coloca perto do que podemos determinar para ambos os contextos aqui estudados é a presença do conflito. Se ele se refere a antagonismo em relação ao Estado ou a complexidade de confrontos sociais generalizados, deve ser visto caso a caso. O importante é que vemos que cabe em ambos os cenários é que existe um conflito e é sobre ele que falaremos. Assim, a partir das exposições aqui realizadas, o que se pretende é dar luz aos contextos para adaptar os determinados conceitos e aí, sim, entender quais as análises necessárias em movimentos em diferentes países, histórias, caminhadas. Mas, além dessa posição de Touraine que vamos aqui assumir, no encaminhamento da pesquisa encontramos o trabalho de Ibarra (2000) que faz uma síntese em relação à caminhada de MS e NMS, encontrando um conceito mais equilibrado, possível de ser assumido também aqui nessa pesquisa, já que estamos estudando também movimentos no cenário europeu.

Ibarra (2000) consegue estabelecer linhas de cruzamento entre os conceitos de velhos movimentos sociais e novos movimentos sociais mostrando que essas características que os diferem podem ser estabelecidas como “fases” dos movimentos. Para ele, um movimento social surge a partir de tensões estruturais que acabam por gerar a vulnerabilidade de interesses muito concretos, muito presentes. A existência de um movimento social pressupõe um conflito prévio. Essas pessoas que se organizam, creem que esses problemas devem ser solucionados de maneira participativa, igualitária e cooperativa e por isso vão se organizar de maneira solidária para resolvê-los. Assim, o MS é uma resposta a carências valorativas, ideológicas.

Isso implica em duas coisas: há uma identidade coletiva que permeia esse grupo porque decidem viver um projeto de maneira conjunta e ele se estabelece porque há uma rede de pessoas por trás, que se posiciona de maneira alternativa ao que se vê como convencional. O contexto é berço do movimento social, já que algumas condições sociais são necessárias para que ele se forme. São três, segundo o autor: a contínua transformação da sociedade produzindo fraturas que acabam por criar conflitos; o desenvolvimento econômico, que acaba deixando fora de espaços estáveis indivíduos que precisam se manter (redes de apoio) e os MS possuem mais audiência midiática e dinamicidade que partidos políticos.

Por fim, o que nos interessa muito aqui, o autor faz um processo comparativo entre os NMS e os MS, mostrando que, em algum momento, o movimento social já foi velho ou novo. As características reunidas nos novos movimentos (como os ecologistas ou de mulheres, etc) são: a formação de identidade coletiva (pertença à comunidade); o indivíduo possui autonomia frente às pressões exteriores; não há hierarquia nem organização formal (busca-se sempre o consenso); usam meios não convencionais (desobediência civil) para se posicionar; se relacionam e exigem mudanças do poder político, mas não querem se tornar ele<sup>125</sup>; globalização (o movimento não aceita que exista um sistema de normas, valores e práticas diferente da vida privada. Para estes movimentos, a conduta que deve ser vista no público é a mesma que no privado). Já os velhos movimentos sociais (como o de trabalhadores) são organizadores de defesa de interesses concretos e acabam não se encaixando em nenhuma das características acima mencionadas. O que o autor pontua aqui é que esses movimentos velhos já foram novos, com ideias alternativas e sentimento de pertença no passado. E é possível que voltem a sê-lo. A grande proposta colocada por Ibarra (2000) é que movimentos podem “estar” novos ou velhos a partir da conjuntura. Assim, só se pode entender os movimentos sociais de maneira dinâmica.

Em resumo, o que sempre estabelece um movimento social é a existência de uma demanda ou conflito, a manutenção de certa informalidade nas estruturas organizativas e decisórias (mesmo institucionalizando-se para conseguir negociar com estruturas de poder) e a preocupação com a identidade coletiva. Eu incluiria a participação dos membros de maneira igualitária e solidária. E os movimentos não são novos ou velhos. Nova ou velha é uma fase do movimento que começa tendo soluções para todos os problemas globalizados e trabalha a questão de pertencimento entre seus partícipes, se estabelece de maneira identitária e, com o tempo, foca suas atuações em demandas mais concretas por meios menos alternativos e mais formais.

---

<sup>125</sup> Aqui cabe um adendo em relação ao movimento 15M. Como já comentado em nota anterior, esse é um dos movimentos atuais em que não há uma centralidade organizativa, tem um processo assembleário para decisões horizontais e, de alguma forma, quer se colocar também num âmbito cultural já que se utiliza da internet para expor suas posições e construir sua identidade. A princípio esse movimento social surgido no contexto espanhol poderia ser classificado com um NMS, mas essa característica de não aceder ou não almejar poder político pode ser questionada quando da proposta de criação, recentemente, do Partido X. Dessa forma, nos questionamos: ele deixa de ser um NMS? Fica velho? Ou será que seria mais adequado dizer que dependendo da fase em que se encontra ele pode estar em um ou outro conceito? Dentro de nossa reflexão, algo não muda: o conflito. Tanto em situações de “velhos” movimentos sociais quanto novos o conflito sempre apontado por Touraine está presente.



Dessa maneira, neste trabalho, vamos nos eximir de propor se os movimentos estudados são novos ou são velhos. O que vamos apontar é uma ou outra característica que pode ser buscada dentro dos conceitos aqui explanados tanto de Novos Movimentos Sociais quanto de Movimentos Sociais. Os autores que aqui trouxemos mostram que a comunicação dos movimentos na atualidade adquire centralidade para objetivos diversos, seja para conquistar/requerer os feitos concretos, como casas, educação, direitos básicos, para quem não as tem, (o que configura um movimento social velho) ou convidar pessoas para uma mobilização específica ou ainda o estabelecimento de uma identidade e pertença coletiva em que se propaga uma ideia de transformação do sistema dentro de uma sociedade complexa, dinâmica e midiaticizada (o que configuraria um novo movimento social). Nos capítulos 5 e 6 trarei alguns exemplos dos movimentos ligados aos comunicadores estudados. Em praticamente todos, veremos a presença do conflito central, do embate que pode ser por algo simbólico, mais presente nos grupos de Sevilha como do *Jornal Diagonal* que é uma publicação assembleária e alternativa que conflita com o que a grande mídia coloca ou por algo bem concreto que se traduz em direito à voz, ou ainda direitos humanos, que encontraremos nos movimentos de Curitiba. No geral, veremos que tendo características de novo ou de velho movimento social, a maneira como esses movimentos tomam a comunicação para si em um ambiente midiaticizado pode ser similar. Mas guarda especificidades porque temos contextos diferentes e talvez por esses movimentos, como aponta Ibarra (2000), estarem em “momentos” diferentes em sua própria história.

#### **4.2 O comunicador nos movimentos sociais**

Os movimentos sociais da atualidade possuem, entre todas as transformações acontecidas nas últimas décadas na sociedade civil e nas relações entre o Estado e o Mercado e em vista de uma sociedade cada vez mais midiaticizada, uma demanda relacionada especificamente à comunicação. A fim de legitimar sua luta, buscar a divulgação da sua bandeira e estabelecer laços com a comunidade/opinião pública onde estão inseridos, conseguir financiadores, organizar as atividades cotidianas, entre outros, os movimentos sociais precisam se comunicar dentro desse novo cenário. Logo, é necessário repensar as formas de comunicação do passado, seus públicos, estratégias e principalmente quem vai levar esse projeto à frente.

Um dos exemplos dessa demanda são as constatações feitas por um aluno de graduação a partir de um movimento exploratório realizado em abril de 2012<sup>126</sup>. Com o intuito de encontrar uma Associação de Bairro em Curitiba que possuísse um responsável pela comunicação, ele fez contato telefônico com 12 delas. Somente uma das pesquisadas estava fazendo algo de comunicação e a via como processo estratégico. A novidade foi a manifestação de representantes das outras associações. Quando o aluno se identificava como aluno de comunicação, o interlocutor do outro lado dizia que não tinham comunicação mas que estavam muito interessados em ter alguém que pensasse as práticas comunicacionais. Foram cinco as associações abordadas nesse pequeno movimento exploratório que manifestaram querer ter uma pessoa de comunicação trabalhando na associação. Esse é um sinal, mesmo que tímido e parcial, de que comunicadores estão sendo buscados para trabalhar nessa área específica. De acordo com um estudo realizado pelo Núcleo de Estudos de Empresas e Organizações (Neeo), da Universidade Nacional de Brasília (UnB), de 2004 a 2006, em dois *sites* de fundações que representam e integram entidades do terceiro setor, foram realizados 1.097 anúncios de oportunidades de empregos, dos quais 10% para a área de comunicação (MULLER, 2009, p.285-286).

Mas afinal de contas, o que a sociedade civil organizada tem de diferente dos meios de comunicação de massa, de agências de publicidade ou de uma organização privada quando o assunto é trabalhar em comunicação? Que tipo de profissional está trabalhando com essas estratégias nesses movimentos? Essa busca por figurar na arena social, por pensar a imagem e a intenção em midiaticizar suas propostas e ações dá lugar a novos desafios para os atores envolvidos nesses movimentos. Os comunicadores são um grupo de sujeitos, populares ou profissionais, que podem fazer parte efetiva das transformações que esses movimentos promulgam. Esses profissionais podem responder a uma demanda crescente por planejamento e investimentos em processos comunicacionais nessas organizações. Mas as especificidades do trabalho na área, as mudanças recentes, o próprio caminhar das habilitações em comunicação, o mercado e a influência da trajetória, militância, família, formação universitária nos faz perguntar: quem é esse profissional e qual o sentido das suas práticas nesses movimentos sociais?

---

<sup>126</sup>O movimento exploratório foi realizado em outubro de 2011, por um aluno do grupo de iniciação científica do Centro Universitário Uninter sob minha coordenação e que estava investigando os processos de comunicação de organizações sociais de Curitiba. Em uma primeira etapa, o grupo se dividiu em duplas para buscar possíveis organizações que seriam investigadas. Num trabalho de exploração, Rafael Giuvanusi resolveu ligar para associações de bairro e de moradores da cidade. Os trabalhos foram apresentados no Enfoc/2011, o Encontro de Iniciação Científica e Fórum Científico Uninter.

### 4.2.1 O profissional

Formados em *Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas* têm visto um mercado cada vez mais sedento por profissionais de comunicação que saibam suprir as necessidades de criação de fluxos de informação e de relacionamento com determinados públicos. Por outro lado, a garantia do “emprego” fácil e da segurança em funções tradicionais está escasseando. Novas configurações e desafios estão surgindo no mercado da comunicação exigindo, muitas vezes, um profissional múltiplo, que possua o conhecimento técnico, mas também que agregue a formação humanística e uma forte construção ética como diferencial. Os movimentos sociais e instituições da sociedade civil podem ser mais uma oportunidade de trabalho para esses profissionais ou um lugar onde a busca por um fazer significativo a partir de uma trajetória e história de vida possa se juntar a uma oportunidade de sustento e realização profissional.

É importante, aqui, levantar as especificidades da comunicação nesses movimentos sociais. A demanda que engloba contato com a imprensa, com diversos outros públicos específicos e a gerência de uma ampla variedade de meios e estratégias de comunicação que pode se alterar de maneira radical dependendo da organização e de sua bandeira, acabam requerendo um profissional multidisciplinar e que seja portador de um escopo amplo de competências comunicativas, principalmente aquelas relacionadas ao ambiente digital.

### 4.2.2 Qual habilitação?

Esse terreno altamente dinâmico e a mobilidade derivada desse contexto têm entrado em conflito com as proposições estabelecidas por sindicatos na defesa de nichos de mercado para as habilitações profissionais da área da comunicação. Cinara Augusto (2006), em artigo sobre a mobilidade do profissional de comunicação no Brasil, analisa as demandas por jornalistas, publicitários e relações públicas em diversas posições organizacionais em desafios variados e demonstra que é comum formados em jornalismo ocuparem cargos destinados a publicitários, principalmente na redação de agências publicitárias e como responsáveis pela comunicação empresarial em funções que são originariamente destinadas aos relações públicas. Ela ainda comenta que essa “substituição” também é vista em campanhas de *marketing* e eleitorais e que, na maioria

das situações, o profissional de jornalismo também é requerido para essas funções. Para a autora, essa mobilidade não é comprovada no caminho inverso, confirmando que relações públicas e publicitários não tomam parte nesse processo de ocupar outras funções que as que não são tradicionais da profissão (AUGUSTO, 2006).

Em 2002, Duarte já identificava a saída de jornalistas para outros mercados, como o de assessoria de imprensa e de comunicação institucional, fugindo da obrigatória busca de colocação nos veículos de comunicação de massa, como TV, rádio e jornais impressos. O autor aponta que o Sindicato do Distrito Federal – Brasília (DF) avaliou que metade dos 25 mil profissionais brasileiros estava relacionada com assessorias, consultorias e outros tipos de planejamentos dentro da área da comunicação. Checou, ainda, os números do *Sindicato dos Jornalistas do Ceará* que informava que 60% dos jornalistas do estado estava atuando em assessorias de imprensa. Na opinião dele, essa migração de jornalistas para assessorias de imprensa teve duas razões: uma necessidade maior das empresas, em geral, investirem em melhores relacionamentos tanto com a imprensa quanto com outros públicos, e a alta competência desses profissionais do jornalismo nessa função. Assim as Assessorias de Imprensa se espalharam para diversas estruturas, fornecendo muitos tipos de serviços voltados para a comunicação institucional e dirigida, marcando presença em órgãos e empresas públicas, em outras privadas, no “terceiro setor”, universidades, sindicatos ou, ainda, apoiando pessoas físicas (artistas, esportistas, políticos). “O resultado é que jornalistas hoje atuam em redações, em funções especializadas como relacionamento com a imprensa, edição de publicações e conteúdos na Internet, divulgação, marketing político, publicidade e em enorme variedade de funções gerenciais de comunicação (DUARTE, 2002, p. 81).

Há um notório enxugamento nas redações dos meios de comunicação de massa e o advento da Internet facilitou o aumento da velocidade na busca das informações. Marcondes, quando fala dos jornalistas como cães perdidos, atenta para essa mudança que aconteceu nas últimas décadas: “A adoção de computadores, sistemas em rede, acesso on-line à internet, fusão e mixagem de produtos na tela conduziram as empresas jornalísticas a uma reformulação completa do seu sistema de trabalho (...)” (2009, p. 41). Nesse enxugamento, outra mudança radical que se nota é o aumento da quantidade de informações “prontas” que acabam chegando aos jornalistas das redações por meio das assessorias de imprensa ou de comunicação. Essas informações podem estar chegando por mãos de outros jornalistas que estão trabalhando nas organizações em busca da

legitimidade dos feitos dessas organizações ou movimentos sociais em que se inserem. Um exemplo de organização assim é a *Central de Notícias dos Direitos da Criança e do Adolescente – Ciranda*<sup>127</sup> - formada somente por jornalistas e que produz pautas sobre notícias referentes a questões que envolvam as crianças e adolescentes, além de monitorar os veículos.

Dentro deste cenário, as discussões sobre como esse novo profissional<sup>128</sup> está atuando nas novas frentes que estão se abrindo, colocam em xeque a preparação de cada habilitação para esses novos desafios. Autores das diversas áreas trazem as possibilidades de atuação cruzadas com as habilidades requeridas para cada profissão, ressaltando que o profissional múltiplo, aquele que se adequar às demandas das diversas áreas de conhecimento que se entrelaçam com a comunicação e que domine a evolução tecnológica, terá novos horizontes profissionais pela frente, como aponta Pentead Filho (2002, p. 359), “o jornalista surge como o profissional mais adequado para tratar da tarefa primordial da sociedade da informação, a de organizador de conteúdo, o engenheiro do conhecimento. Isso não é pouco. Tudo está convergindo para a Internet.” Duarte concorda que há um novo campo de trabalho que vai exigir que o profissional – de comunicação, e não com determinada habilitação – tenha uma preparação mais focada para a gestão de processos e – aí é uma reflexão nossa – mais atento às demandas comunitárias e populares, como a dos movimentos e organizações sociais.

Um novo campo de trabalho está sendo oferecido por organizações de todo tipo: ONGs, entidades de classe, associações, empresas, escolas, órgãos públicos, agências de comunicação, relações públicas e de publicidade. E ao mesmo tempo as exigências são maiores. Haverá, sempre, espaço para atividades técnicas e especializadas como produção de *releases*, de jornais empresariais, edição de conteúdo em sites na Internet, assessorias de políticos, profissionais liberais, esportistas e artistas. Entretanto, ao optar por tornar-se estrategista, gestor dos fluxos de comunicação, as oportunidades são maiores (DUARTE, 2002, p. 98-99).

Dessa forma, segundo Duarte, acabam existindo três grandes campos para os formados em jornalismo: nas redações, o especialista na comunicação institucional que produz materiais de comunicação – *releases*, etc e o gestor que se torna muito mais um estrategista das instituições, pensando formatos, produtos e veículos além da mensagem

<sup>127</sup><http://ciranda.org.br/quem-somos/>

<sup>128</sup> A concepção de novo profissional de comunicação se refere aos novos desafios que ele enfrenta e para os quais novas habilidades são requisitadas. Ele pode se formar com essas novas referências ou se atualizar em meio ao exercício profissional.

em si. Essa última forma de atuação é a mais presente nas organizações do chamado "terceiro setor".

Vale ressaltar que muitas das premissas ensinadas na universidade sobre o papel do jornalista no fazer notícias como, por exemplo, a consulta a todas as fontes envolvidas para alcançar uma mítica imparcialidade<sup>129</sup>, a objetividade do texto e da apresentação do fato e a tendência à invisibilidade caem por terra. O profissional deve tornar-se um gestor, um pensador, um estrategista que conhece bem suas ferramentas. Giannotti e Santiago (1997) refletem sobre esse posicionamento do jornalista quando avaliam como a comunicação sindical deve se comportar. Para eles, o jornalista que resolver se dedicar à comunicação sindical deverá abrir mão dessa mítica imparcialidade e passar a pensar em assuntos mais amplos, sendo seu próprio editor. Lembram eles que o jornalista de um sindicato “não vai ter um editor para orientá-lo e ‘vai ter que se virar’ para tratar de temas tão diferentes como economia, política, cidade, internacional, previdência, trabalho escravo. Tudo no mesmo jornal” (GIANNOTTI e SANTIAGO, 1997, p.137). Eles reforçam, ainda, a importância de não se abrir mão da verdade mesmo tomando parte de um “lado da história”. Esse comportamento garantiria a credibilidade do veículo e do trabalho do jornalista.

Nesse espectro, além da nova missão que se desenha para os jornalistas, há a habilitação que se desenvolveu com a responsabilidade de organizar os diversos públicos atingidos pelas organizações e, a partir de estratégias e ferramentas específicas de comunicação, alcançar resultados efetivos de satisfação e diminuição de conflitos em torno de marcas e instituições. Originalmente, o *Relações Públicas* nasce a partir de um foco funcionalista, o de buscar a harmonia social para que os objetivos capitalistas possam ser atingidos com maior efetividade por parte das empresas do mercado (PERUZZO, 1982). Sua missão é estabelecida pela lógica do uso dessas estratégias de comunicação, a fim de criar vínculos de fidelidade e aceitação aos produtos e serviços ofertados pelas empresas, tanto estatais quanto privadas.

Alguns pesquisadores<sup>130</sup> no Brasil vêm estudando um papel diferenciado para esse profissional de *Relações Públicas*, trabalhando com o conceito de *Relações Públicas Comunitárias*. A partir do uso das estratégias de comunicação e do seu

---

<sup>129</sup> Dizemos mítica imparcialidade porque em nossa visão ela não existe. É impossível construir um texto jornalístico imparcial mesmo utilizando-se da pirâmide invertida porque a simples seleção de informações a figurar no texto, a edição (omissão e manutenção) de informações denotam algum tipo de tendência.

<sup>130</sup> Entre eles, Cíclia Peruzzo (1982, 2007), Margarida Kunsch (2005, 2007), Waldemar Kunsch (2007), Regina Escudero Cesar (2007).

conhecimento, ele se tornaria agente de mudanças efetivas do ponto de vista dos conflitos sociais, não buscando mais colocar “panos quentes” nos processos em discussão, mas proporcionando espaço e técnica para que todos os públicos possam ter voz e vez. Essa visão é chamada por autores, como Mattos (2002, p.165), de humanista radical, em contrapartida ao modo funcionalista como a profissão foi criada. A profissão de *Relações Públicas* à serviço da comunicação institucional de organizações do terceiro setor e movimentos sociais têm mostrado bons resultados do ponto de vista da participação (KUNSCH E KUNSCH, 2007). Mas é importante não entender essa nova comunicação como uma adaptação da organizacional funcionalista a ser aplicada nas ONGs sociais. Cesar (2007) confirma que a responsabilidade por essa mudança está focada na atuação do profissional quando entende que se trata e uma nova postura metodológica. Ela começa por não se ater a movimentos sociais periféricos mas sim se espalhar em outros espaços, como empresas que realmente querem dar resposta ao conflito, ou ONGs que trabalham com melhorias sociais para excluídos ou minorias ou ainda as empresas que realmente estão preocupadas com a responsabilidade social. Para Cesar (2007, p. 83) essas são práticas e lugares que invertem um sistema e chamam o profissional de RP para fazer parte desse novo processo.

Cabe ressaltar que essa mudança na atuação do comunicador inclui recriar um *modus operandi*, a partir das especificidades do ambiente digital que traz inúmeras opções de expressão, mas onde muitas podem se configurar somente como “cópias” das que são utilizadas pelo mercado. Assim, o propósito desse comunicador traduz-se por assimilar, com velocidade compatível, todas as possibilidades desse ambiente (já que é novo) pensando em lógicas próprias de produção e disseminação da informação por esses meios.

Barros assinala, ainda, a necessária transformação do *Relações Públicas* de profissional das organizações para uma postura mais ampla de suas funções, isto é, ser efetivamente mediador que pode atuar como editor social ou produtor social na comunidade. “Para tanto, basta considerarmos que o profissional de relações públicas é, antes de tudo, um mediador político, econômico, cultural ou comunitário, com ênfase nos dois últimos aspectos” (BARROS, 2007, p.133).

Essa mediação atualmente é feita em grande parte no ambiente digital, que nem sempre é acessível a todos os públicos tanto no âmbito de equipamentos quanto de conhecimento e competências tecnológicas para tal. Por essa razão, os desafios desse comunicador e as competências exigidas acabam por torná-lo também um

educador ou mesmo um educador para as mídias quando este propicia a outros públicos o acesso e conhecimento específico para que se expressem nesse novo ambiente. Margarida Kunsch (2007, p. 172) vai mais longe e ainda sugere que este profissional deve estar ciente da sua responsabilidade de interagir com as questões da comunidade ou organização a que está servindo mergulhando, assim, em tudo que perpassa a comunidade. Para ela, o ideal seria este profissional fazer parte do próprio grupo, comunidade ou organização, ter se originado nela, o que nos leva a uma noção que pode caber aqui e que trataremos adiante, que é o do comunicador popular, aquele que provém da comunidade. O profissional deixa de ser um mero consultor ou transmissor de saberes vindos da universidade e se torna um articulador e incentivador. Ela propõe, também, que seria melhor ainda se esse comunicador fosse parte da comunidade, um “agente orgânico”, surgido ali. Nesse novo ambiente de atuação, é comum a inserção de profissionais do *Jornalismo* e das *Relações Públicas* para ocupar essa função de estrategista em comunicação.

Habilitados em publicidade há um tempo eram mais raros, mas já há trabalhos e investigações que estão sendo desenvolvidos na construção do conceito de *Publicidade Social*, que se contrapõe à lógica sobre a qual a publicidade foi tradicionalmente construída, a do estímulo do mercado de consumo.

O conceito nasce da comunicação comunitária, enfatizando a atividade publicitária<sup>131</sup> e está em discussões embrionárias, mas há um grupo<sup>132</sup> de professores da Universidade Federal Fluminense - RJ que tem refletido sobre essa atuação do publicitário em instâncias comunitárias e sociais. Seria, então, a publicidade feita pela comunidade ou ainda as ferramentas da publicidade utilizadas com propósitos de estímulo à geração de renda local.

Assim, a estrutura comunitária teria o propósito de resgate da cidadania com contornos políticos na esfera de Unidade de Gerência e Pressão, onde pensar em Comunidade significa pensar o coletivo politicamente e lutar, de forma organizada, por melhorias concretas para o lugar em questão. E é nessa esfera que alguns moradores têm investido na prática da produção da Comunicação Comunitária, mais especificamente, nas etapas de criação, produção e veiculação da Publicidade Comunitária a fim de movimentar e aquecer a economia local com a autonomia de produção (SALDANHA, 2012, s/p.).

---

<sup>131</sup>Ver, neste sentido, SALDANHA (2012).

<sup>132</sup>Entre eles Adilson Cabral, Suellen Aguiar e Patrícia Saldanha.



Assim, podemos imaginar que o desenvolvimento do conceito de *Publicidade Comunitária e Social* e a preparação de alunos dessa habilitação para se sensibilizarem para a área social possibilitaria um maior número de publicitários também inseridos em organizações da sociedade civil e movimentos sociais<sup>133</sup>.

Cabe aqui ressaltar que essa atenção às habilitações dos profissionais formados em comunicação nos serve para poder entender muitas das práticas que podem ser específicas de cada habilitação para a ação comunicativa nos movimentos sociais ou organizações da sociedade civil mas, no cômputo de resultados comunicacionais, muitas vezes essas estratégias e ações serão analisadas de maneira coletiva como pertencentes à área da comunicação, já que nosso intento não foi buscar uma habilitação específica.

Outro ator que merece atenção nesse trabalho de investigação é o *comunicador popular*. Esse que é forjado nas práticas, nos cursos e capacitações de comunicação popular, nas rádios comunitárias, TVs de rua entre outros, que não possui conhecimento formal das técnicas hegemônicas; é o que faz e, principalmente, participa ativamente da construção de comunicação do movimento social. Peruzzo (1998, p.124 a 128)<sup>134</sup> estabelece que a comunicação popular possui traços comuns vistos no movimento que caracterizam esse conceito. Entre eles está a expressão de um contexto de luta, um conteúdo crítico-emancipador, espaço de expressão democrática, o povo como protagonista (logo esse comunicador que aqui estamos estudando deve, obrigatoriamente ser parte integrante da comunidade ou do conflito pelo qual o movimento se estabelece) e instrumento das classes subalternas.

Mota (1987, p.42) concorda que “a certas formas alternativas de comunicação se convencionou chamar de comunicação popular, uma comunicação feita pelo povo para o povo”. Isso pode significar que esse produtor/fazedor de comunicação a que vamos chamar de *comunicador popular* pode ser o produtor e o público dessa estratégia de comunicação de maneira simultânea. Como propõe Peruzzo (1998, p.42), essa participação na comunicação comunitária pode ser realizada de diversas formas: um simples envolvimento ocasional das pessoas nas mensagens produzidas, como entrevistas e avisos; numa segunda instância compartilhar a produção do veículo

---

<sup>133</sup> Há que se levar em conta que muitas agências de publicidades cedem seus profissionais para a criação e implementação de campanhas publicitárias para ONGs ou comunidades. Preferimos ver essa ação como filantropia porque está desconectada de processo efetivos de mudança social ou de empoderamento comunicativo de comunidades.

<sup>134</sup> Importante destacar que a corrente do “popular” que aqui se estuda não tem referência a comunicação popular- folclórica ou massiva e sim a popular alternativa, que muitas vezes é confundida com comunicação alternativa por se opor à comunicação realizada pelos meios de comunicação massivos.

comunitário; um terceiro tipo de envolvimento seria ajudar na definição de pautas e edição dos conteúdos e, por fim, fazer parte do processo de gestão da instituição de comunicação como um todo.

Assim, as práticas desse comunicador popular estarão mais relacionadas à sua trajetória em determinado(s) grupo(s) social(is) do que à sua preparação técnica. O comunicador popular tem como característica fundamental ser parte do conflito e do movimento, num viés que suplante, inclusive, o conceito de militante. Ele é militante, mas, mais que isso, é vítima e parte integrante do conflito originário do movimento social e público dessa mesma comunicação que produz. Como exemplo prático podemos citar um menino do Movimento Sem-Terra do Paraná, que fazia pequenos vídeos em todos os eventos que participa. Certa vez ele entrevistou o governador da ocasião, Roberto Requião, em relação a questões referentes aos transgênicos. Segundo Alison<sup>135</sup>, um dos nossos entrevistados nessa pesquisa, ele teve mais presença de oportunidade do que os próprios comunicadores contratados pelo MST.

Vale ressaltar que é possível que cada uma das modalidades de formação, tanto as três habilitações específicas da área da comunicação, quanto outros cursos que possuem correlação com a comunicação, como *Rádio e TV* e *Marketing* e, ainda, a formação popular desse comunicador implica diferenças de *habitus*<sup>136</sup> e, por consequência, de atuação.

Um outro viés precisa também ser adicionado a essa discussão em relação à formação dos comunicadores que, mesmo não sendo o foco dessa pesquisa, influencia tanto a demanda de trabalhos em áreas diferentes das tradicionalmente “ensinadas” na universidade quanto o *habitus* desenvolvido e construído pelos comunicadores no seu fazer dentro dos movimentos sociais. Faxina (2012) aponta os conteúdos e o conhecimento técnico ofertado por boa parte das universidades brasileiras como determinante para a formação desse comunicador jornalista. O autor faz uma inter-relação do mercado e das suas necessidades com as teorias do jornalismo ensinadas e, trazendo Mattellart (2004), expõe que “nas democracias liberais, as práticas sociais da comunicação tenderam a se confundir com as práticas profissionais”. Dessa maneira, discorre Faxina, os critérios definidos por teorias do jornalismo ou no âmbito do

---

<sup>135</sup>Relato feito à autora de maneira informal pelo comunicador Alison, do *Cefuria*, por ocasião da primeira entrevista exploratória realizada para este trabalho, em junho de 2010.

<sup>136</sup> Este conceito será explicitado e problematizado mais a frente.

exercício profissional passaram a ser portadores dos sentidos em si do ato comunicativo no campo jornalístico. “Asserções ao ofício do jornalismo como a estrutura da notícia, fórmulas narrativas e fatores de importância, interesse e critérios do que vale ser noticiável foram sendo compendiados e passaram a compor os manuais de redação ou mesmo foram se tornando práticas incontestáveis do fazer jornalismo” (2012, p. 50).

O que a gente pode determinar tendo como exemplo o Jornalismo e trazendo também os outros cursos/profissões é que um compêndio de regras, padrões, fórmulas acaba carregando o significado de se estar fazendo comunicação, configurando esse *habitus*. Talvez por essa cultura da necessidade da “profissionalização”, muitas vezes reforçada pela universidade, a demanda por formados em comunicação tenha aumentado nos movimentos sociais. Mas a área da comunicação é imbricada e envolvida pelo contexto e pela cultura e nem sempre técnicas aprendidas na universidade podem dar conta das necessidades comunicacionais específicas dos movimentos sociais. Do ponto de vista dos ambientes de formação, o fato é que os currículos ofertados pelas universidades brasileiras são norteados e devem seguir as diretrizes curriculares definidas pelo Ministério da Educação e Cultura – MEC. Por sua vez, essas diretrizes são resultado e reflexo de uma cultura construída e de discussão entre os órgãos tanto da profissão quanto dos meios de comunicação, empresas empregadoras desses profissionais. O que se vê, por exemplo, na discussão que permeou as novas Diretrizes Curriculares de Jornalismo foi essa possível direção, num primeiro momento, em satisfazer o mercado de corporações de comunicação, isto é, o segundo setor, o Mercado<sup>137</sup>. Mesmo assim, é possível vermos esforços de determinados cursos<sup>138</sup> em não só dirigir o currículo para uma visão mais crítica mas também para a função social do Jornalista de construir conhecimentos, mesmo sendo poucos, ainda, esses exemplos. Outra dimensão desse debate vem dos próprios

<sup>137</sup>Essas Diretrizes foram homologadas e publicadas em Diário Oficial em setembro de 2013, após 4 anos de discussões entre os organismos de classe e comissões do MEC. As principais mudanças apontadas foram a obrigatoriedade do estágio e a separação do jornalismo como parte integrante da área de conhecimento Comunicação Social formando uma área específica do conhecimento e profissionalização. Em dois anos (até 2015), período que as universidades possuem para se adequar, o curso deverá se desvincular de um núcleo comum de comunicação social que, em muitos casos, partilhava com Publicidade ou Relações Públicas para tornar-se Jornalismo, somente. Ver em: [http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fportal.mec.gov.br%2Findex.php%3Foption%3Dcom\\_docman%26task%3Ddoc\\_download%26gid%3D14242%26Itemid%3D&ei=DV\\_qUuKLOrLOsATwh4DIDg&usq=AFQjCNF8q2MaF8bUYoZ57\\_plzKTuQgd2JQ&sig2=ep1uKmNoJUQsME6SjEHLZg&bvm=bv.60444564,d.cWc](http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fportal.mec.gov.br%2Findex.php%3Foption%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D14242%26Itemid%3D&ei=DV_qUuKLOrLOsATwh4DIDg&usq=AFQjCNF8q2MaF8bUYoZ57_plzKTuQgd2JQ&sig2=ep1uKmNoJUQsME6SjEHLZg&bvm=bv.60444564,d.cWc)

Nessa tendência vemos também a abertura e aprovação de dois mestrados em Jornalismo: na Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC e na Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG.

<sup>138</sup> A UEL possui uma disciplina voltada para a comunicação comunitária. É a única do Paraná. [http://www.uel.br/prograd/catalogo-cursos/catalogo\\_2013/ementas/com\\_social\\_jornalismo.pdf](http://www.uel.br/prograd/catalogo-cursos/catalogo_2013/ementas/com_social_jornalismo.pdf)

movimentos sociais que precisam construir, na prática diária, o conceito de como deve ser a comunicação dessas e nessas organizações. Assim, o que se coloca é, por um lado uma formação tecnicista pelas universidades<sup>139</sup>, a fim de atender aos anseios de um mercado de meios de comunicação e, por outro lado, um “por fazer” da comunicação adequada às organizações sociais. Em nossa visão, as organizações caminham entre a tecnicidade que é estabelecida pelos grandes meios – e é por essa razão que o consumo midiático precisa ser analisado aqui – e a total negação de qualquer “técnica” colocada a exemplo do mercado. Há muitas iniciativas que estão trabalhando com construções locais desse saber comunicacional, em comunidades, em meios comunitários<sup>140</sup>. E as universidades tem se aproximado desse saber tímida e lentamente, mais por meio de grupos de pesquisa e eventos e menos pela construção do currículo.

Uma posição de Mattelart muito bem trazida por Faxina em seu trabalho explica um pouco do que pode estar acontecendo em muitos movimentos sociais e que precisa ser refletido. Talvez seja interessante não se ir nem tanto ao céu, nem tanto à terra. Mattelart (2004) apresenta os dois lados a que os movimentos e organizações estão expostos e explica porque muitas vezes opta-se também por uma formação tecnicista.

De um lado, há a sacralização de uma certa ideia de profissionalização veiculada por uma ideologia corporativa, segundo a qual a profissão disporia de um conjunto de *savoir-faire* intangíveis de escritas codificadas de uma vez por todas e, portanto, pouco suscetíveis de ser questionadas. Essa sacralização é, aliás, muito coerente com o reforço das posições de poder dos profissionais da comunicação. De outro lado, há a pesada herança de uma cultura da comunicação militante que se preocupou sobretudo em conceder a palavra às pessoas comuns, fazendo da falta de profissionalidade a própria garantia de uma palavra liberada. Diante da extensão da crise daquilo que se tornou a prática da comunicação militante, o discurso fechado para público cativo, muitos são tentados a se remeter, sem a menor distância crítica, ao corpo existente das técnicas midiáticas, quando não às lógicas do marketing (MATTELART apud FAXINA, 2012, p. 51).

Faxina ressalta que o desafio que se apresenta ao Jornalismo na atualidade é *como* ele constrói conhecimento, ou seja, é sobre sua função social. Eu expandiria essa

---

<sup>139</sup> E essa característica não é específica do Brasil. Os comunicadores, como Maca e Juanjo relatam que a universidade pouco contribuiu para a formação deles no que concerne à sua prática atual e à sua visão do que é comunicação. Juanjo passou boa parte do curso assistindo a filmes na biblioteca e Maca atestou que a teoria hipodérmica da comunicação (emissor, meio, mensagem, receptor) foi repetida à exaustão em diversas disciplinas.

<sup>140</sup> O IX Encontro de Comunicação Comunitária e Local, que aconteceu em São Bernardo do Campo, em 18 de Junho de 2013 mostrou algumas dessas iniciativas. Ver em: <http://comuni.org.br/ix-encontro-de-comunicacao-comunitaria-e-cidadania/>

reflexão para desafiar também outros comunicadores, como os Publicitários e Relações Públicas a pensar, dentro do seu exercício nas organizações sociais, a comunicação como parte do processo social de busca por uma sociedade mais justa, com a cidadania efetivamente em exercício. Experimentar novas lógicas, e não só as que são estabelecidas pelas universidades na satisfação de um “mercado” a quem não interessa novos rumos sociais, é parte do desafio em construir num *habitus* por esses comunicadores inseridos em movimentos sociais.

### 4.2.3 Militância

A *militância* no movimento social é outro conceito que deve ser trabalhado para se entender as práticas desses comunicadores. Bassfeld (2009, p.145) afirma que se torna praticamente impossível atuar no terceiro setor sem “concordar” com a linha de atuação do movimento em que está inserido. Para ela, não é fácil imaginar “um jornalista do terceiro setor, habituado a cobrir atividades de uma associação de síndicos de um bairro rico, envolvido em um assentamento do MST, tendo de cobrir uma marcha ao longo de quilômetros de estrada”. Assim como o contrário também é impensável para a autora. Para ela, quem escolhe trabalhar nesse setor não pode sofrer crises existenciais por falta de liberdade de expressão em seu cotidiano. O fazer comunicativo no movimento impõe uma lógica em que o comprometimento com as causas – porque ele advém de um conflito central (Touraine, 1998) – é determinante para o exercício de uma comunicação libertária e coerente em meios e conteúdos utilizados.

Na mesma linha, Gianotti e Santiago (1997) argumentam que o jornalista sindical é um profissional que optou por colocar o seu trabalho a serviço de uma classe e acabou abrindo mão do mito da neutralidade quando fez isso, como já falamos. Assim, esse profissional não é neutro porque seu trabalho é defender os interesses de uma classe social.

É óbvio que não dá para um jornalista que atua numa Central como a CUT ser filiado a um partido conservador, inimigo de classe declarado dos trabalhadores. Nem a um partido que tenta disfarçar sua política neoliberal, mas se confronta diariamente com os interesses do trabalhador. (GIANOTTI, SANTIAGO, 1997, p. 134)

Os autores ainda aconselham que um sindicato pode exigir desse comunicador que não seja machista, racista ou que pense que greve é coisa de baderneiro nessa “contratação” (1997, p.135). Nessa declaração, expõe-se que a militância pressupõe uma coerência ideológica com a luta levantada pelo movimento e que essa é expressa nas produções comunicativas ou dificilmente poderá ser encoberta nelas.

Militante, dessa forma, é o comunicador que se insere no movimento e que acredita na efetividade e na razão de suas lutas. Com a recente busca pela profissionalização dessa área nas organizações e movimentos sociais, a questão que se tem discutido na contratação desse comunicador é: queremos que ele entenda de técnica e de como se relacionar com profissionais da mídia de massa e publicitários ou queremos que ele seja o que sempre militou pelo movimento e tem pouca ou nenhuma técnica ou conhecimento em estratégias de comunicação? É o que Domingos (2008) tenta esclarecer:

Outro desafio importante da profissionalização da comunicação em organizações sociais é o recrutamento e a capacitação do(s) profissionais da área. É sempre difícil encontrar o equilíbrio ideal entre dimensão técnico-profissional e a dimensão político-militante na composição da equipe de comunicação. Isso se torna mais desafiador porque não é comum encontrar pessoas que reúnam satisfatoriamente qualificação técnica com visão política na área de comunicação. (DOMINGOS, 2008 p. 58).

Parece-nos óbvio que possuir um profissional que detenha formação em técnicas de comunicação e que compactue das crenças e ideologias do movimento seja o ideal. Mas é possível, também, visualizar que o profissional seja conduzido a crer no que está defendendo e o militante busque formação técnica com cursos e uma graduação na área.

Mas mesmo sendo a questão da militância no fazer comunicacional dos movimentos sociais algo determinante para muitos autores – e para movimentos e profissionais – é possível que nos deparemos com comunicadores que simplesmente vejam seu fazer como um uso técnico de suas competências, isto é, que sejam contratados pela organização ou movimento social para desempenhar funções voltadas para a produção de texto, vídeos ou mesmo relatos e que não tenham vínculo ideológico com a organização. Não se trata de possuir ideologias opostas – o que ao nosso ver seria no mínimo contraditório – mas sim ideologias similares mas que não compactuem de maneira militante com o que o Movimento Social defende. Esse posicionamento, em nossa visão, advém muito mais da maneira como cada indivíduo vê a sua profissão e o

seu trabalho do que especificamente desempenha na comunicação dentro dos Movimentos Sociais.

Nesse viés, Claudio Abramo (2002) explica nosso posicionamento com a ética do jornalista. Para ele, a ética do jornalista Abramo é a mesma ética do marceneiro Abramo<sup>141</sup>. Você não possui uma ética diferente porque tem outra profissão. A ética do jornalista deve ser a mesma ética do cidadão. Dessa forma, escolher ser militante ou tratar como um trabalho técnico sua incursão no Movimento Social depende da maneira como o próprio profissional vê o desempenhar de sua profissão. Há os que precisam militar de maneira voluntária, separando a militância do trabalho propriamente dito. Há os que trabalham naquilo que acreditam e, assim, acabam militando em seu trabalho diário. Veremos essas diferenças de posicionamento nas entrevistas que fizemos. Ali, tantos os comunicadores de Curitiba quanto os de Sevilha entrevistados mostraram de que forma veem seu trabalho e sua militância.

#### **4.2.4 Mediação, *habitus* e competências comunicativas**

Esse comunicador social inserido nos movimentos sociais é, também, convocado para trabalhar a comunicação do movimento como um mediador social, no qual serve como ponte entre essas novas organizações que se profissionalizam e as outras instâncias sociais, como outras instituições, órgãos governamentais, públicos atendidos, sociedade, entre outros. Soares (1995, p. 107) assume que mesmo que para boa parte dos pesquisadores sociais o comunicador seja um mediador, a consciência desse papel por parte dos profissionais apareceu mesmo com o advento das ONGs e suas “bem-sucedidas”<sup>142</sup> intervenções na sociedade como ações voltadas para o meio ambiente e a responsabilidade social das empresas. Deixando de lado a atuação das ONGs per se, essa profissionalização trazida pelas mesmas nas atuações e as necessidades de registros e relatórios para comprovar com financiadores a aplicação dos recursos, podem, sim, ter

---

<sup>141</sup> “Onde entra a ética? O que o jornalista não deve fazer que o cidadão comum não deva fazer? O cidadão não pode trair a palavra dada, não pode abusar da confiança do outro, não pode mentir. No jornalismo, o limite entre o profissional como cidadão e como trabalhador é o mesmo que existe em qualquer outra profissão. É preciso ter opinião para poder fazer opções e olhar o mundo da maneira que escolhemos. Se nos exirmos disso, perdemos o senso crítico para julgar qualquer outra coisa. O jornalista não tem ética própria. Isso é um mito. A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão é ruim para o jornalista” (2002, p. 109).

<sup>142</sup> O autor é um dos impulsionadores dos estudos voltados para a educomunicação no Brasil e acredita em um papel positivo das ONGs na sociedade brasileira, mas não diríamos que as intervenções foram todas bem sucedidas do ponto de vista de consciência crítica sobre o exercício da cidadania em boa parte delas. Vejamos o subcapítulo destinado à conceitualização dos Movimentos Sociais.

deslanchado a busca por profissionais de comunicação para participarem diretamente de projetos das mais diversas temáticas. Como era necessária a comprovação do pagamento desses profissionais, essa busca também se tornou mais institucionalizada e profissional. Assim, esse comunicador se torna um mediador entre a ONG, mecanismos de financiamento, imprensa, opinião pública e público-alvo da ação.

Mas não nos esqueçamos que esses comunicadores populares e inseridos nas comunidades, criadores de estratégias alternativas, também já eram mediadores informais de movimentos e mobilizações. E ali o que determinava a ação era a solidariedade com a comunidade em que estavam (estão) inseridos.

A solidariedade vista pela comunicação, para Martín-Barbero (2003), acaba desembocando na construção de uma ética da comunicação, que articula a universalidade humana dos direitos que todos possuem a particularidades nos modos de expressão e percepção. Essa mediação realizada por esse comunicador inserido nesse campo – dos movimentos sociais – significa, na proposição desse autor, com a qual compartilhamos, que o comunicador colocará em comum os sentidos da vida e da sociedade. Isto é, “tudo implica em uma ‘ética do discurso’ que torne possível a valorização das diferentes ‘falas’, das diversas competências comunicativas, sem cair no populismo e no paternalismo de ‘tudo vale se vem de baixo’” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.69). Para ele, o comunicador necessita “mudar” seu papel quando quer propor um outro modelo de comunicação, que deve ser baseado nas competências comunicativas das comunidades que seriam as receptoras do processo.

O comunicador deixa, portanto de figurar como intermediário – aquele que se instala na divisão social e, em vez de trabalhar para abolir as barreiras que reforçam a exclusão, defende o seu ofício: uma comunicação na qual os emissores-criadores continuem sendo uma pequena elite e as maiorias continuem sendo como meros receptores e espectadores resignados – para assumir o papel de mediador: aquele que torna explícita a relação entre diferença cultural e desigualdade social, entre diferença e ocasião de domínio e a partir daí trabalha para fazer possível uma comunicação que diminua o espaço das exclusões ao aumentar mais o número de emissores e criadores do que o dos meros consumidores. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.69)

Numa discussão sobre o entrelaçamento dos conceitos de cultura e comunicação, Martín-Barbero entende que as próprias comunidades possuem uma competência comunicativa própria e que esse comunicador não deve comportar-se como o detentor de um conhecimento exclusivo, mas sim, como alguém que consegue identificar as



competências comunicativas da própria comunidade e as coloca a serviço, dando prioridade ao “trabalho de ativação, nas pessoas e nos grupos, de sua capacidade de narrar/construir sua identidade” (2003, p. 69).

Para aproximar-se do conceito de competências comunicativas em reflexão realizada na produção televisiva, Martín-Barbero (2003b), aponta que as competências comunicativas desse profissional social seriam alcançadas a partir do reconhecimento pelos públicos aos quais esse comunicador se dirige. Nessa lógica, o novo comunicador social, inserido nos movimentos sociais e configurado como “mediador”, desenvolve suas competências comunicativas quando entende que a comunicação para a solidariedade pressupõe o direito à participação do outro enquanto fazedor e propositos de temas e de pautas a serem discutidas e o direito à expressão, nos mais diversos meios, tanto de massa quanto comunitários, alternativos e outros. Assim, o outro, que pode ser o público integrante do movimento, o público-fim dessas demandas ou mesmo os outros comunicadores de meios de massa ou alternativos, é passível de deter competências comunicativas que reconfigurem esse campo e as produções nele realizadas.

Aqui se estabelece talvez um pensamento ideal muito próximo do que Kaplún<sup>143</sup> propunha com a técnica do cassete-foro. O comunicador do movimento é detentor de competências comunicativas quando este reconhece as próprias competências comunicativas de seu público e vice-versa. Como público é possível apontar o próprio movimento em si e outros integrantes. Aqui pode-se ver uma proposta de comunicação que foge dos processos estabelecidos em que “aquele que entende” é o que faz e ponto final. Ou ainda como reserva de mercado dos que têm determinados conhecimentos. Visto desse ponto, os movimentos que mais trabalham com a participação efetiva de todos na comunicação são os que estão inaugurando uma nova lógica comunicacional onde as competências comunicativas devem ser reconhecidas tanto do ponto de vista da produção quanto da recepção. Em específico nessa pesquisa, é possível entender que as competências técnicas voltadas para o ambiente digital acabam inserindo-se também nessa reflexão. Predominantemente democrático, o ambiente digital é espaço de produtores e receptores sem a chancela de um diploma. Nesse espaço, a competência comunicativa do comunicador inserido nos movimentos sociais é chancelada pelos

---

<sup>143</sup> Ver, *Educomídia, alavanca para a cidadania: o legado utópico de Mário Kaplún* / organização de José Marques de Melo et al. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/ Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

próprios públicos que ali também produzem e recebem. Essa troca e essa afirmação se dá num patamar de oportunidades potencialmente iguais já que, para se produzir informação ou divulgá-la no ambiente digital, não é necessário ter formação oficial e técnica. É o ambiente de todos, reconfigurado por esses todos, como coloca Castells (2003) e que é ressignificado por todos também. Nesse processo, o comunicador dos movimentos sociais deixa de ter algum tipo de *status* e passa a ser realmente o mediador, aquele que não está abrindo mão de um conhecimento técnico específico para desenvolver seu trabalho mas, por outro lado, suas competências comunicativas vão se construir a partir da percepção desse comunicador do seu próprio papel. E mais, da sua competência em perceber seu *habitus* e construir seus fazeres no ambiente digital entrelaçando a percepção dos seus públicos, o desenvolvimento das tecnologias e o acesso do seu público a elas e as demandas do próprio movimento, neste ambiente.

#### 4.2.5 Campo e *habitus*

O comunicador inserido nos movimentos sociais possui suas práticas constantemente atravessadas tanto pelo saber prático da sua formação profissional quanto pelos campos político, científico e social, que hoje agregam as práticas dos movimentos sociais. Importa-nos resgatar, aqui, o conceito construído por Bourdieu tanto de campo quanto de *habitus* dentro da pesquisa científica e no jornalismo para pensarmos o papel do *habitus* do comunicador inserido nos movimentos sociais na configuração da sua prática. Para Barros e Martino (2003, p.12), “campo e *habitus* na sociologia de Bourdieu integram um todo ontológico. Não existe um sem o outro. São indissociáveis”. Assim, o *habitus* de um ator social, que pode ser desse comunicador que estamos estudando, é estruturado a partir de posições sociais que fazem parte de um campo qualquer. Já esse campo é estruturado por essas posições sociais em contínuo movimento, definidas e redefinidas por tomadas de posição, a partir de um senso prático e observadas enquanto posições sociais. Dessa forma, tanto *habitus* quanto campo são reciprocamente estruturados e estruturantes (BARROS; MARTINO, 2003, p. 12).

Assim, Bourdieu entende que o que determina a nossa existência se revela mais pelas nossas maneiras de fazer do que naquilo que pensamos, dizemos e julgamos. Para ele o que se diz ou se pensa pode ter parcela de engano mas as práticas - inclusive as corporais – revelam as estruturas menos visíveis (BARROS; MARTINO, 2003, P. 29).

Ele compara os três tipos de conhecimento que temos do mundo: fenomenológico, objetivo e praxiológico para explicar como, pela prática, construímos um “encadeamento das ‘ações’ que são objetivamente organizadas como estratégias sem ser, de modo algum, o produto de uma verdadeira intenção estratégica” (BOURDIEU, 1983, p.61). Essa estruturação de um fazer cotidiano e que se internaliza no indivíduo independe de cálculos de probabilidades que a ciência realiza a partir do conhecimento objetivo. Assim, podemos dizer que o que é apreendido a partir do que está estabelecido primariamente - imaginemos que se está estabelecido a partir da formação universitária que o jornalista deva somente procurar notícias no dia a dia e divulgá-las – é conhecimento objetivo. O *habitus* reconstrói esse conhecimento a partir de determinadas práticas e fazeres que se agregam ao que deve ser realizado além de negá-las e propor um determinado enfrentamento para reinventá-las. Assim

*Habitus* são produtos de diferentes modos de engedramento, isto é, de condições de existência que, impondo definições diferentes do impossível, do possível, do provável ou do certo, fazem alguns sentirem como naturais ou razoáveis práticas ou aspirações que outros sentem como impensáveis ou escandalosas, e inversamente (BOURDIEU, 1983, p. 64).

De modo simplista, podemos dizer que jornalistas são formados para checar informações e divulgá-las, relações públicas para agregar harmonia nas instituições por meio da comunicação e publicitários, para vender produtos e serviços. Para Bourdieu (1983), a prática é tanto autônoma quanto necessária quando considerada em sua imediaticidade, porque ela é o produto da relação dialética entre um *habitus* e uma situação e torna possível tanto a realização de tarefas muito diferenciadas por meio da transferência de esquemas que acabam por resolver os problemas da mesma forma e também a correção contínua desses resultados obtidos.

“O *habitus*, como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um *haver*, um capital o *habitus*, a *hexis*, indica a disposição incorporada, quase postural” (BOURDIEU, 2011, p. 61). Assim, dentro da proposta de Bourdieu - sabendo-se do risco de uma construção simplista demais para a complexidade desse conceito - podemos dizer que o campo se conforma como o espaço social de relações objetivas, mas é a partir da “negação” e adaptação contínua destas que o *habitus* se constrói e acaba se tornando uma “mediação universalizante” explicando algumas práticas que se mostram sem razão aparente como “sensatas”, ponderadas (1983, p. 73).

Em “A influência do Jornalismo”(1997), Bourdieu afirma que os mecanismos do campo do jornalismo influenciam de maneira constante num primeiro momento os jornalistas e, em seguida, por meio deles, os outros campos, como o cultural, o jurídico, o literário, etc.

Trata-se, então, de examinar como a restrição estrutural exercida por esse campo, ele mesmo dominado pelas pressões do mercado, modifica mais ou menos profundamente as relações de força no interior dos diferentes campos, afetando o que aí se faz e o que aí se produz e exercendo efeitos muito semelhantes nesses universos fenomenologicamente muito diferentes. Ele ainda discute o grau de autonomia que um jornalista possui entre essas influências desses campos, mas principalmente o do jornalismo.

Quanto ao grau de autonomia, um jornalista particular, depende em primeiro lugar do grau de concentração da imprensa (que, reduzindo o número de empregadores potenciais, aumenta a insegurança do emprego); em seguida, da posição de seu jornal no espaço dos jornais, isto é, mais ou menos perto do pólo “intelectual” ou do pólo “comercial”; depois, de sua posição no jornal ou órgão de imprensa (efetivo, *freelancer* etc.), que determina as diferentes garantias estatutárias (ligadas sobretudo a notoriedade) de que ele dispõe e também seu salário (fator de menor vulnerabilidade às formas suaves de relações públicas e de menor dependência com relação aos trabalhos de sustento ou mercenários através dos quais se exerce a influência dos patrocinadores); e, enfim, de sua capacidade de produção autônoma da informação (sendo certos jornalistas, como os vulgarizadores científicos ou os jornalistas econômicos, particularmente dependentes) (BOURDIEU, 1997, p. 103).

O autor ressalta essa influência que o próprio campo imprime nos jornalistas que dele fazem parte com a intenção de deixar às claras as forças que se inter-relacionam no processo de divulgar, de noticiar. Ele afirma que não quer encontrar culpados, mas “oferecer uma possibilidade de se libertar, pela tomada de consciência, da influência desses mecanismos e propor, talvez, o programa de uma ação combinada entre os artistas, os escritores, os cientistas e os jornalistas” (1997, p.117). Essa reflexão torna-se aqui especificamente útil para que possamos entender como o campo também influencia o *habitus* dos comunicadores que estão inseridos nos movimentos sociais e como essa relação dialética se dá, desse *habitus* construído nesse campo com a comunicação *social* (esse social se referindo à dimensão solidária de social).

As configurações diferenciadas de outros campos de influência nas habilitações que poderão trabalhar dentro dos movimentos sociais trazem um desafio diferenciado

para esse comunicador. Afinal, o *Jornalista* não estará em uma redação, logo este cenário (campo) de produção noticiosa não participará da conformação de seu *habitus*. O *Relações Públicas* não estará em uma organização privada ou mesmo estatal. O Publicitário não estará no ‘campo’ de mercado de produtos e serviços e/ou consumo. O cenário de atuação desses comunicadores será o movimento social e todo o contexto de lutas sociais com as relações desenvolvidas com outros movimentos irmãos. Além desse cenário do “movimento social”, que englobaria o movimento, suas demandas, seu contexto histórico e trajetória, teríamos para esse comunicador o cenário da “ambiência digital” que também, como campo, participaria da configuração de seu *habitus* e ação dentro dessa ambiência.

Dessa maneira, pode-se supor que o comunicador popular, aquele que descrevemos anteriormente como integrante da comunidade, do movimento, produtor e receptor, terá seu *habitus* conformado desde a sua origem também pela sua trajetória de relações com o(s) movimento(s). Enquanto outros profissionais formados precisarão (ou não) fazer uma adequação do *habitus* herdado da formação para o que se conforma no campo Movimento Social, o comunicador forjado no movimento já tem seu *habitus* configurado por ele, mas não carrega neste ‘campo’ as conformações que outros profissionais formados teriam trazido da universidade. Dessa forma, teoricamente, podemos entender que um comunicador graduado em algum dos cursos de comunicação teria distinções no seu *habitus* em relação àquele do comunicador popular a partir da sua origem formativa.

Conforme Barros e Martino (2003, p.11), o conceito de *habitus* decorrente da proposta de Bourdieu remete a “um conjunto de esquemas de classificação do mundo, interiorizados ao longo de uma trajetória social singular e gerador de comportamento sem cálculo”. Conforme o próprio autor,

*O habitus nada mais é do que essa lei imanente, lex insita, depositada em cada agente pela educação primeira, condição não somente da concertação das práticas, mas também das práticas de concertação, posto que as correções e os ajustamentos operados pelos próprios agentes supõem o domínio de um código comum e que sem os empreendimentos de mobilização coletiva não podem ter sucesso sem um mínimo de concordância entre os habitus dos agentes mobilizadores(...) e as disposições daqueles cujas aspirações eles se esforçam em exprimir (BOURDIEU, 1983, p. 71).*

Dessa maneira, será útil também entender como as configurações do comportamento e *práxis* do comunicador social (e popular quando assim convier), se estabelecem na sua prática comunicacional dentro do movimento social - influenciado por esse campo específico das organizações sociais e pelas lógicas de sua trajetória individual, configuradoras do seu *habitus*. Pensamos que os *habitus* dos comunicadores que nos interessam investigar foram configurados e reconfigurados continuamente na sua trajetória de formação (que inclui a formação universitária, informal e nos movimentos).

O que importa é estabelecer aqui que esse comunicador possui, dentro desse *campo*, um desafio determinado de produção que exigiria a configuração de um *habitus* específico e esse *habitus* foi configurado na sua trajetória e vai se reconstruindo, também, no fazer e nas relações realizadas com outros agentes, o que, em nosso trabalho, seriam os outros integrantes dos movimentos sociais e os públicos atingidos pelas práticas de comunicação desenvolvidas por esse profissional.

Esses novos desafios devem ser vistos como prática contínua na qual o comunicador se transforma em mediador social, unindo públicos por meio das ferramentas a que tem acesso e trilhando um caminho de intervenção em que seu *habitus* possa situá-lo como gestor do processo de democratização dessas práticas comunicacionais, abrindo o acesso para que outros atores possam fazer parte e se utilizar desse ferramental para a promoção social.

O *habitus* desse comunicador também pode determinar um desafio ao campo que se coloca como a estrutura do mesmo: a alteração nas lógicas de se ver o processo de comunicação dentro dos movimentos sociais. O efeito pode se dar a partir desse desafiador/novo *habitus* que estrutura o campo (movimentos sociais e suas especificidades) e o campo estrutura e configura o *habitus* desse comunicador.

Por fim, parafraseando Bourdieu (1993) quando tratou do ofício de sociólogo, o *habitus* é a interiorização dos princípios da teoria do conhecimento sociológico. Isto é, *habitus* seria, no comunicador, o fazer e refazer, reconfigurar e colocar em prática a comunicação diária e apreendida.

A princípio, o que podemos entender é que o conceito de *habitus* proposto por Bourdieu refere-se à incorporação de esquemas que orientam as práticas numa perspectiva de reprodução das estruturas sociais e que tem certa estabilidade. Mas, na acepção de um *habitus* dinâmico que se reconfigura nas relações com as instituições e campos que o atravessam e o conformam, é possível pensar em uma “edição” contínua,

uma reconstrução, reconfiguração que pode partir das vivências e ações do próprio comunicador. É possível que esse comunicador torne-se consciente do seu papel social, o de mediador que já falamos, ou ainda vá além do que foi formatado pela universidade ou pelos meios de comunicação do mercado, ou pela sociedade em relação aos postos regulares de trabalho em que esses comunicadores devem se inserir. Quando, e se, esses comunicadores têm possibilidades de questionar esses *habitus*, realizar rupturas e o reconfigurar, podem haver inovações nas formas de se ver e de se fazer a comunicação, principalmente, dentro dos movimentos sociais.

Talvez o conceito de *habitus* assim entendido, então, explique porque esses comunicadores podem exercer papéis que, de alguma forma, “escandalizam” suas formações primárias e vão além do que está objetivamente estabelecido para se comprometerem com uma bandeira e com práticas comunicacionais diferenciadas. Esse novo saber é conquistado pelo fazer e se agrega ao escopo do que objetivamente um comunicador deve realizar na comunicação de movimentos sociais.

#### **4.2.6 O fazer do comunicador por Certeau**

Outro autor que investigou os fazeres, as práticas, e desta vez, das pessoas ordinárias foi Michel de Certeau. Para nós é válido trazê-lo para compor as perspectivas teóricas que nos iluminam nesta pesquisa primeiro porque ele e sua equipe desenvolveram uma profunda investigação dos diversos “fazeres” da sociedade - incluindo aí a maneira como a língua é tratada na escrita e na leitura, os fazeres relacionados à cultura popular, às crenças políticas, à maneira de tratar a morte -, a partir daquilo que era ordinário, comum. Segundo porque escrutinou diversos outros autores<sup>144</sup>, tanto da sociologia quanto da antropologia e da linguística (ele era historiador) para, construir sua forma de entender os fazeres cotidianos. Entre esses autores, tratou de estudar o *habitus* de Bourdieu com o qual o confrontamos aqui por entender que ambos podem contribuir para nossa pesquisa sobre os sentidos das práticas no ambiente digital que os comunicadores dos movimentos sociais realizam.

Certeau não acreditava em uma ordem dogmática infligida pelas autoridades, preferia dar atenção ao comportamento dos inconformistas, mesmo os silenciados, mas que modificam a verdade imposta, resistem, de maneira prática, no dia a dia (2013,

---

<sup>144</sup> Foucault, Kant, Freud, Dettiene, Peirce, Merleau-Ponty, Wittgenstein, entre muitos outros.

p.18). Na cultura ordinária, “a ordem é exercida por uma arte”, onde há uma resistência moral a partir de invenções técnicas dentro de trocas sociais. Para ele, as pessoas, no nível do consumo, acabam por reinventar esses usos, de maneira cotidiana e quase invisível. Foi a análise desse “quase invisível” que o impulsionou sendo realizada em três níveis teóricos sempre testados: as modalidades da ação, as formalidades das práticas e os tipos de operações especificados pelas maneira de fazer. E essa busca pelo fazer ordinário incluía toda sorte de atividades:

Militantes da periferia mobilizando-se contra grandes operações urbanísticas, decididas por um poder tecnocrático, educadores no meio carcerário ou nas periferias deserdadas, associações de auxílio aos imigrantes, arquitetos responsáveis pela edificação das cidades novas em regiões parisienses, moças tentando aprender a administrar a própria saúde, minorias defendendo uma tradição e uma língua regionais contra um Estado centralista e unificador, etc. (CERTEAU, 2013, p. 27).

Para ele, o cotidiano se inventa com mil maneiras, de caça não autorizada, e seu objetivo era entender as combinações operatórias que constróem uma cultura específica dos usuários, normalmente chamados de consumidores e que muitas vezes são considerados os dominados, o que não significa, para ele, dóceis ou passivos. Essa “produção” advinda dos consumidores possui, a princípio, três determinações. A primeira é que há uma produção acontecendo de maneira silenciosa pelos consumidores que nada tem de racional ou expansionista, mas sim é astuta e dispersa, que determina outras maneiras de empregar os produtos impostos por uma economia dominante<sup>145</sup> (2013, p. 39). Resta-se saber qual é essa produção. A segunda são os modos criativos do fazer cotidiano que desnudam os procedimentos populares, as maneiras de fazer, com as mil práticas pelas quais os usuários se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas da produção sociocultural. E em terceiro, a formalidade das práticas, a lógica que existe por trás desse fazer, ou seriam as “artes” de fazer, isto é “consumos combinatórios e utilitários”. Certeau entende que a marginalidade hoje não é mais de uma minoria, mas sim de massa, essa mesma massa que (re)produz uma cultura não assinada, mas simbolizada e que é a única possível para os que consomem produtos-espetáculos nessa economia produtivista. É uma maioria, heterogênea, silenciosa que reemprega os

---

<sup>145</sup> Aqui lembro de Castells, na Galáxia da Internet explicitando as origens da grande rede e de como seus usos acabaram sendo subvertidos de militares para grupos alternativos e comunitários. (2003, p.23)



produtos de um grupo social. Nesse processo há uma outra construção de modelos de cultura:

Como o direito (que é um modelo de cultura), a cultura articula conflitos e volta e meia legitima, desloca ou controla a razão do mais forte. Ela se desenvolve no elemento das tensões, e muitas vezes de violências, a quem fornece equilíbrios simbólicos, contatos de compatibilidade e compromissos mais ou menos temporários. As táticas do consumo, engenhosidades do fraco para tirar partido do forte, vão desembocar então em uma politização das práticas cotidianas (CERTEAU, 2013, p.44).

Uma reflexão que cabe aqui, a partir do posto por Certeau, é a ampla divulgação e adesão à mídia *Ninja* que gravou em vídeo as manifestações tanto no Rio de Janeiro quanto em São Paulo em junho de 2013. A postura do uso das redes sociais para publicizar o acontecido tirou os manifestantes de uma marginalidade já frequente nas mídias para assumi-los como entrevistados do programa de televisão *Roda Viva*<sup>146</sup>. É uma reconfiguração da própria mídia alternativa e das ferramentas da internet, a partir de outros fazeres que acabaram por politizar práticas cotidianas como “filmar” situações corriqueiras, como as passeatas no meio urbano. Os filmes que eram para ser compartilhados em perfis viraram instrumentos de denúncia e de adesão, além da própria reflexão política, principalmente sobre o “lado” que os meios de massa têm tomado na cobertura dos levantes.

Certeau traz duas formas de entender esses fazeres comuns, do indivíduo ordinário: a partir das estratégias e das táticas. Para ele, **estratégia** é que aquilo que está formalizado, é calculado em meio às relações de forças e pode ser isolado em um sujeito de querer e poder, tanto que a palavra tem origem militar. O gesto aqui é cartesiano, calculado, onde se distingue o campo e o próprio. “A nacionalidade política, econômica ou científica foi construída segundo esse modelo estratégico” (2013, p. 45). Já a **tática** lembra a malandragem brasileira. Estabelece-se no lugar do outro, há uma ausência do próprio, não se mantém sobre si mesma, aproveita a ocasião, não existe ‘per se’ e depende do tempo para jogar com os acontecimentos para transformá-los em ocasião aproveitável. O que ela ganha, não conserva, utiliza as falhas da conjuntura para se mover, é astúcia. Em resumo, para o autor, a tática é a arte do fraco. “As estratégias apontam para a resistência que o estabelecimento de um lugar oferece ao gasto do

---

<sup>146</sup>Entrevista disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=vYgXth8QI8M>

tempo; as táticas apontam para uma hábil utilização do tempo, das ocasiões que apresenta e também dos jogos que introduz nas fundações de um poder” (2013, p. 96).

Meu trabalho (...) consiste em sugerir algumas maneiras de pensar as práticas cotidianas dos consumidores, supondo, no ponto de partida que são do tipo tático. Habitar, circular, falar, ler, ir às compras ou cozinhar, todas essas atividades parecem corresponder às características das astúcias e das surpresas táticas: gestos hábeis do ‘fraco’ na ordem estabelecida pelo ‘forte’, arte de dar golpes no campo do outro, astúcia de caçadores, mobilidades nas manobras, operações polimórficas, achados alegres, poéticos e bélicos. (CERTEAU, 2013, p.98)

A partir de investigações em diversos grupos sociais e seus fazeres cotidianos, Certeau constrói sua própria visão das artes de fazer. Para esse trabalho, essa base teórica nos ajuda a fazer uma leitura de alguns dos fazeres desses comunicadores estudados. No longo desenvolvimento de um estudo sobre o conceito de *habitus* de Bourdieu, Certeau aponta como principal motivo de crítica a justaposição de um estudo etnológico específico realizado por Bourdieu (estratégias do casamento bearnesa) num “vácuo do sistema sociológico”. Ele entende como complicada a construção (intencional) de uma união entre o campo (estruturante) e as práticas (estruturadas). Para Certeau, o *habitus*, adquirido, sustenta a explicação de uma sociedade pelas estruturas. E essa gênese do fazer, proclamada por Bourdieu, “implica em uma interiorização das estruturas (pela aquisição) e uma exteriorização do adquirido (ou *habitus*) em práticas” (CERTEAU, 2013, p.118). Nessa situação, as práticas acabam respondendo adequadamente às situações se durante essa troca a estrutura ficou estável. Caso contrário, a prática se desnivela e corresponde à estrutura (campo) no momento da interiorização pelo *habitus*.

Bem, não é dessa forma que vemos a construção das interposições entre campo e *habitus*. A crítica de Certeau se estende a todo estudo desenvolvido por Bourdieu, em relação a sua concepção de estratégia, mas também à adoção de estudos de etnologia para a sociologia e a generalização de uma teoria a partir de um estudo muito específico. Aqui respeitamos a posição dos autores, mas nos cabe entender que o conceito de *habitus* que trabalhamos anteriormente, que dinamicamente se ressignifica em relação ao campo em que está inserido (ao nosso ver esse processo é dinâmico e nunca pára, não há estabilidade) pode muito bem coadunar com os conceitos das táticas e estratégias (sempre rebeldes e propostas pelo mais fraco) propostas por Certeau. Veremos essas

possíveis leituras no capítulo 5, quando analisamos as buscas empíricas dessa investigação.

Dessa maneira, a proposta nesta pesquisa é a de transcender o conceito de *habitus* como dimensão reprodutiva, para entendê-lo como capaz de se configurar e reconfigurar na troca e na intersecção realizada com as instituições e os campos, mas também a partir do próprio fazer concreto que é refletido, pensado. Assim, o que é visto como táticas quase intuitivas de comunicação que são realizadas por comunicadores dos movimentos sociais pode se transformar em *habitus* refletido e reconfigurado, muitas vezes transformando-se em estratégias cuidadosamente planejadas e cumpridas dentro dos fazeres comunicacionais.

#### **4.2.7 O comunicador como um intelectual orgânico**

Gramsci postulou que cada grupo social cria para si intelectuais que lhe dão consciência da própria função no mundo da produção econômica (que também abarcaria o ambiente social e o político). Ele descrevia que, em uma indústria, por exemplo, há o técnico criado pelo empresário capitalista, e que os intelectuais orgânicos representam, na verdade, especializações daquela atividade primitiva daquele grupo (1979, p.4). Na verdade, para Gramsci, todos os homens podem ser intelectuais, mas nem sempre desempenham na sociedade essa função. A divisão é simples: é intelectual aquele que desenvolve atividades mais relacionadas ao intelecto do que esforços musculares-nervosos, mas não se pode separar o *homo sapiens* do *homo faber*.

O papel desse intelectual na sociedade é que determina uma “missão” mais comprometedora: para o autor, o intelectual deve envolver-se na vida prática, como construtor, organizador, ‘persuasor permanente’, e não apenas um orador puro<sup>147</sup>. Ele também considera esses intelectuais funcionários das superestruturas e afirma que a relação desses intelectuais com o mundo da produção nem sempre é imediata, ela é mediatizada a partir de um contexto social, pelo conjunto das superestruturas (sociedade civil e sociedade política ou Estado). “Essas funções são organizativas e conectivas” (1979, p. 11).

---

<sup>147</sup> O estrategista, pensador de fazeres. Uma outra visão que corrobora o papel do comunicador como possível estrategista dos fazeres comunicacionais do movimento social.

Gramsci ainda entende que as atividades intelectuais devem ser diferenciadas em graus: criadores das ciências, da filosofia, da arte, ficariam em um alto grau, e os administradores e divulgadores de uma riqueza intelectual acumulada ficariam mais embaixo. Gramsci ainda estabelece a diferença entre os intelectuais rurais e urbanos (da sociedade do início do século 20) e diz que os intelectuais acreditam ser independentes e autônomos dos embates ideológicos que se estabelecem entre dominantes e dominados.

Devidas atualizações do conceito em relação ao contexto atual que estudamos devem ser realizadas. A sociedade atual em que os comunicadores dos movimentos sociais estão inseridos “aceita” muito mais intelectuais no modelo gramsciano do que haveria em sua época. A mecanização das indústrias e do campo tornou a atividade intelectual muito mais comum do que se estabelecia no início do século 20 quando eles se atinham à universidade, ao clero e a pedidos específicos de produção. Hoje a atividade intelectual desse modelo de Gramsci se reconfigura e pede uma adaptação do conceito de intelectual orgânico. O intelectual orgânico atualmente é, sim, construído pelos seus grupos sociais, mas a ele não compete somente o que seriam atividades intelectuais. O pensar os processos, o refletir, o “guardar” a caminhada desses grupos é que se estabelece como missão. Nessa concepção, esses comunicadores inseridos nos Movimentos Sociais seriam produtos de grupos sociais que deles necessitam. Mas estabelecem-se tanto como produtores braçais (de textos, reportagens, vídeos) como baluartes de reflexão, principalmente nas relações estabelecidas com o aparato midiático. A escola já não é formadora exclusiva desse intelectual (como Gramsci pontuava). O popular, o informal também figura como cenário formador desse comunicador, que pode trazer suas técnicas comunicativas do dia a dia com as ferramentas e com os públicos da organização onde está inserido ou ainda outros grupos de interesse ou bandeiras e demandas.

### **4.3 Mídiação e ambiente digital**

Os estudos referentes à mídiação da sociedade atual trazem indicações do quanto as relações dos meios com a sociedade e o próprio campo midiático têm se complexificado. Mais do que isso, entramos na tão propalada sociedade da informação (alguns autores e a UNESCO a chamam de sociedade do conhecimento<sup>148</sup>), como se

---

<sup>148</sup>O artigo de Sally Burch (2005) esclarece as duas acepções. Está disponível em: <http://vecam.org/article519.html>

entrássemos em um mar revolto e a cada onda fôssemos derrubados de nossas convicções e certezas. Num primeiro momento, é importante estabelecer que as relações entre a mídia ou meios de comunicação de uma sociedade analógica em confronto com uma sociedade digital, midiaticizada, são de alta complexidade. Espaço, tempo e território foram reconfigurados e ressignificados. Por essa razão, aqui trataremos de resgatar os principais conceitos que norteiam essas relações e a partir do estabelecimento desse “chão” construir um cenário no qual os comunicadores dos movimentos sociais se deslocam e propõem o sentido dos seus fazeres.

Hoje, o processo de globalização, de midiaticização e dentro dele, a consolidação da rede mundial de computadores, a Internet, trouxeram novas questões sobre mediação, acessibilidade e participação que devem ser levadas em conta quando se quer entender as produções comunicacionais que estão se desenvolvendo dentro dos movimentos sociais tendo como referência as trajetórias dos sujeitos comunicantes.

Martín Barbero (2009, p.149) argumenta que “há hoje uma impossibilidade em definir o campo da comunicação porque ele se espalhou para muitos lados, mas apontaria a tensão entre esses dois eixos, o das transformações tecnológicas e o das globais que concernem o mundo.” Os argumentos desse autor ajudam a explicar parte do cenário que se constrói quando esses movimentos sociais passam pelas transformações institucionais na sociedade; muitos se globalizam (Greenpeace, WWF) iniciando, muitas vezes timidamente, uma possibilidade de trabalho efetivo em rede, nas diversas localidades que carregam demandas semelhantes. Outros são tensionados pelo empuxo da globalização que fez diversas mobilizações reafirmarem as questões locais (associações de bairro, de comunidades atingidas por barragens ou estabelecimento de indústrias) em contrapartida à enxurrada de informação e influências globais, externas, que perpassam e atingem suas demandas pontuais, regionais e locais<sup>149</sup>.

No outro lado, ainda na afirmação do autor, temos uma profusão de novos meios e possibilidades tecnológicas que possuem o poder de colocar em uma lente de aumento as questões locais ou espalhar a lugares bem distantes uma demanda pontual e particular a velocidades antes não imaginadas. O acesso, os formatos e as ferramentas tornam-se baratos, simples. Mas, ainda assim, muitos estão à margem. Com aparelhos caseiros, é possível montar uma rádio comunitária. Mas nem sempre essas rádios são efetivamente comunitárias. É possível enviar ao outro lado do mundo e a diversos outros movimentos

---

<sup>149</sup> Castells (1999) trata dessa tensionamento entre global e local em *Sociedade de Redes*.

sociais vídeos e informações importantes, que promovam discussões e mobilizações com uma simples câmera fotográfica digital e um computador acessado a partir de uma *lan-house*. E uma reunião de alguns moradores em um bairro pode se transformar em um desafio hercúleo. Enfim, entre transformações globais, tecnológicas e midiáticas temos tensões cotidianas e uma complexificação como nunca antes se viu.

#### **4.3.1 Da sociedade de massas à sociedade midiaticizada**

As revoluções tecnológicas que aconteceram no último século estabeleceram configurações de formas de organização social que levaram a cada vez mais, estarmos nos relacionando no formato de redes, conectados por dispositivos midiáticos. Mas afinal, como conceituar mídia ou o midiático na atualidade? Lacerda estabelece um ponto de início para a discussão:

Primeiro é preciso deixar claro que nem todo meio de comunicação é mídia, mas toda mídia é meio de comunicação, só que de um tipo específico. Poderíamos dizer que uma mídia é o que historicamente foi definido como “meio de comunicação de massas”, que tradicionalmente abrange a imprensa, o cinema, o rádio e a televisão. Hoje também incluímos a internet e as tecnologias digitais informacionais, mas estas trouxeram modificações ao conceito comunicação de massa (LACERDA, 2008, p.48).

O conceito de massa começa a tomar outros contornos com o estabelecimento da internet e outros dispositivos informacionais digitais e seus usos pessoais e direcionados. Segundo o autor, o conceito já tem as suas problemáticas porque por um lado propõe que massa significa que possui uma audiência vasta e ampla, o que não acontece com determinados DVDs, livros ou programa de TV. Poder-se-ia dizer que esses estão disponíveis a uma vastidão de destinatários, mas não que se configuram como audiências. Outro ponto a ser levantado é o tratamento do público como se fosse uma massa amorfa, uniforme. Não há passividade nesses destinatários dos produtos de massa: eles interagem com esse conteúdo, apropriando-se e interpretando mesmo sabendo-se que não há um diálogo propriamente.

Cardoso (2007, p 195), que em um dos seus estudos pesquisou a convergência de duas redes comunicacionais em Portugal, a da televisão e a da internet, entende que o

público deve ser visto como um conjunto de indivíduos ativos, críticos e autônomos<sup>150</sup> perante a mídia. Ele ainda ressalta que essas tecnologias não são passivas, mas sim interativas, pois os públicos interpretam os conteúdos de acordo também com as suas aspirações individuais. Cardoso leva em conta, então, uma visão a partir da recepção desses indivíduos, da ação dos indivíduos em relação ao que recebem desses dispositivos tecnológicos. Refletimos de outra forma em relação à interação que o autor propõe. É possível que os indivíduos interajam com o conteúdo/informação repassado, mas isso nem sempre se configura uma interação com o dispositivo quando falamos de uma cultura massiva.

Mata (1999) ressalta o cuidado no uso de ambos os conceitos. Ela propõe que podemos reconhecer a centralidade dos meios massivos de comunicação na vida cotidiana como fontes de informação e entretenimento e como fontes de construção de imaginários coletivos. Para ela, os meios massivos acabaram alcançando e, por vezes, tomando o lugar de diversas instituições ou mesmo quando a interação pessoal não alcançava, inclusive no terreno do “poder fazer”. Isso significa que os meios de comunicação massivos sempre tiveram um lugar central, substituindo, por vezes determinados processos sociais ou, podemos melhor dizer, mediando esses processos. Mata (1999) ainda ressalta que os estudos da cultura massiva apontaram que não se podia deixar essa responsabilidade que os meios tomaram somente no campo instrumental, sem reconhecer a capacidade configuradora das tecnologias e das linguagens.

Fue posible pensar la cultura articulada en torno a medios y tecnologías como una nueva matriz para la producción simbólica dotada de un estatuto propio y complejo en tanto fundía anteriores modos de interacción con nuevas formas expresivas, anteriores circuitos de producción con nuevas estrategias discursivas y de recepción (MATA, 1999, p.83).

Esta autora destaca que, durante muito tempo, estivemos longe de um pensamento que fazia da cultura massiva uma estrutura, um sistema dentro da ordem social que poderia ser estudado em suas mútuas interações, mas sua raiz na constituição da modernidade na América Latina acabou por fazê-la confundir-se às vezes com algumas noções da hegemonia. Por outro lado, a cultura midiática não se concebe

---

<sup>150</sup> Entendemos que essa autonomia é relativa. Cumpre lembrar que esse público é permeado por questões culturais, sociais, individuais entre outras que configuram sua recepção dos meios de comunicação.

apenas como um estágio avançado de trocas de produtos culturais. Para Mata (1999, p.85), a cultura midiática

constituiria, en cambio, un nuevo modo en el diseño de las interacciones, una nueva forma de estructuración de las prácticas sociales, marcada por la **existencia** de los medios. En ese sentido, la mediatización de la sociedad – la cultura mediática – nos plantea la necesidad de reconocer que es el proceso colectivo de producción de significados a través del cual un orden social se comprende, se comunica, se reproduce y se transforma, el que se ha rediseñado a partir de la existencia de las tecnologías y medios de producción y transmisión de información y la necesidad de reconocer que esa transformación no es uniforme.

A partir disso, a autora ressalta as características da cultura midiática citando seu extremo dinamismo, a imediatez das trocas informacionais, as alterações de noções de espaço e tempo e a experiência mediatizada. Os meios de comunicação acabam sendo os produtores centrais da realidade porque ela acontece por meio dos processos midiáticos e os acontecimentos são mediatizados. Só a cargo de exemplo dessas características podemos citar o aparato tecnológico que providencia diuturnamente o acompanhamento de acontecimentos mundiais como catástrofes, acidentes e solenidades de estado *online* e ao vivo, ou mesmo a parafernália tanto concreta (hardware) quanto virtual (software) que permite que celulares estejam conectados às redes sociais 24h por dia informando – se assim o indivíduo permitir, selecionar ou alimentar – os passos e ações para qualquer público em qualquer lugar do mundo. Como observa Véron,

Las sociedades postindustriales son sociedades en vías de mediatización, es decir, sociedades en que las prácticas sociales (modalidades de funcionamiento institucional, mecanismos de toma de decisión, hábitos de consumo, conductas más o menos ritualizadas, etc.) se transforman por el hecho de que hay medios. El proceso de mediatización no avanza al mismo ritmo en los distintos sectores del funcionamiento social (VERÓN, 1998, sp).

Apontando que as decisões são tomadas em referência aos meios midiáticos, Verón também ressalta que essa mudança não é uniforme em todos os setores sociais, o que significa dizer que nem todos estão no mesmo nível de transformação e com a velocidade que Mata apontou. Uma das razões é o acesso aos equipamentos computacionais que dariam a entrada a essa dimensão de mediatização social. Por essa razão, Rodrigues (2000) afirma que o processo histórico de mediatização está fortemente



ligado à informatização das sociedades. Esse fenômeno acontece de maneira diferenciada tanto em diferentes países do mundo (considere-se a diferença de informatização entre África e América do Norte<sup>151</sup>) e em diferentes níveis nas classes sociais de cada sociedade. Por essa razão, mesmo Curitiba tendo 62% dos lares conectados à internet<sup>152</sup> em 2012, nas pesquisas exploratórias realizadas para a construção desta investigação, vimos que boa parte dos públicos atendidos pelo *Cefuria*, um dos movimentos sociais pesquisados, não possui acesso aos materiais digitalizados e disponíveis na rede<sup>153</sup>.

Nessa alteração de uma sociedade de massa para uma sociedade midiaticizada o meio não desaparece, ele é dinamizado nessa disputa de espaço na arena da informação e da visibilidade. Além de ser dinamizado, ele se complexifica quando o processo histórico gera saberes e poderes acerca desses saberes (Verón, 2005).

Uma outra forma de vermos a mudança e complexificação dessa passagem de uma sociedade de massas para uma midiaticizada é pensarmos na *Cauda Longa*, de Chris Anderson (2006). Focado em analisar os mercados em geral (dependendo do enfoque da discussão podemos conceber a informação/comunicação em geral com um mercado do ponto de vista conceitual), Anderson explica de maneira didática como nessa transição de uma sociedade para outra<sup>154</sup> em que espaço, território e tempo estão revolucionados, o comércio de produtos em geral sofreu mutação. Para o autor, a sociedade deixa de focar em grandes *hits* massivos de produtos e passa a atender nichos de mercado com a diminuição dos custos de transporte e envio de bens em geral. A ideia de Anderson é que hoje, antes de apostar em um *hit* de sucesso massivo, que produzirá milhões de cópias de determinado produto cultural (pensemos em música, como exemplo) e esse será distribuído de maneira massiva em diversos centros demográficos onde seus custos tanto de divulgação quanto de produção e distribuição serão diluídos, o foco inteligente

---

<sup>151</sup> Em um trabalho de 2008, Martin Dwomoh-Tweneboah traz os dados: 4,7% da população africana é atingida pela internet, contra 71% da norte-americana no mesmo período. Ver: <http://www.cogeime.org.br/revista/Artigo3Port3233.pdf>

<sup>152</sup> “Em Curitiba acesso a internet chega em 62% das casas”, conforme *Bem Paraná*, 17/05/2012. Acesso em junho 2012. <http://www.bemparana.com.br/noticia/216589/em-curitiba-acesso-a-internet-chega-a-62-das-casas>

<sup>153</sup> O trabalho de Frago e Maldonado (2009) mostra a proporção de indivíduos com acesso à Internet no Brasil por regiões como sendo o menor, Norte, com 13% e o maior no Sul com 31%. Esses números são de 2007 e se formos olhar levantamento do Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação de 2012, no Norte este acesso aumentou para 21% e na região Sul foi para 47%. Isso significa que, ainda na atualidade, temos menos da metade dos brasileiros fazendo uso da grande rede. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2013-06-20/acesso-internet-alcanca-40-das-residencias-brasileiras-aponta-pesquisa>

<sup>154</sup> Importante entender que essa passagem não é absoluta. É possível, como Mata aponta, que tenhamos partes da nossa sociedade ainda vivendo uma cultura de massa e outras altamente midiaticizadas.

se dá num mercado de nichos. O mercado de nichos foca em um gráfico em que os produtos culturais não possuem um traço vertical alto, mas sim, longo, que satisfaz diversos nichos pequenos de mercado com produtos que não são *hits*, mas que satisfazem grupos menores de indivíduos.

O que isso nos faz refletir? Que hoje, a midiatização favorece menos a massa (e nisso podemos pensar na informação que é veiculada pela internet) e mais os nichos. Por essa razão, certos autores pensam a internet como um veículo segmentado. Mas mais que isso, a midiatização trouxe mais à tona a formação de grupos de interesses, o destaque às minorias que estavam alijadas do poder de informação massivo e forneceu um espaço na *Ágora Virtual* mais perto do equitativo entre grupos de informação massiva e as minorias, ou nichos.

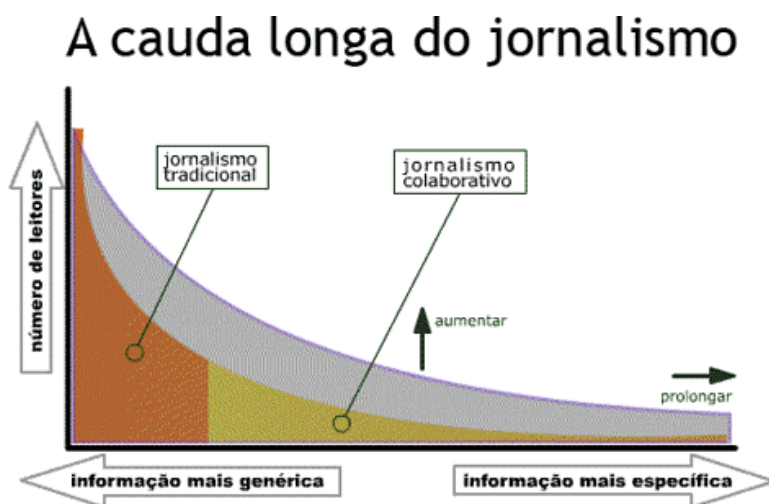


Gráfico 1: Representação da cauda longa.<sup>155</sup>

O gráfico 1 ilustra como se configura essa cauda, que indica mercados de nichos que podem se prolongar *ad eternum*, fazendo com que empresas possam investir nessa segmentação e não somente em *hits* – e aqui usamos o exemplo do jornalismo somente a título de informação, já que o desenho se adequa ao mercado de produtos culturais e boa parte dos bens de consumo.

A cauda longa para nosso trabalho pode ajudar a pensar a maneira como a midiatização modificou a forma como os movimentos sociais, e suas demandas e

<sup>155</sup> Disponível em: <http://entropia.blog.br/2011/02/08/a-cauda-longa-do-jornalismo/>. Acesso em: 28 de dezembro de 2013.

informações, aparecem ou se colocam na sociedade da informação, ou no campo midiático dessa sociedade como veremos mais a frente.

Outro ponto que devemos salientar, ainda quando falamos em Sociedade da Informação e que pode explicar o aparecimento da cauda longa voltada para os mercados em geral, principalmente, é a crítica de Mata em relação ao conceito dessa sociedade da informação. Como observa a autora: “os meios falam de Sociedade da Informação, a publicidade a torna um fetiche e a sociedade em geral constrói progressivamente, de modo fragmentário, caótico e assistemático, um sentido comum que fala do futuro, da tecnologia unida ao progresso, a mudança, ao desenvolvimento”. Mas na verdade, ou seria no fundamento desse processo, o projeto *Sociedade da Informação* é um plano minuciosamente esboçado desde e para os países centrais frente ao esgotamento do modelo de acumulação vigente até a data, e se mantém em três pilares fundamentais: liberalização, desregulação e competitividade internacional (MATA, 2007, p.146). Essa tecnologia vai ser incorporada na vida social e o que se precisa é debater quais tecnologias e de que modo.

#### **4.3.2 Mediação e campo midiático**

Rodrigues pensa o processo de midiaticização da sociedade a partir da noção de campo, que ele compreende como uma “instituição dotada de legitimidade indiscutível<sup>156</sup>, publicamente reconhecida e respeitada pelo conjunto da sociedade para criar, impor, manter, sancionar e restabelecer uma hierarquia de valores” (2000, p. 193). A problemática de campo social traduz-se nos meios que estão em uma dinâmica, executando uma atividade de fazer funcionar a interação dos demais campos sociais. O trabalho dos campos sociais é um trabalho público. Tratam de estipular as atividades, realizam o processamento técnico simbólico, a tematização dos assuntos tratados, do que é discutido, mostrado na arena social. E essa tematização, como propõe Rodrigues (2000), acontece pelo mundo das mídias. O campo das mídias tematiza a vida social, a vida dos campos (que inclui o campo em que os Movimentos Sociais estão inseridos) segundo certos critérios que se afastam de um ou de outro campo. A prática do campo midiático é ler o mundo.

---

<sup>156</sup> Mas que aqui precisamos questionar em face das novas configurações concretas das quais estamos sendo testemunhas, como as manifestações de junho de 2013 no Brasil.

E é aqui que Movimentos Sociais podem tanto possuir espaço para se posicionar e às suas demandas quanto podem sofrer com as mediações dos meios de comunicação de massa que se pretendem hegemônicos. Se o campo midiático interrelaciona os outros campos, ele media, configura essas relações. Então, pode-se pensar que fazer uso de rádios e tevês comunitárias, possuir/produzir seu próprio jornal ou mesmo seu programa de vídeo e postá-lo em *sites* da Internet a fim de democratizar a versão/discurso/linguagem do Movimento Social e sua demanda é uma maneira de dominar o papel de mediador que o campo midiático possui e usá-lo a seu favor. É o modo de colocar as mídias em ação, numa intenção pró-demandas dos movimentos sociais, que propõem na arena social suas reivindicações, driblando a pretensa hegemonia dos meios de comunicação de massa. Mesmo estes sendo também componentes do campo midiático. Aqui vemos mais uma complexificação: o campo midiático pode servir e mediar de diversas formas.

Rodrigues (2000) argumenta, ainda, que o campo midiático oferta sentidos sem pedir autorização a nenhum outro campo social. Para ele, o campo midiático produz sentidos por sua conta e risco. Mesmo que o campo jurídico possa regular algumas atuações do campo midiático, as questões que surgem do simbólico do campo midiático estão fora de regulação. Esse conceito precisa de reflexão. O campo midiático ainda possui, sem dúvida, uma força acentuada em relação aos outros campos, mas importa lembrar que ele tem também seus “avaliadores” que muitas vezes configuram-se como a “opinião pública”. E mais, em épocas de midiatização e complexificação das relações na sociedade da informação, essa legitimidade está sendo questionada por outros produtores e mediadores de informações, inclusive o próprio público que se torna receptor e produtor (ver novamente as manifestações de junho de 2013 e a reedição realizada pelas mídias digitais). Talvez a chamada opinião pública não se construa como um campo com fronteiras claras, mas exerce influência no modo como a mídia se comporta, como os conteúdos são produzidos e como são recebidos e reconfigurados. Se não fosse assim as mensurações do IBOPE não teriam valia. Ainda assim, e pela razão explicitada anteriormente, essa disputa pelo acesso e pela produção, pelo ter voz, torna-se absolutamente presente e justifica-se no caso dos Movimentos Sociais. Uma crítica que se pode fazer a esse “não pedir permissões” do campo midiático é o que Bourdieu (1997, p.103) nos coloca. Para ele, falando da televisão, a autonomia de um jornalista depende do grau de concentração da imprensa, da posição de seu jornal perante os outros, de sua posição no jornal, entre outras. O que ele realmente quer dizer

é que forças econômicas e sociais influenciam nessa liberdade e no “pedido de permissão” desse campo.

Agora, se formos entender a Internet como pertencente a esse campo midiático, nessa área não se pede permissão para o que se pretende fazer/comunicar, como Rodrigues propôs, no geral. Mesmo assim, ainda podem ser vistas regulamentações de determinados espaços cibernéticos<sup>157</sup>. Enfim, a sociedade da informação bate à porta e entra sem cerimônia. Dá destaque especial para o campo midiático e confunde paradigmas estabelecidos, mas não é só isso.

Castells (1999, p. 109) propõe um conjunto de aspectos que podem representar a base material dessa sociedade da informação. A primeira característica desse novo paradigma é que a informação é a sua matéria-prima: são tecnologias para agir sobre a informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia, como foi o caso das revoluções tecnológicas anteriores. Assim, tudo gira ao redor da informação e por ela. O segundo aspecto refere-se à penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias. Como a informação é uma parte integral de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente influenciados pelo novo meio tecnológico<sup>158</sup>.

A terceira característica refere-se à lógica das redes em qualquer sistema ou conjunto de relações, usando essas novas tecnologias da informação. A morfologia da rede, com nós autônomos, parece estar bem adaptada à crescente complexidade de interação e aos modelos imprevisíveis do desenvolvimento derivado do poder criativo dessa interação e dessa dinâmica. Em quarto lugar, o paradigma da tecnologia da informação é baseado na flexibilidade. Não apenas os processos são reversíveis, mas organizações e instituições podem ser modificadas, e até mesmo fundamentalmente alteradas, pela reorganização de seus componentes. O que distingue a configuração do novo paradigma tecnológico é a sua capacidade de reconfiguração, um aspecto decisivo em uma sociedade caracterizada por constante mudança e fluidez organizacional.

Por fim, uma quinta característica dessa revolução tecnológica é a crescente convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado, no qual trajetórias tecnológicas antigas ficam literalmente impossíveis de se distinguir em separado.

---

<sup>157</sup> O comunicador Tiago em sua entrevista expõe sua posição quanto as “permissões” que a Internet fornece.

<sup>158</sup> Alison, um dos comunicadores de Curitiba deixou claro isso quando falou de sua rotina de trabalho. É o dia todo pela Internet.

### 4.3.3 Internet e redes

O advento da Internet, isto é a criação de uma rede mundial de computadores, alterou a cultura da mídia para uma cultura digital, como diz Santaella (2003) e o que podemos ver – algo que alguns autores comparam com a invenção da prensa de Gutemberg<sup>159</sup> - é que na primeira as mídias estavam separadas, e na segunda elas convergem. Convergência é uma das principais característica da Internet, e Fragoso (2006) explica que ela pode se dar em três âmbitos: “a convergência (1) dos modos decodificação; (2) dos tipos de suporte e (3) dos modos de distribuição dos produtos midiáticos”. A autora destaca que a partir do modo de codificação (binário), tanto texto, quanto áudio, imagem ou audiovisual podem ser armazenados da mesma forma, usando os mesmos códigos. A convergência de suporte se dá no momento em que não precisamos mais de papel para guardar um texto ou foto, fita cassete para guardar um som ou mesmo uma fita VHS para guardar vídeo. O suporte para todas as linguagens de comunicação pode ser um *pendrive* ou um disco rígido de um computador. Mas a autora argumenta que mídias como a televisão já são consideradas multimídias visto que o som e palavras escritas poder ali ser transmitidos. Assim, “não deveria surpreender que as novidades da multimídia tenham ficado aquém das promessas anunciadas no início dos anos 90 em discursos que super-dimensionavam o caráter inovador da reunião de linguagens em um mesmo suporte digital” (FRAGOSO, 2006). É importante ressaltar que as mídias nunca existiram em isolamento, sempre houve um sistema complexo em que elas co-existiam e se afetavam mutuamente. O último item da convergência vem apontar a distribuição dos produtos midiáticos como tendendo a uma homogeneização e, nesse processo, corre-se o risco da obsolescência dos antigos modos de distribuição.

A origem da Internet pode determinar muito do que está sendo realizado com a grande rede e determinar, mais do que a convergência dos meios, a participação de um público que antes estava na condição de receptor<sup>160</sup> e agora pode ser um produtor de conteúdo e de mensagens.

---

<sup>159</sup> Ozecai, um dos nossos comunicadores entrevistados de Sevilha, aponta esse conceito em sua tese de doutorado: Internet em Movimiento. Nuevos Movimientos Sociales e nuevos médios en la sociedade de la información. Universidade Complutense de Madrid. 2010.

<sup>160</sup> A noção de receptor a qual me refiro aqui faz referência a sujeitos que produzem sentidos diversos para as produções midiáticas, sentidos estes configurados por vários fatores mas, a participação "direta" em termos de produção que se dava, era limitada, como a interação em programas específicos tanto no rádio quanto na TV ou a participação na coluna do leitor em um jornal.

Como diz Castells (2003), a Internet nasceu da improvável interseção da *big science*, da pesquisa militar e da cultura libertária. Importantes centros de pesquisa universitários e centros de estudos ligados à defesa foram pontos de encontro essenciais entre essas três fontes da Internet. Com o nome original de Arpanet, a rede que nasceu no Departamento de Defesa dos EUA tinha características que são mantidas até hoje: “uma estrutura de rede descentralizada; poder computacional distribuído através dos nós da rede; e redundância de funções na rede para diminuir o risco de desconexão. Se traduziam em flexibilidade, ausência de um centro de comando e autonomia máxima de cada nó” (CASTELLS, 2003, p.20).

Assim, essa política de liberdade acadêmica deu rédeas soltas à criatividade dos acadêmicos americanos e forneceu recursos que se transformaram em tecnologias viáveis. A criação se deu dentro do governo e de centros de pesquisa. Não foi no mercado. “E assim, para benefício do mundo, um monopólio corporativo perdeu a internet” (CASTELLS, 2003, p. 24). O autor destaca que a Internet se desenvolveu em um ambiente seguro, propiciado por recursos públicos e pesquisa orientada para missão, mas que não sufocava a liberdade de pensamento e inovação tanto que os estudantes que participaram da criação da internet nem estavam ligados aos movimentos de contracultura ou ativistas.<sup>161</sup> Mais à frente veremos que, quando se trata de tecnologia, há uma reconfiguração dos dispositivos a partir do uso e proposição de alterações que os próprios usuários fazem formando um círculo de criação- uso- reconfiguração- uso.

Castells (2003b, p.256) propõe que a internet seria “o meio de comunicação e de relação essencial sobre o qual se basearia uma nova forma de sociedade que nós já vivemos – aquela que chamo sociedade de rede.” Ressalta-se que essas redes podem já ter sido construídas anteriormente, de outras formas, e a Internet chega para sedimentar, dinamizar, amplificar e popularizar essas construções. Scott (2005, p.50) concorda com Castells quando explica que a comunicação nos dias atuais funciona de maneira não linear e descontínua, como se estivéssemos caminhando de porto em porto. E traduz a

---

<sup>161</sup>Atualmente essa liberdade acentuada tem sido questionada por três fatos principais: o primeiro é o uso excessivo da rede para o mercado tirar proveito a partir do controle de dados de usuários comuns, como uso de *cookies* para estudar a navegação e propor produtos; o segundo, a recente notícia de governos inteiros sendo espionados pela agência investigadora dos EUA e, por fim, a existência de uma *deep web*, um nível dimensional na internet em que procedimentos regulatórios colocados para a web não são vistos nem acessados por usuários comuns. Seria o *underground* da rede. Por essas razões, é possível que essas discussões que estamos imprimindo nesse trabalho já possam ser questionadas e revistas em um curto espaço de tempo. Assim ficamos com o que nos é essencial para a investigação. Disponível em: <http://brightplanet.com/wp-content/uploads/2012/03/12550176481-deepwebwhitepaper1.pdf>. Acesso em: 29 de dezembro de 2013.

sociedade em rede que vivemos como uma “sociedade de fluxos, uma sociedade de comunicações globais. Os fluxos transportam muitas coisas, sobretudo, informações. Mas os fluxos são também fluxos de comunicação”. Martín-Barbero (2003) trabalha com o conceito de redes globais que atravessam o “lugar” quando afirma que as transformações por que estamos passando – dentro de uma cultura globalizada – deslocam o sentido de espaço no mundo, e muitas vezes, incluem alguns excluídos.

O novo sentido que o local começa a ter nada tem de incompatível com o uso das tecnologias comunicacionais e das redes informáticas. Hoje essas redes não são unicamente o espaço no qual circulam o capital, as finanças, mas também um lugar de encontro de multidões de minorias e comunidades marginalizadas ou de coletividades de pesquisa e trabalho educativo e artístico (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 59).

Com o advento das novas tecnologias, da profusão de novos meios, inclusive os comunitários e alternativos, os processos de mediação da grande imprensa, ou da que ainda se pretende hegemônica, acabam sendo complexificados, entre outros fatores, pelo uso da Internet. Há então, a partir de produtores técnicos (jornalistas e editores), o discurso que pode ser considerado unilateral, da mídia unificada em torno de um sentido. Há também, o uso da Internet em outro tipo de mediação, mas que serve ainda para reforçar esse discurso que se pretende dominante. Um exemplo são as páginas e *sites* dos grandes jornais e das grandes emissoras de televisão (G1, Folha *on line*). A novidade nesses processos de mediações midiáticas aparece no uso desse mesmo meio, a Internet, para suplantar esse discurso que se pretende homogêneo dando acesso a outras vozes, a outras versões, a possibilidades multilaterais. O acesso à Internet provê aos grupos que antes não tinham voz atuante (muitas vezes por não possuir um meio que os favorecesse ou que desse acesso) esse espaço para tornar o mesmo discurso informacional heterogêneo e múltiplo.

Dessa forma, o mesmo meio pode ser utilizado por uma infinidade de produtores inseridos nos Movimentos Sociais, desde comunicadores populares e formados ou mesmo componentes da comunidade (como o menino que enviava pelo *twitter* informações atualizadas da ação da polícia no complexo do Alemão, no Rio de Janeiro)<sup>162</sup> – de todos os grupos – para fornecer as mensagens, e, ao mesmo tempo,

---

<sup>162</sup> Segredo é falar a língua do povo, diz blogueiro do Alemão. In: Terra. 22/01/2011. Acesso, em junho de 2012. <http://tecnologia.terra.com.br/campus-party/noticias/0,,OI4904054-EI17279,00-Segredo+e+falar+a+lingua+do+povo+diz+blogueiro+do+Alemao.html>



fazer a mediação dessas outras recepções. E ressalta-se o que Silverstone (2008, p. 37) aponta: “a mediação é infinita, produto do desenredamento textual nas palavras, nos atos e nas experiências da vida cotidiana, tanto quanto pelas continuidades da mídia de massa e da mídia segmentada”. Isso significa que, acessando os meios e aproximando-se e utilizando-se das mediações que eles perfazem, os movimentos sociais – em diferentes níveis de acessibilidade - estão cada vez mais presentes com as suas demandas e vozes na aldeia global da comunicação, disputando e equiparando-se em visibilidade às outras temáticas que povoam os meios de massa. Maldonado reforça essa potencialidade:

Para os movimentos sociais, essa conjuntura [do advento da Internet e da informatização das sociedades] vai ser paradoxalmente fortalecedora; os modos de comunicação e informação não-massivos já possibilitam e permitirão a continuidade do surgimento de redes de solidariedade, politização, reinvenção cultural, produção de conhecimento e crítica organizada ao globalismo hegemônico (2006, p.31).

É possível dizer que acabou por se criar uma confluência entre as transformações ocorridas nos Movimentos Sociais, que migraram dos processos marginais, alijados do uso das tecnologias e mesmo dos meios tradicionais para a possibilidade do uso de multimeios.

Druetta (2009, p. 57), que também entende a internet como um meio de comunicação, aponta que, de maneira revolucionária, é possível fazer com que seus usuários se coloquem em outros pontos de vista no processo comunicativo. E vai além, aposta que o sistema educativo pode ter avanços a partir de habilidades geradas nessa rede. Ela ainda percebe que a internet pode se situar como um vínculo entre o sujeito e a comunidade, o que pode gerar com mais facilidade projetos comunitários e trocas de experiências. Mesmo sendo um meio globalizado, a relação com a comunidade pode ser fortalecida. “Finalmente, dada a qualidade das mudanças que é capaz de gerar, a internet poder ser a razão, a desculpa, o motivo de transformações profundas nas práticas culturais e na maioria das atividades cotidianas dos cidadãos”.

Assim, estabeleceram-se outros padrões e parâmetros comunicacionais com a passagem de uma sociedade dos meios para uma sociedade midiaticizada, com o advento da Internet. Lembremo-nos que a sociedade dos meios é a sociedade cujo traço principal é a existência dos meios de comunicação mediante uma atividade central que se realiza

a partir de um campo específico que é o campo dos mídias. É aquela em que os meios têm um papel protagonista. Os meios são centrais, estão no meio da problemática dos campos. Já a sociedade em vias de midiáticação é aquela que reúne processos intensos e crescentes de tecnologias convertidas em meios subordinados a processos de produção, de circulação e de recepção.

Tal atividade crescente – de tecnologias convertidas em meios – engendra uma nova arquitetura comunicacional, de tal forma que instituições de diferentes identidades, a vida e as relações dos atores sociais são atravessadas largamente pela cultura de operações midiáticas. Ou seja, a questão midiática não se restringiria apenas ao campo dos meios, mas permearia toda a atividade interacional da sociedade e da sua organização. Essa sociedade está em processo. E os movimentos sociais estão navegando, muitos em busca de adaptação a essa transição social, ora estabelecendo-se como meros usuários de meios tradicionais que somente agora começam a ser democratizados, como rádios comunitárias, canais de tevês locais ou mesmo espaços específicos – como de sindicatos – ora pulando essa possibilidade de utilização dos meios tradicionais de massa para figurar nas TICs, dominando processos na grande rede de computadores, a Internet, e o que ela oferece como a possibilidade de disponibilização de vídeos diversos, textos sem limite de espaço (a questão dos custos ainda é determinante nesses grupos), a construção de relações e organizações por meio de redes virtuais de organização.

Verón (2005) atenta para a combinação entre TICs + produção + recepção de mensagens e de práticas sociais. Esse seria o cenário da sociedade midiaticada que está em processo de construção. Nela, os dispositivos midiáticos possuem seu próprio discurso, mas essa mesma sociedade acaba se apropriando desses dispositivos e, muitas vezes, desviando para seus usos específicos (ou criando possibilidades de novas formas de utilização). Assim, vê-se um mesmo dispositivo com múltiplos usos, nem sempre sendo os que para tal foram criados. Castells (2003) corrobora esta reflexão examinando os usos que se depreenderam da Internet. Para ele é uma lição comprovada da história da tecnologia: criar, usar e recriar transformando-a com o uso<sup>163</sup>. Mas para que isso ocorra, conforme este autor:

Primeiro, a arquitetura de interconexão deve ser ilimitada, descentralizada, distribuída e multidirecional em sua interatividade;

---

<sup>163</sup> Um *habitus* do fazer em relação às apropriações tecnológicas.

segundo, todos os protocolos de comunicação e suas implementações devem ser abertos, distribuídos e suscetíveis de modificação; terceiro, as instituições de governo da rede devem ser montadas em conformidade com os princípios, enraizados na Internet, da abertura e da cooperação (CASTELLS 2003, p.29).

O contexto atua na ressignificação desse dispositivo. O uso desses dispositivos propõe o seu papel social a partir de uma coletividade. Assim, multiplicam-se os exemplos utilizados nos movimentos sociais de ressignificações de dispositivos. Abarca-se o propósito de um dispositivo e recriam-se formas de utilização a partir das necessidades e intenções pontuais.

A tevê de rua pode ser colocada como um exemplo dessas ressignificações. Ela sai das paredes isoladas e elitizantes de um estúdio afastado da vida real, que possui uma realidade construída, criada a partir de uma pré-produção, de um aparato que privilegia o que é controlado, previsível e planejado e estabelece-se a partir das lógicas mais populares, na rua, no lugar comum, no ambiente exemplo de coletividade e acesso popular. As paredes fechadas e controladas dão lugar a tecidos coloridos e improvisados. Uma mesa é colocada como apoio – ou mesmo um tripé com o microfone, em frente à câmera - e os transeuntes, sem pré-seleção ou mesmo preparação anterior, têm a possibilidade de acessar o espaço de gravação e mandar o recado que achar por bem dar. O que está acontecendo ali é repassado a um telão disposto na rua também. Essa “produção” é gravada e também mostrada nos canais comunitários digitais. Esse exemplo de reconfiguração do que um programa de tevê pode oferecer é uma das ressignificações que movimentos sociais estão dando na prática para os dispositivos existentes.

Mas o dispositivo que tem sido mais amplamente utilizado como veículo de disseminação de informações com menos filtragens continua sendo a Internet. As razões para tal são explicadas por Ramonet (2005), quando analisa a questão dos controles que são – e não são - exercidos na Internet. Ele levanta a questão de que se estabeleceu a ausência de controles aos fluxos de informação pela grande rede como um plano estadunidense para não ser controlado o livre fluxo das tecnologias da informação. “para que ninguém, nenhum país possa bloquear, mediante barreiras aduaneiras o acesso, a penetração das tecnologias da informação estadunidenses” (RAMONET, 2005, p.12).

O autor levanta algo de proposital que está claro, de que se trata de uma opção estratégica e política dos EUA e não uma intenção de democracia ou mesmo de livre

fluxo para promover a diversificação de vozes. E a questão primordial que ele coloca é o que se tem discutido nos estudos de comunicação comunitária: “estes instrumentos, por exemplo, a Internet, podem favorecer a democracia virtual?” (RAMONET, 2005, p.13). Os Movimentos Sociais têm apostado, pelo próprio uso que têm feito que, de alguma forma, sim. Com exceção de que é necessário se discutir, o acesso a essas tecnologias. Há ainda outras reflexões que precisam ser feitas, mas a questão do acesso dos diversos movimentos às tecnologias disponíveis para se realizar redes de comunicação ainda é ponto fundamental quando se discute democratização da comunicação.

Por outro lado, ao analisar o esforço estadunidense de manter fora de controle a grande rede para que seus produtos possam se deslocar livremente entre os países, vemos que o feitiço acabou sendo jogado contra o feiticeiro com o advento dos vazamentos do *weakeaks*. O fenômeno mostrou que a sociedade reelabora os usos dos dispositivos midiáticos e, de alguma maneira, respondeu a pergunta de Ramonet quando questiona se a Internet pode realmente possibilitar a democratização dos meios de comunicação de maneira virtual. É possível. Mas isso não quer dizer que essa democratização tem acontecido nos moldes ideais, privilegiando oportunidades igualitárias de acesso ou mesmo de uso.

Uma questão que se abre é a do acesso aos dispositivos. A democracia, ou governo da maioria, de maneira simplista, se faz - de maneira conceitual e utópica - a partir da participação da maioria. Ora, tem se visto que a Internet, como dispositivo, tem propiciado uma organização dos movimentos e suas bandeiras em níveis mundiais ou globais quando se analisa o aspecto geográfico. Moraes (2000, p.142) cita alguns dos movimentos que viram na Internet um jeito de “driblar o monopólio de divulgação, permitindo que forças contra-hegemônicas se expressem com desenvoltura.” Entre esses movimentos estão o *Movimento dos Sem Terra*, a *Central Única dos Trabalhadores*, o *Human Rights Watch*, o *Greenpeace*, além de outros.

Mas, do ponto de vista do acesso, essa realidade utópica da efetividade da democracia, da participação de todos ou ao menos, da maioria, ainda é distante. É claro que a análise que se faz somente do acesso ainda é superficial. Depois de garantir o acesso, há a questão do próprio uso dos dispositivos, e do *know-how* (que pode traduzir-se em nível educacional) que é necessário para a utilização plena do dispositivo, prevendo-se aí, sim, participações igualitárias em qualidade e profundidade. Essa disparidade se mostra quando comparamos as iniciativas realizadas na Espanha e no

Brasil já que ambos países contam com a penetração das tecnologias de internet de maneira muito diferenciada. Um dos comunicadores de Sevilha, Ozecai, aponta que “o problema do acesso não existe na Espanha”. Para ele, praticamente toda a população foi de alguma forma atingida pela tecnologia da Internet. Já no Brasil essa discussão do acesso ainda precisa ser revista. Alison, comunicador de Curitiba, informou na sua entrevista que o movimento social, principalmente quando tem como público comunidades que precisam de suporte tanto de geração de renda, quanto capacitação para a comunicação, necessita lançar mão de outros meios, como cartazes, reuniões ou mesmo panfletos e jornais impressos.

Um dos problemas que faz com que a Internet não seja o embrião do que poderia significar a democratização da comunicação é a concentração, tanto geográfica quanto de bens de consumo que se mantém e se reforça no mundo desenvolvido. Há disparidade mundial. “Como os usuários são os que definem os tipos de aplicações, os que chegarem depois terão menos a dizer sobre conteúdo, estrutura e dinâmica da Internet”, reflete Castells (2003b, p. 263), o que significa que muitos movimentos sociais que principalmente ainda não possuem acesso ou utilização ampla não serão atores de construção ou ressignificação desse dispositivo. O que significa que, mais uma vez, os países com maior acesso à tecnologia, como os Estados Unidos, terão mais possibilidade de reconfigurar esses meios à sua necessidade do que a população que vive na África, que tem menor acesso, como já vimos.

Outro contraponto proposto por Castells na análise da Internet como dispositivo midiático é que os provedores não podem se localizar em qualquer lugar e prover ao mundo inteiro, na prática. Eles estão nas grandes áreas metropolitanas do mundo. Precisa-se de informação e conhecimento, isto é, de pessoas que promovam cultura, que sejam os centros de conteúdos. E isso pode acabar alijando os movimentos ribeirinhos, ou de associações florestais ou ainda de Áreas de Preservação Ambiental (APAs) e comunidades mais distantes de se estabelecer na arena comunicacional. “Pensava-se que a Internet e as tecnologias da informação iriam contribuir para o desaparecimento das cidades e para o fato de que poderíamos todos trabalhar no interior, nas montanhas, em nossas aldeias”, reflete Castells (2003, p. 264). O que hoje está acontecendo é o movimento contrário. Pois confirmamos que Curitiba, sendo capital do Paraná, tem uma das mais altas inserções de internet. Sevilha, como capital da Andaluzia, apresenta

também índice alto de inserção de internet, apesar de não haver estudos que possam comparar ambas as cidades<sup>164</sup>.

Dessa maneira, ainda conforme Castells (2003b, p. 277), existem três características que definem a interação entre internet e movimentos sociais. A primeira é que “há na sociedade em geral um salto dos movimentos sociais organizados para os movimentos sociais em rede com base em coalizões que se constituem em torno de valores ou projetos.” A segunda característica, segundo o autor, é que os “movimentos sociais em nossa sociedade desenvolvem-se cada vez mais em torno de códigos culturais, de valores”, e pela internet torna-se fundamental lançar as mensagens sobre os valores que esses movimentos carregam. Como terceira característica, Castells (2003b, p. 278) afirma que cada vez mais “o poder funciona em redes globais e as pessoas têm suas vivências e constroem seus valores, suas trincheiras de resistência e de alternativa em sociedade locais”. Pode-se dizer então que as redes formadas no físico são transportadas hoje para o digital e esse processo que ocorre no ambiente digital se transporta também ao local, a fim de fortalecer os movimentos de mobilização em diferentes focos de atuação.

Vê-se que a Internet facilita essa mobilização, mas a complexidade da sociedade midiaticizada e midiática está longe de dar respostas únicas para os processos que se formam a partir dos meios, das mediações, das organizações em rede, das interconexões e das ressignificações realizadas a partir do uso dos meios tradicionais e das novas tecnologias.

#### 4.4 Cidadania Comunicativa

O já clássico filme *Ilha das Flores*<sup>165</sup>, de Jorge Furtado, faz uma reflexão sobre o conceito de liberdade em seu final que, nos dias atuais, pode muito bem ser transportado sem efeito de perda de propósito para uma possível construção do conceito de cidadania: “*Liberdade* é uma palavra que o sonho humano alimenta, que não há ninguém que explique e ninguém que não entenda.” Construir o que se entende por cidadania é ser transpassado pela complexidade das sociedades que se formaram no

---

<sup>164</sup> Ver sobre wifi na rua em Sevilha. <http://www.lavidawifi.com/2011/04/los-kioskos-de-sevilla-ofrezeran-wifi-gratis/>

<sup>165</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=KAzhAXjUG28>. A expressão originalmente é de autoria da escritora Cecília Meirelles, citada na coletânea *Romanceiro da Inconfidência*.

decorrer da história, seus regimes e suas constituições. Camacho (2003) afirma que, principalmente na América Latina, há uma ânsia por estabelecer e consolidar os sistemas democráticos com as garantias de legalidade e legitimidade e talvez, por essa razão, se vê o interesse em estudos científicos de práticas, principalmente comunicativas, que reforcem a efetividade desse conceito e principalmente a realidade dele.

Para chegarmos à discussão dos diversos entendimentos da cidadania dos dias atuais, dentro de um recorte que a situe no campo dos movimentos sociais e da comunicação,<sup>166</sup> é preciso buscar e apreender como um conceito esteve presente em lutas históricas que acompanharam a humanidade, sendo construído, reconstruído, redimensionado e ressignificado. Para essa investigação, esse conceito deve ser visto hoje imbricado no campo dos movimentos sociais, isto é, da sociedade civil, e da comunicação.

Boa parte dos autores<sup>167</sup> que investiga o assunto aponta as origens do conceito de cidadania na Grécia antiga, entre V e IV a.C. Lá se criou a tradição da cidadania política, vinculada às primeiras formas de democracia. Cidadania vinha, então, de um escopo onde a “sociedade ideal é justa e os indivíduos devem ser portadores de virtudes cívicas” (GOHN, 2008, p.19). A cidadania grega era aquela que conferia direitos políticos, os mesmos que significavam participação no governo. A esfera pública continha o conceito de cidadania. Ressalta-se nesse conceito de cidadania a ausência de universalidade, pois escravos, mulheres e estrangeiros não tinham acesso/participação. Não eram cidadãos.

Os Romanos trataram de trazer o conceito de cidadania para o âmbito do direito; assim os indivíduos tornam-se cidadãos pela lei, possuidores de direitos e deveres. A propriedade torna-se também constituinte desse conceito. “Max Weber (1958) assinala que, no período medieval, o ‘cidadão’ era o habitante de uma cidade e havia uma clara relação entre a condição da cidadania e ser membro da cidade” (GOHN, 2008, p. 20).

Ao redor do conceito de sociedade civil, no Iluminismo, reforça-se a dualidade do conceito de cidadania: os liberais mantêm em sua concepção a base legal, da sociedade de mercado e de posse e a segunda nasce da democracia moderna, mais republicana, em que cidadania é entendida como direitos cívicos e políticos. Cidadão é

---

<sup>166</sup> Christa Berger, em um estudo das pesquisas realizadas pelos integrantes da Intercom em 2006, identifica essa busca pela cidadania na comunicação popular e inserida nas organizações. Resume que nesses trabalhos a cidadania se propõe como “a inclusão do que está do lado de fora” (BERGER, 2006).

<sup>167</sup> Pinsky e Pinsky (2010), Cortina (2005), Gohn (2008).

o que faz parte da cidade, possui direitos e deveres e possui propriedades. Como propriedade, depois da Declaração dos Direitos do Homem, em 1789, também se considerou a liberdade e a vida do indivíduo.

É impressionante constatar como esses conceitos não se efetivam concretamente mesmo figurando há um bom tempo em nossa história e possuindo reflexos na atualidade. Se formos pensar a cidadania como direitos efetivos de “possuir” vida, liberdade e a participação democrática, há ainda muitos que estão alijados dessa cidadania. E, assim, não há como construir a paz efetiva, como explica Bobbio (2004). Para ele há três momentos necessários no mesmo movimento histórico, que no final das contas, parecem com uma bola de neve, constituem-se um, consequência do outro. Bobbio explica que quando um homem não possui direitos reconhecidos e protegidos, não há democracia; sem ela não há condição mínima para solucionar os conflitos de maneira pacífica. “Direitos do homem, democracia e paz são os três momentos do mesmo movimento histórico” (2004, p.21). E somente teremos uma paz efetiva quando houver cidadãos, não de um país ou outro, mas do mundo. Conquista complicada de se alcançar se formos levar em conta as grandes diferenças de valores existentes numa sociedade mundial.

Como Cortina (2005) debate, Rousseau tentou propor uma religião civil, uma em que o espaço público está fortalecido e em que “cidadão” e “homem” são igualmente atendidos, tanto nas necessidades de se ter justiça quanto de ser feliz. A dificuldade está nos mais diversos projetos de felicidade (e mesmo de justiça) que as mais diferentes doutrinas oferecem. Afinal o que é justiça ou ser feliz? Podemos encontrar uma convivência inexistente entre esses projetos, o que configuraria uma sociedade politeísta; uma outra em que esse projeto de felicidade é imposto por alguns grupos, naquilo que seria uma sociedade moralmente monista. Em uma terceira opção teríamos uma sociedade moralmente pluralista quando esses projetos ou doutrinas compartilham de um comum. Assim, em uma sociedade pluralista, que possua diferentes ideais de felicidade, ou do que é justo e bom (CORTINA, 2005, p.22) poderíamos encontrar valores que todos os grupos compartilhem, que comporiam os mínimos de justiça mas que a sociedade pluralista concorda em não renunciar mesmo composta de diferentes projetos de “máxima felicidade”.

Ainda em vista do contraponto entre os liberais e comunitaristas que Cortina traz, o conceito de cidadania permeia a justiça que nasce no liberalismo político. Para esses pensadores, a concepção de justiça que já é partilhada deve ter um reforço em



adesão e deve ser tomada como referência para dirimir os conflitos. Por outro lado, os comunitaristas receiam esse conceito “generalizado” de justiça porque ele pode esmagar a diversidade presente no que é plural e tornar a sociedade moralmente monista. Aqui é trazido o “homem” de Rousseau, que não é só cidadão mas que “pertence” a um lugar/comunidade que reúne história, tradição, religião e, por essa razão, o defende, sente-se parte. É o sentimento de pertença que pode ser estimulado.

Em princípio entende-se que a realidade da cidadania, o fato de se saber, e se sentir cidadão de uma comunidade, pode motivar os indivíduos a trabalhar por ela. Com isso, nesse conceito se encontrariam os dois lados a que nos referimos: o lado ‘racional’, o de uma sociedade que deve ser justa para que seus membros percebam sua legitimidade, e o lado ‘obscuro’, representado por esses laços de pertença que não escolhemos mas já fazem parte da nossa identidade. Ante os desafios com os quais qualquer comunidade se depara, é possível apelar então à razão e ao sentimento de seus membros, já que são cidadãos dessa comunidade, algo seu (CORTINA, 2005, p.27).

Por essa razão, Cortina entende que o conceito de cidadania que deveremos construir em nosso tempo, em uma democracia pós-liberal, necessariamente deve ligar as exigências liberais de justiça e as comunitárias de pertença.

Vemos assim, que a partir das comunidades organizadas, a luta por cidadania efetiva, mesmo com as grandes diferenças de valores entre os vários grupos nessa sociedade plural, pode ser uma saída. É nesse embate que o denominador comum pode ser construído, conquistando-se uma cidadania “capaz de motivar os membros da sociedade a dar sua adesão a projetos comuns<sup>168</sup>” (CORTINA, 2005, p.28) que satisfaçam os valores que se colocam compartilhados entre as diversidades. A comunidade é o indivíduo e ele é a comunidade. Nessa visão, a dualidade do conceito que Cortina (2005) traz pode se transformar em uma síntese de justiça (aspecto jurídico) e de pertença (sentir-se parte).

Nesse contexto, os movimentos sociais e organizações da sociedade civil têm um papel relevante: mostrar o conflito que ainda subsiste em nossa sociedade e buscar/

---

<sup>168</sup>Impossível não trazer para essa reflexão a mobilização acontecida em 2013 em relação à presidência da comissão de *Direitos Humanos da Câmara Federal*. Boa parte dos grupos que representam minorias - e maiorias – podem nunca ter estudado o conceito de cidadania, mas entendem muito bem que alguém que não consegue coadunar as diversidades de valores entre os diferentes grupos plurais não será capaz de efetivar ou garantir direitos que devem ser gozados por todos. Ver <http://www.cartacapital.com.br/politica/pastor-marco-feliciano-e-eleito-para-presidir-comissao-de-direitos-humanos>.

lutar pela efetividade de uma cidadania que englobe a verdadeira participação de todos, em igual oportunidade.

Voltando um pouco à construção histórica do conceito de cidadania, vemos que no século XVIII, o racionalismo ilustrado traz à concepção de cidadão uma questão voltada para a educação. O cidadão não é mais “proprietário”, mas se tiver educação (no âmbito de instrução) terá condições de mudar à si e à realidade em que vive a partir de uma nova consciência que esses conteúdos trarão. Assim, no século XIX a cidadania se estende às massas a partir do direito à educação (Gohn, 2008, p.23). Essa educação era concebida não como libertária, mas a partir de uma linha tecnicista, domesticadora. O povo deveria ser educado para ser mais ordeiro, organizado e produzir mais.

Essa concepção da educação como fundamental volta nos dias atuais a partir do que Cortina chama de cidadania econômica. Trazendo Drucker (apud Cortina, 2005, p.97) que aponta a nova sociedade como a do saber, a autora estabelece o cenário de uma nova divisão de classes em que o saber será o meio de poder. Ora, importa lembrarmos aqui que a informação esclarecedora, aquela que instrui, pode vir tanto dos bancos escolares quanto dos meios de comunicação. Por outro lado, seres formados e, portanto, detentores desse saber, farão parte da classe dirigente (não política, nem trabalhadora).

Para fazer frente a uma possível crise entre essas classes, é necessário levar a sério o imperativo da capacitação para gerar uma cultura profissionalizante, num segundo lugar, capacitar a partir dos valores éticos da cidadania e, em terceiro, mediante o ensino formal e informal (neste último cabe o papel influenciador dos Meios de Comunicação de Massa) (CORTINA, 2005, p. 98). E aqui nesses três âmbitos podemos pensar em nossos comunicadores estudados. Se os considerarmos detentores de um conhecimento, de um saber que pode ser tanto técnico quanto humano na posição que ocupam, é possível que este grupo faça parte da classe dos dirigentes aqui apontada por Drucker. Mas, no seu fazer, no sentido dos seus fazeres, é possível que esses mesmos atores estejam capacitando a partir de valores éticos da cidadania e também de maneira informal, utilizando suas ferramentas técnicas para tal.

Mas como esses sujeitos comunicantes estão inseridos em grupos que, a nosso ver, influenciam e são influenciados pela ação destes, devemos tratar então de uma concepção que leve o coletivo em conta, o grupo, o todo dentro dessa sociedade globalizada. Assim, Gohn (2003, 2005) nos lembra que, nos anos 1990, os movimentos sociais e organizações civis reforçam uma das acepções do conceito de cidadania para

autora: a cidadania coletiva. Como ela argumenta, de maneira otimista, a despeito dos efeitos perversos de crises econômica, social e fiscal do Estado, ou mesmo da política das diversas instituições que compõem a sociedade civil, há práticas desempenhadas por grupos produtores de significado político que estão formando as bases de um projeto democrático, plural e cidadão.

Está-se construindo uma nova concepção de cidadania, coletiva e ampliada. Coletiva quanto às fronteiras e campos de atuação, ultrapassando os limites jurídicos e formais; ampliada quanto à abrangência das categorias sociais que abarca, dos catadores de papel aos membros das elites (GOHN, 2003, p.17).

Faxina (2012, p.115) ainda nomeia alguns sinais dessas conquistas que surgiram principalmente por ação dos movimentos sociais, mesmo não sendo assim chamados. Entre os exemplos citados estão a revolução francesa e soviéticas, primeiramente encampadas nas manifestações oriundas nos movimentos sociais, populares e sindicais e mesmo no Brasil, “a CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas), os votos feminino e do analfabeto - apenas para citar alguns – tiveram a mesma origem”. São iniciativas que começam nos movimentos e depois são legitimadas pelo Estado.

Cortina fortalece a possibilidade fecunda dessas mudanças e conquistas relacionadas a uma concepção atual de cidadania virem dos movimentos organizados da sociedade civil quando trata do papel do “setor social” que inclui os “Novos Movimentos Sociais<sup>169</sup>” e as ONGs. Para ela, nessa sociedade do “saber”, quem se encarrega dessas questões que nem sempre o Estado dá conta são essas organizações. Nessa situação, exime-se dos outros setores a responsabilidade pela construção dessa sociedade do saber, livrando inclusive o Mercado (2º setor) dessa responsabilidade que é de todos. A questão que se pode ver é que o setor social pode estar “empurrando” as possibilidades de mudanças sociais que incluem esse estabelecimento de responsabilidades de duas formas: substituindo o Estado, como acontece com muitas ONGs, ou reivindicando e se posicionando como esclarecedor de saberes quando pensamos nos diversos movimentos sociais hoje presentes. Podemos tomar como exemplo o movimento feminista que, por meio de mobilizações, como a *Marcha das Vadias* tem sensibilizado, a partir da comunicação e da pressão política, tanto a sociedade como um todo para que se discutam temas como a violência contra a mulher

---

<sup>169</sup> Conceito já tratado no início desse capítulo.

nas suas mais diferentes formas - doméstica, hospitalar - quanto de maneira estatística, quando informa índices por meio de pesquisas científicas, das mortes e dos casos de violência que são invisibilizados na sociedade. Esse é só um exemplo, mas se formos olhar para os movimentos atuais, vários utilizam as mesmas estratégias. E o que não é isso senão investir em um maior saber da sociedade como um todo, maior informação e também uma maior pressão por políticas públicas que decorrem em uma legitimação estatal, como a *Lei Maria da Penha*? No fundo, o setor social não deve ser o único responsável por esse saber mas parece que assumiu essa missão.

A cidadania coletiva, como pondera Gohn (2008, p.26), se desloca do foco no indivíduo e parte para a cidadania de grupos coletivos que vivem em situações análogas ou similares de exclusão ou inclusão em determinada realidade social. O que seria para Cortina (2005) o sentimento de pertença a uma diversidade de características podendo ser por motivos socioeconômicos (situação de pobreza, desemprego ou não garantia de acesso ao trabalho e seu usufruto), ou por questões identitárias/culturais (raça, etnia, sexo, nacionalidade, religião, etc.). Dessa forma, a cidadania coletiva une grupos da sociedade e pressiona o Estado pela regulamentação de direitos de inúmeras ordens.

A autora destaca o óbvio: muitas vezes essa cidadania coletiva (que podemos chamar também de uma modalidade de se fazer cidadania, porque se articula para que ela exista) se choca com a lógica do capital porque questiona a propriedade privada que sustenta o sistema capitalista propondo, assim, a propriedade coletiva. O que se viu até o momento na luta para imprimir a cidadania coletiva foram as demandas relacionadas à terra, nas questões sobre direitos de posse e Direito Real de Uso.

Fazendo referência ao espectro eletrônico de rádios e TVs, é possível pensarmos em uma cidadania coletiva quando se trata de conquistar espaço e direito de uso para rádios e TVs comunitárias. Afinal, esse é um “terreno” que está constituído em lei como de direito de todos, todos os cidadãos brasileiros pois é público, logo, devendo ser coletivo. Não é à toa que vemos atualmente movimentos, organizações e mobilizações em favor de uma regulamentação da comunicação no país<sup>170</sup>. Eles estão promovendo e pressionando a partir da configuração de uma cidadania coletiva, que provém e é direcionada a um coletivo de direitos e não a um indivíduo de direitos.

Gohn (2008) ainda estabelece outros conceitos atuais de cidadania como a política, a cosmopolita, a diferenciada e a planetária, vislumbrando as diferentes lutas de

---

<sup>170</sup> Marco Civil da Internet e Marco Regulatório dos Meios de Comunicação. Disponível em: <http://www.comunicacaodemocratica.org.br/>. Acesso em: 15 de dezembro de 2013.

grupos diversos que fazem parte da sociedade atual. Esses grupos refletem as mais diversas dimensões sociais e reforçam áreas às quais o conceito de cidadania não chegou com seus tentáculos. Vemos nessa proliferação de conceitos as diversas instâncias e grupos sociais determinando formas de cidadania que remetem a linhas de interesse variadas. A política remete à participação política no Estado; a cosmopolita agrega o processo de deslocamento global que tenta incluir os excluídos e afetados pela globalização, como imigrantes e expatriados; a planetária recorre a valores universais acima de nações; a diferenciada ou multicultural trabalha com os valores relacionados à diversidade étnica e há ainda a do mercado, própria da nossa sociedade do consumo que desvirtua o conceito e transforma o cidadão em cliente. Gohn (2008) traz como exemplo dessa última a educação e a saúde em que o cidadão não é mais o detentor de direitos aos dois serviços, mas se torna cliente.

A construção do que poderiam ser os diversos vieses do conceito de cidadania - política, econômica, social, intercultural e civil - uma cidadania social cosmopolita (CORTINA, 2005) talvez seja a proposição necessária para o mundo/época em que vivemos. Aqui se universalizaria a cidadania social, para além das fronteiras nacionais, em um mundo que verdadeiramente globalizaria de maneira justa os bens do universo em contrapartida a um individualismo possessivo – iniciado com a economia moderna e que legisla que todo homem é dono das suas faculdades e do que produz sem ter que prestar contas à sociedade. Nessa proposição, os bens do universo são bens sociais, dos que vivem em sociedade. Como seriam então partilhados esses bens? Ora, entre todos os indivíduos da terra e um bom começo para tal seria garantir os mínimos de justiça comuns nas diferentes culturas e credos religiosos. Seria um bom começo. Por parte ainda do que pensamos ser um conceito adequado de cidadania em tempos de globalização e mundialização, esses mínimos de justiça, comuns, poderiam incluir a garantia a ter voz, o que é parte do que trata a cidadania comunicativa.

#### **4.4.1 Cidadania na comunicação**

O conceito de cidadania comunicativa pode ser considerado um tanto quanto novo nos estudos da América Latina. Temos, entre outros autores, Maria Cristina Mata e sua equipe de investigadores desenvolvendo pesquisas que relacionam comunicação e cidadania no contexto da Argentina e Carlos Camacho na Bolívia.

É importante tratar de contexto quando da construção do conceito de cidadania comunicativa na América Latina, assim como todos os outros conceitos de cidadania sempre tiveram profunda interligação a um determinado contexto/lócus/momento da história da humanidade.

Os estudos voltados para a construção de um conceito de cidadania comunicativa tiveram seu início na década de 90 quando a midiaticização, o advento da sociedade da informação e a relação do público com os meios de comunicação de massa se tornaram objeto-foco de reflexão por parte da academia, principalmente. Diz-se da academia porque é possível denotar reflexões e reivindicações acontecendo muito antes, várias delas promovidas por agrupamentos e movimentos sociais. Essas reflexões partiam do pressuposto de uma hegemonia dos meios de comunicação de massa e da falta de espaço democrático e igualitário nesses meios. A falta de voz<sup>171</sup>.

No momento em que se concebem cidadãos, portadores de direitos e exercedores desses direitos como também partícipes de um espaço público, comum, entende-se que esses mesmos cidadãos podem se tornar sujeitos de um espaço midiaticizado. Em outras palavras: o espaço público que deve ser tomado, ocupado e partilhado por todos hoje, é em grande parte, formado pelos próprios meios de comunicação de massa (MATA et al., 2009). Ao mesmo tempo, esses cidadãos são sujeitos partícipes de um público assistente-telespectador-ouvinte-leitor, um público desses meios de comunicação de massa e que também devem (deveriam) ser ativos participantes desse espaço público, com a chancela de cidadãos. Mata (2006) propõe então o cruzamento tensionado entre o público dos meios e a condição cidadã. E como se dá essa tensão?

Num primeiro momento há que se lembrar do papel dos meios de comunicação de massa em nossa sociedade. Como o “quarto poder” (depois do julgamento do mensalão desconfio que tenha se tornado o primeiro<sup>172</sup>...), os MCM usufruem da liberdade de se estabelecer à margem do controle democrático eficaz, diz Mata (2006), porque podem criticar todos os outros poderes sem terem as críticas ao seu desempenho conhecidas facilmente pelo público. Além disso, ao mesmo tempo em que o Estado ou grupos políticos afastam qualquer tipo de censura a esses meios, se pede

---

<sup>171</sup>Em Bona (2008), no estudo de três organizações de Curitiba e da comunicação dessas, é possível encontrar inúmeros depoimentos, exemplos de uma relação não amigável entre movimentos sociais e populares e mídia hegemônica.

<sup>172</sup>Em vista da super midiaticização do processo do mensalão não é difícil entender que a construção do discurso em rádios e tevês possa ter pressionado e influenciado o circo de decisões tomadas pelo STF. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/09/1345627-dirceu-foi-condenado-sem-provas-diz-ives-gandra.shtml>. Acesso em: 23/12/2013

responsabilidade na cobertura dos fatos voltados para os mesmos. O que denotaria uma censura aceitável, segundo Mata e, que eu diria, seria construída a partir dos conluios vastamente reportados por diversos autores, a exemplo de Biz e Guareschi (2005). Assim, temos na sociedade uma legitimidade informacional ou uma democracia da opinião (Sarlo apud Mata, 2006) diferente da democracia institucional. Parte-se, então, da questão: e como o público exerce a sua liberdade à livre expressão nesse espaço em que hoje há uma indústria que produz e distribui os bens comunicativos culturais hegemônico? Para Mata (2006) a construção do conceito de ser cidadão parte dessa percepção de que o público é cidadão a partir da

Practica que implica la capacidad de ser sujeto en todos los ámbitos en que se construye el poder y, por consiguiente, como práctica que implica el participar efectivamente en la elaboración de las reglas que, con validez de norma instituida o legitimada, tienen capacidad de ordenar la vida en sociedad (MATA, 2006, p.8).

Para ela, a prática cidadã não só determina os direitos e deveres do indivíduo em relação ao Estado mas também uma ordem de aparição no espaço público sendo efetivamente sujeitos que demandem e que proponham sobre diversos âmbitos em relação à sua experiência. Bem, mas a relação entre cidadania e comunicação possui, segundo a autora, três debilidades. Duas delas tratam das acepções de ambos os conceitos, comunicação e cidadania. A terceira trata da exclusão que a própria *agenda-setting* dos veículos realiza do vínculo meio-cidadania. É dizer que não há esse vínculo, e sim um vínculo entre público e meio somente. Mas ser público somente é não atuar, não decidir, implica uma certa “condição de impotência” (MATA et al., 2009, p. 185) que o caracteriza como sujeito indefeso<sup>173</sup>. Isso significa que, mesmo podendo eximir-se do consumo de determinados meios, o público não tem outras opções a não ser aceitar o conteúdo que lhe é imposto nas interpelações midiáticas.

Assim, para a autora, a noção de cidadania comunicativa inclui ser sujeito de direito e de demandas no terreno da comunicação pública e o exercício desse direito, o que engloba diversas dimensões: os direitos civis (de expressão e à informação); desenvolvimento de práticas que materializam esses direitos e os ampliam (dar voz e capacitar para exercê-la; lutar por estes direitos) e por fim, envolve valores como de igualdade de oportunidades, qualidade de vida e solidariedade. Em resumo, a cidadania

<sup>173</sup> Seria Sujeto de indefensión no original, já que a exemplos dos outros sujeitos, a autora utiliza um substantivo depois do sujeito.

comunicativa supera uma relação somente com o Estado estendendo-se ao mercado (MATA et al., 2009, p.186).

Nesse âmbito e para desenvolver uma matriz de estudos, Mata propõe quatro níveis em que a cidadania comunicativa pode se estabelecer: *Formal*: representada pelo conjunto de direitos específicos consagrados juridicamente; *Reconhecida*: o conhecimento que esses indivíduos têm desses direitos em face da condição de pertencentes a uma comunidade; *Exercida*: manifesta nas práticas sociais reivindicatórias desses direitos, pedindo sua vigência ou ampliação; *Ideal*: a que se estabelece como utopia a partir de postulados teóricos de verdadeira transformação social vinculada a democratização das sociedades.

O conceito da autora remete a uma cidadania comunicativa em que a própria comunicação é parte da cidadania porque, logicamente, a carência do direito de comunicar impede o exercício dos outros direitos. Ter voz e poder exercê-la é parte integrante do exercício de ser cidadão. Voltada principalmente para os meios de comunicação de massa, essa reflexão se faz ainda a partir das organizações sociais, ou como aqui estudamos, os movimentos sociais. Seria então exercício dessa cidadania se esses movimentos ou organizações tivessem espaço de visibilidade nos meios de massa ou ainda de legitimação dos seus feitos.

Mas para Mata et al. (2009) isso não seria suficiente porque exercer cidadania significa primeiro entender que o meio de comunicação não detém a chancela de “permitir” o uso desse espaço público. Quem detém esse poder são todos os “sujeitos sociais”. Dessa forma, simplesmente adaptar-se à lógica da mídia hegemônica para dela fazer parte não se traduz em um exercício de cidadania, significa que no lugar do cidadão entra o público somente.

Talvez por essa razão ainda tantos militantes de movimentos sociais resistam à lógica de realizar assessoria de imprensa ou ainda entrevistas coletivas ou participar de pautas e programas que estão sendo veiculados nos meios de comunicação de massa. Vemos alguns dos comunicadores entrevistados, tanto em Curitiba, quanto em Sevilha, mostrando que até tentam contato com a grande imprensa pretendendo visibilizar algum projeto, mas esse não é o foco das suas ações comunicativas, esse não é o cerne das práticas que se realizam dia a dia. A opção é o meio digital, mais em um contexto (Sevilha) do que outro (Curitiba) mas, ainda assim, se mostrando central nessas estratégias. E essa é uma forma de se caminhar em direção à cidadania comunicativa, se tomamos em conta a visão de Mata et al. (2009). A autora afirma que quando se busca



outras condições de visibilidade pública – no espaço urbano (cartazes e bilhetes), nas instituições públicas ou em meios alternativos de comunicação (e sinto que o ambiente digital, autoregulável se estabelece nessa categoria) – mais as lógicas da mídia de massa impostas se tornam forçadas, não naturais, e é aí que o exercício da cidadania comunicativa encontra maiores possibilidades de realização. Por essa razão para nós, nessa investigação, é importante entender se esses comunicadores-sujeitos comunicantes veem na lógica da mídia hegemônica uma naturalidade no fazer comunicação ou se levantam para fazer o outro, o novo, o diferente, o exercício do que se sabe que é de direito. E, por fim, um questionamento que alimenta a continuação da investigação de Mata nos motiva nessas reflexões realizadas: quanto de cidadania comunicativa está sendo realizada de maneira independente dos meios massivos? Já temos algumas pistas. Dependendo do contexto estudado, vemos que o uso da ambiência digital acaba reunindo mais forças e, por conseguinte, mais liberdade de produção de mensagens e de troca com possíveis públicos-cidadãos ligados a esses movimentos. Serão levados em conta, também os níveis de cidadania comunicativa propostos por Mata et al. para os estudos empíricos aqui realizados, a fim de pensarmos as ações comunicativas desses profissionais no ambiente digital.

Mas, transcendendo a cidadania comunicativa que se relaciona aos veículos de comunicação de massa ou ainda à informação que é/deve ser pública, é possível ainda estender esses níveis de cidadania adaptando-os ao papel que vemos o comunicador estabelecer em seu fazer diário. Ali ele pode ser um mediador de processos, de vozes, alguém que possui o conhecimento técnico do ofício mas que vai além, suplanta o fazer pelo fazer e, aliado a uma militância que pode estar presente, estabelece outros rumos para a comunicação. Sendo o intelectual desse grupo é possível que, mesmo sem saber, ele esteja traçando linhas de atuação que coadunem com a prática e exercício de uma cidadania comunicativa dentro do movimento, entre seus integrantes, com seus públicos atendidos. Por meio do comunicador, a cidadania comunicativa pode se estabelecer na capacitação de alguns públicos atendidos pelos movimentos sociais, como o *Cefuria*, para a produção em meios alternativos ou comunitários. Ainda, essa cidadania pode nascer a partir da capacitação relativa à leitura crítica das informações recebidas tantos por meios alternativos quanto hegemônicos. Além disso, essa cidadania comunicativa pode estar sendo alcançada no fazer do movimento, quando seus integrantes veem mais do que instrumentalidade nas trocas. Esses mesmos profissionais podem “informar”

quanto aos direitos mínimos, quanto ao conceito da cidadania e quanto ao exercício desta, que pode ser comunicativa ou mesmo a cosmopolita.

Carlos A. Camacho (2007), que tem seu foco de pesquisas na América Latina partindo da realidade da Bolívia, também desenvolveu estudos voltados para a construção de um conceito de cidadania comunicativa. Partindo de um contexto e de estudos voltados para os direitos que estão previstos em documentos e leis que acordam práticas mundiais e locais, como o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD 2002 - o investigador consegue traçar um cenário com variáveis que influenciam esse conceito.

Para ele - a exemplo da construção que Cortina faz – o conceito de cidadania parte das duas linhas: liberal e comunitarista, onde na primeira o indivíduo é o cidadão e na segunda a comunidade o é. Dentro dos direitos que são inerentes a esse cidadão estão os que juridicamente devem ser garantidos e os que socialmente devem ser buscados. Ambos partem da prerrogativa de que existe um espaço público onde esses direitos são buscados, conquistados, garantidos e que muitas vezes pode ser o espaço do embate político. Camacho então expõe o *Direito a Liberdade de Expressão e o Direito à Informação* como componentes para a construção de uma cidadania comunicativa. Na verdade, Camacho (2007) entende que o *Direito Humano à Informação* (que aparece como determinante em uma Sociedade da Informação ou do Conhecimento) que deve ser composto pela possibilidade de não só receber mas também de investigar e divulgar tanto informações quanto opiniões utilizando qualquer meio, acaba se tornando o eixo central para a construção da cidadania comunicativa. Esta, a partir das múltiplas dimensões (política, social, econômica, civil, intercultural e global), deve contribuir, por meio de três ações: formação de opinião pública, deliberação pública e participação e controle social, na construção de espaços públicos democráticos orientados para o desenvolvimento (2007, p. 21).

O autor inclui nesta construção tanto os meios de comunicação de massa quanto o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como forma de se tornarem o cenário do debate público e de construção de “verossimilhança” do fazer político e de seus atores. A partir do consumo midiático e da informação jornalística de qualidade, é possível que as pessoas exerçam ativamente as cidadanias porque podem formar opinião, colocá-la em público e elaborar um consenso decidindo sobre determinado assunto de interesse comum e controlar o que é decidido pelo povo. Por

outro lado é possível, também, que se mantenham somente como consumidores desse conteúdo, o que não configura o exercício da cidadania comunicativa.

As TICs se estabelecem ainda como âmbito de representação simbólica onde grupos variados – ocupando um espaço que é público – reconfiguram sua identidade cultural, expressam suas demandas e interesses, debatem os assuntos públicos e se reconhecem como membros de uma comunidade, o que pode reforçar o estabelecimento de políticas públicas que atendam a esses anseios.

Camacho ressalta que a informação possui centralidade nesse conceito porque ela reduz as incertezas. Podemos aferir que quanto mais bem informado, mais possibilidades de ser ator de sua cidadania o sujeito pode ter, porque faz jus do direito de “receber, investigar e difundir informação e opinião” (2005, p. 2).

A cidadania comunicativa se estabelece na relação do sujeito com os meios de comunicação de massa em duas dimensões. Na primeira, o sujeito exerce a cidadania através dos meios, na segunda ele aprende a ser cidadão na relação que ele constrói com os meios (Camacho, 2007). Camacho se refere aqui à relação do público, sujeito comum, que é receptor e co-partícipe em algumas situações específicas do uso desses meios de comunicação de massa.<sup>174</sup> Ele ainda aponta a brecha existente entre os que possuem efetivamente acesso e os que estão marginalizados, invisíveis e sem voz.

De ahí que la definición mínima de la noción de ciudadanía comunicativa plantea una dirección doble: de los medios hacia el ciudadano (oferta mediática) y del ciudadano hacia los medios (consumo cultural), donde aquel es una persona que ejerce íntegramente su derecho garantizado por el estado no sólo a recibir, sino a investigar y difundir información y opinión por cualquier medio, y asume activamente sus responsabilidades en la generación y reproducción de procesos de formación de opinión y deliberación públicas, y participación y control sociales; y aquéllos demuestran, por us propia labor, que les reconocen como beneficiarios directos e interlocutores suyos, asumiendo su corresponsabilidad en la construcción de espacios públicos verdaderamente participativos, conducentes a la definición y ejecución de estrategias y acciones de desarrollo.(CAMACHO, 2005, p.121).

Ambos autores, Mata e Camacho, estudando contextos específicos dentro da América, apontam para a questão da formação de público dos meios de comunicação e

---

<sup>174</sup> Não vamos trazer aqui a discussão sobre o acesso, participação e controle tão bem discutida por diversos autores, mas é importante ressaltar que aqui se fala de uma cidadania ideal, de um processo efetivamente cidadão de relação com os meios de comunicação de massa, conceito que é irreal na prática nos dias atuais por todos os paradigmas que temos na mídia brasileira: concentração dos meios em poucas famílias, falta de regulação e pífio acesso efetivo da população na produção e controle desses meios.

que é necessária uma reconfiguração desse público para existir efetivamente a cidadania comunicativa: partir de simples consumidor para efetivo partícipe. E isso se daria da seguinte forma, coadunando os dois autores e levando em conta o que temos aqui nessa pesquisa: mediação realizada pelos movimentos sociais e seus comunicadores ali inseridos para um público que é atendido por esses movimentos, ou melhor, faz parte desses movimentos.

O conceito de cidadania comunicativa nessa investigação se relaciona à ação comunicativa que é realizada na produção dos conteúdos, na escolha das estratégias comunicativas e dos formatos dentro do movimento social. Ele permite pensar se esse fazer próprio do comunicador inserido nesse contexto está proporcionando essa dupla direção: se sua ação permite que seu público receba informação suficiente (quantidade e qualidade) para promover essa cidadania (permeada das diversas dimensões: política, social, cultural) e se esse público figura nessa comunicação tanto como partícipe como decisor/opinador e ainda, se ele se vê como ator efetivo e ativo de sua própria cidadania por meio dessa comunicação.

Aqui também podemos refletir se, por meio da ambiência digital, que como já falamos constitui-se, de certa maneira, livre, esse comunicador tem fortalecido laços com outros movimentos e trabalhado em prol de uma cidadania comunicativa para todos, em que todos (ampliando-se aqui como “todos” os grupos sem distinção) sejam os sujeitos críticos tanto formadores quanto decisores sobre o que irão se informar. Neste sentido, a pesquisa realizada com Elisa, da *Terra de Direitos* sinaliza para um trabalho dos comunicadores para todos. Segundo a jornalista, seria interessante se os movimentos sociais “liberassem” algumas horas desses comunicadores neles inseridos para que se ocupassem de demandas que reúnam os movimentos e parte da sociedade em geral em um processo mais coletivo. Nesse serviço, os comunicadores estariam trabalhando no *Jornal Brasil de Fato* de maneira voluntária ou mesmo nos veículos de informação que se nomeiam comunitários, unindo forças em prol de uma comunicação de massa verdadeiramente democrática.

Aqui o que se intenta responder, a partir desses conceitos de cidadania comunicativa, é se o trabalho desses comunicadores estudados, se as práticas de comunicação e o sentido que essas práticas possuem favorecem a existência e o exercício de uma cidadania comunicativa; como ela acontece e para quem. Ressalta-se que essa verificação está sendo realizada de maneira mais efetiva numa ambiência digital, no uso de tecnologias da informação que se estabelecem como o espaço público

de discussão e voz, interligado com o espaço público sociedade composto com os meios de comunicação de massa, sabendo-se que há mútua influência entre esse ambiente digital, e o espaço público configurado pelos meios de comunicação de massa.

## 5 AS PRÁTICAS NA TRAJETÓRIA DE COMUNICADORES DE MOVIMENTOS SOCIAIS DE CURITIBA

Este capítulo apresenta a descrição dos dados obtidos com os quatro comunicadores de Curitiba a partir das dimensões trabalhadas na problemática que incluem: o consumo midiático; a cultura profissional/trajetória; a cultura política/militante; os movimentos sociais a que estão ligados, a comunicação nesses movimentos, as práticas comunicacionais desses sujeitos no ambiente digital e uma análise sobre o sentido dessas práticas e a relação com a cidadania. Os comunicadores, tendo participado da pesquisa exploratória realizada na caminhada investigativa, foram escolhidos para compor a amostra da pesquisa sistemática. Aqui é importante trabalhar com os dados colhidos ao longo dessa caminhada de quatro anos de investigação. Assim, os dados analisados são uma junção do que foi visto na exploratória 3 realizada em julho de 2012 (e, como no caso do Alison, há informações coletadas na exploratória 1) e também na coleta sistemática que aconteceu em julho e setembro de 2013, depois ainda do amadurecimento das decisões e procedimentos desta coleta focalizada no relato das trajetórias dos comunicadores, a partir da coleta de dados realizada com quatro comunicadores em Sevilha - cujos dados são analisados no capítulo 6.

Relembrando as opções realizadas na 2ª exploratória, com uma seleção ainda feita a partir dos movimentos sociais a que esses comunicadores se ligavam, tínhamos cinco organizações que tiveram seus representantes investigados por meio de uma entrevista em profundidade. Essas organizações eram a *Associação Cultural de Negritude e Ação Popular – Acnap*<sup>175</sup>, o *Cefuria*<sup>176</sup>, o *Reage Brasil*<sup>177</sup>, a *Terra de Direitos*<sup>178</sup> e o *IDDHEA*<sup>179</sup>. A outra organização da lista da *Frentex-PR* que teria cumprido com os requisitos de recorte que determinamos (ter atuação focada localmente, possuir um comunicador responsável e desenvolvimento de produtos de comunicação no ambiente digital), era a *Soylocoporti*, que acabou não aceitando realizar a entrevista, como já explicitado no capítulo de metodologia.

Dessas entrevistas realizadas na 3ª exploratória, percebemos que a *Acnap* estava em um momento de falta de investimento, desestruturada e sem uma organização

---

<sup>175</sup> Entrevista realizada em 16 de fevereiro de 2012 com Vivian (pseudônimo).

<sup>176</sup> Entrevista (2ª) realizada em 02 de março de 2012 com Alison (pseudônimo).

<sup>177</sup> Entrevista realizada em 07 de março de 2012 com Márcio (pseudônimo).

<sup>178</sup> Entrevista realizada em 05 de março de 2012 com Tiago (pseudônimo).

<sup>179</sup> Entrevista realizada em 28 de fevereiro de 2012 com Elisa (pseudônimo).

voltada para a comunicação. A entrevista revelou mais ações do passado e o desabafo da gestora que, ao mesmo tempo em que cuidava dos vários projetos para sustentabilidade da organização, procurava voluntários que poderiam trabalhar com a comunicação tanto impressa quanto digital. Importa ressaltar que nem a entrevistada nem as duas meninas que ainda estavam lá ajudando-a na única ação que restou – um curso preparatório para vestibular – entendiam como atualizar o blog que foi criado por um aluno de comunicação e desde 2010 não tinha atualizações. Optamos, então, por excluir essa organização da investigação já que traria poucos subsídios em relação ao fazer do comunicador.

Outras alterações se realizaram também nesta 3ª exploratória. Ainda partindo das organizações, a volta à *Terra de Direitos* para falar com a Luísa (da primeira exploratória) foi uma estratégia que não se consolidou porque a comunicadora decidiu mudar de área de atuação. Assim, ainda mantendo o vínculo com a organização, entrevistamos Elisa, que estava anteriormente vinculada ao *Cefuria* em tempo parcial e iria trabalhar com a comunicação da *Terra de Direitos*. Na 3ª exploratória, Elisa estava há poucos meses na *Terra de Direitos* e já tinha uma caminhada no *Cefuria*. Dessa forma, trabalhamos na entrevista questões gerais voltadas à formação, crenças, militância e não ao trabalho propriamente dito na *Terra de Direitos*. Na coleta sistemática, realizada em julho de 2013, Elisa se mantinha nas duas organizações e foi possível tratar mais dos afazeres digitais.

Entre os comunicadores pesquisados, Alison foi o único que participou desde a primeira exploratória; voltou a participar da terceira e foi escolhido para a coleta de dados da fase sistemática. Nesse meio tempo, mudanças na vida profissional e militante também aconteceram. Há mais de 7 anos trabalhando no *Cefuria* (um tempo em conjunto com Elisa) foi chamado para ir cuidar da comunicação na *Plataforma Dhesca*, um organismo que se estabelece como uma associação de diversas organizações, voltado principalmente para a defesa dos Direitos Humanos em várias frentes e tem atuação nacional. A 3ª exploratória focalizou, ainda, o trabalho desenvolvido no *Cefuria* e a coleta sistemática apontou para os fazeres na plataforma, mas voltados ainda para uma visão geral da atuação do comunicador como intelectual orgânico de diversos grupos sociais.

Márcio foi contatado por ser o comunicador do *Instituto Reage Brasil*, mas sua atuação extrapola o instituto e ele não é o comunicador exclusivo da organização. A entrevista da 3ª exploratória foi realizada com ele voltando o foco para entender sua

caminhada e seus fazeres no movimento, mas a coleta sistemática foi muito mais focada nas suas construções comunicativas extrapolando as margens do movimento.

Por fim, Tiago foi entrevistado na 3ª etapa exploratória por fazer parte e ser o comunicador de uma das organizações selecionadas na lista da *Frentex-PR*, o *IDDHEA*. A trajetória de Tiago também sofreu mudanças no decorrer dessa pesquisa e ele se desligou profissionalmente do *IDDHEA* investindo muito mais tempo em uma agência de comunicação especializada em comunicação para o terceiro setor.

Enfim, impossível em 4 anos de investigações, pressupor que organizações e comunicadores se manteriam realizando as mesmas práticas, nos mesmo lugares, de maneira estável. Ainda mais com a volatilidade já percebida e teorizada dos movimentos e organizações sociais. Como pesquisa é, também, tomar decisões, a partir desse cenário das entrevistas realizadas na 3ª exploratória e da confrontação desses achados com o olhar da banca de qualificação, decidimos focalizar a problemática no fazer do comunicador social destinando menos foco para o movimento em que está inserido no momento da pesquisa e mais esforço em trabalhar com a sua trajetória de vida, com os elementos que a compõem, sua formação, crenças, consumos, militância e suas decisões em relação às construções comunicativas realizadas, principalmente no ambiente digital.

Nessa linha, ficamos finalmente com 4 comunicadores: *Alison, Elisa, Márcio e Tiago*. Nas análises que se seguem, trabalho com dados obtidos tanto no terceiro movimento exploratório quanto nas últimas entrevistas, realizadas em julho de 2013, nos dias 23 (Alison), 24 (Elisa) e 31 (Márcio) e em setembro de 2013, no dia 18 (Tiago). As entrevistas duraram em torno de 1h a 2h e foram gravadas e decupadas em detalhes, incluindo a sinalização dos silêncios, risos, etc. Na coleta sistemática, como já haviam sido feitas entrevistas prévias com todos os comunicadores, procurou-se aprofundar algumas questões que necessitavam de esclarecimento, mas principalmente lançar um olhar para a trajetória do profissional. Antes de cada entrevista foram estudados os relatos fornecidos um ano antes, na 3ª exploratória para confrontar posições, checar tendências, verificar pontos com necessidade de aprofundamento, etc. Levantaram-se, principalmente, questões voltadas às novas experiências, novos movimentos e posições que esses comunicadores estão ocupando na atualidade.



## 5. 1 Alison: mudança de movimento e crise ideológica

Alison é formado em Jornalismo e Relações Públicas, mestre em Comunicação. trabalha na *Plataforma Brasileira de Direitos Humanos, Econômicos, Sociais, Culturais e Ambientais*. É casado e professa a fé evangélica.

A primeira vez que o entrevistei foi na primeira exploratória, mas já o conhecia de outras trocas intelectuais. Ele estava há 7 anos como comunicador do *Cefuria*<sup>180</sup> e cuidava das produções em comunicação da organização, mas também se via como educador, isto é, dentre os projetos encabeçava os que tratavam de capacitação para os meios, as rádio-escolas, etc. Se nomeava como educador, mais educador que comunicador. E a missão junto ao público final o motivava. Na segunda entrevista feita para a terceira fase exploratória 3 ele já contava com a ajuda de Elisa, relatou que ambos dividiam bem os afazeres e que, com a entrada dela - mais nova -, o *Cefuria* ganhou uma página no facebook e uma conta no twitter.

Antes de trabalhar no *Cefuria*, Alison participou do *Núcleo de Pesquisas da Universidade* que trabalhava questões de cidadania e foi por ali que começou a entender que as coisas poderiam ser diferentes, principalmente no que se refere à maneira como os meios de comunicação de massa têm tratado questões tanto políticas quanto da sociedade civil.

Seu *consumo midiático*, quando adolescente era, segundo ele, o “normal”, ou seja, na visão dele o que todo adolescente consumia: via TV sem muito compromisso quando estava ligada, lia livros e revistas próprias da idade sem um assunto específico, mas coloca destaque no rádio que ouvia junto com o avô. A família não era muito politizada. Ele menciona lembrar bastante de seu próprio medo, em relação às campanhas nas eleições de 1989, quando em casa manifestavam medo contra "os comunistas".

Foi realmente quando entrou no *Cefuria* que, conforme relata, construiu e determinou seu posicionamento crítico e militante. Alison é um rapaz calmo, com feições ponderadas, simples, mas que tem um costume de repensar e questionar sempre o seu fazer. Nas três entrevistas, amadurecemos posicionamentos; ele repensou, mas não alterou muita coisa. Na sequência reconstruo os relatos realizados pelo comunicador nos

---

<sup>180</sup> Falamos do movimento social do Alison no capítulo de metodologia e ambas as organizações serão descritas ainda nesse capítulo, mais à frente.

três encontros tendo como eixos os aspectos de problemática orientadores dos blocos temáticos das entrevistas realizadas.

### 5.1.1 Cultura profissional/trajetória

Boa parte da trajetória profissional de Alison foi explicada na exploratória 1, em 2010, e consta no capítulo de metodologia. Foram três momentos de conversa com esse sujeito comunicante: 2010 (exploratória 1), 2012 (exploratória 3) e 2013 (coleta sistemática). Lembramos aqui que ele é formado em Jornalismo e em Relações Públicas, pela Universidade Positivo e pela Universidade Federal do Paraná, possui 36 anos e prioritariamente esteve trabalhando no *Cefuria* nos últimos – quase – 10 anos. Antes disso, trabalhou em uma escola pública estadual.

A atualização na trajetória dele, com a 3ª exploratória, se dá pela realização do seu mestrado em comunicação realizado na Universidade Federal do Paraná, no qual empreendeu uma pesquisa sobre os educadores do *Cefuria*<sup>181</sup>. Continuava se vendo como um deles quando falamos pela segunda vez (um educador); entendia (e entende) o ambiente digital como um espaço de democratização de conteúdos para o que se quer divulgar, apesar de saber que o público do *Cefuria* tem pouco acesso a Internet.

Seu papel profissional dentro do *Cefuria* foi explicitado nessa segunda entrevista:

Comunicação popular, comunicação interna, institucional e a função de educador. Comunicação institucional acho que é mais adequada que interna, comunicação interna é mais vício de RP, toda aquela coisa de jornal mural, intranet, é vício de RP, é comunicação institucional. A comunicação interna é totalmente deficitária aqui, a gente se fala bastante, mas de coisas que a gente precisa fazer, por exemplo de equipamento, eu posso colocar uma folha nesse armário “pessoal, anotem o equipamento para a gente saber com quem tá”, não funciona, então são essas coisas que é problema de comunicação. Tem outros problemas, de não saber a agenda do outro, onde é que está fulano, não sei, nem apareceu e não falou nada. É. E aí a comunicação institucional, que é o *site*, essa parte das redes sociais eu já funciono como educador mesmo. (Alison, 2012).

---

<sup>181</sup> Como éramos mais próximos e trocávamos referências bibliográficas fui à defesa da dissertação dele. Sua pesquisa era voltada para a capacitação para a comunicação que era realizada nas oficinas do *Cefuria*.

No início de 2012 ele já se preparava para a mudança de trabalho, para atuar na *Plataforma Dhesca*. Passava um pouco de tempo lá e um pouco no *Cefuria*. Na *Dhesca*, prioritariamente, ele é um comunicador, um relações públicas mesmo. Atualiza o facebook, envia *releases* para a imprensa – a contragosto<sup>182</sup>, manda twitters. Mas não é um fazedor. É um gestor da informação porque quando pergunto quem toma as decisões sobre o que vai ser dito ou vai ser publicado, ou mandado, ele responde que é ele e a secretária geral. Raramente conversa com o coordenador, que também faz parte de outras organizações para perguntar a opinião. Como a *Plataforma* é um organismo que reúne outros, não determina um fazer “prático”, como havia no *Cefuria*, um trabalho direto com as comunidades, onde há um fim; ele explica que sua rotina está praticamente toda centrada na Internet. Um trecho da última conversa, em 2013 exprime essa “frustração”.

N – Hoje tua missão na Plataforma é mostrar o quê pra quem? Ali dentro, se for pra resumir, você se vê fazendo o quê?

Alison – Eu continuo me vendo fora da Plataforma, não assumi pra mim. Se voltar naquela conversa que a gente teve há um ano [2012] é o mesmo sentimento, o mesmo sentimento. Você lembra que eu estava puto, por que eu não conseguia fazer aquele trabalho... que não me leva a lugar algum... (Alison, 2013)

Ali ele tentava explicar que não via o resultado final do próprio trabalho como quando era educador no *Cefuria*, quando entrava em contato com as comunidades. Aliás, esse “papel” desempenhado foi o que mais mudou na visão do comunicador. Na primeira vez em que nos falamos, ele assumiu que era educador. Orgulhava-se de trabalhar com comunicação na organização, mas em boa parte do tempo era comunicador popular, daqueles que chamamos pela expressão “pé no chão” mesmo. Enquanto estava no *Cefuria*<sup>183</sup> reviu essa autodenominação, muito por conta de sua postura sempre crítica e reflexiva:

N - Você continua se considerando educador, em vez de comunicador? Mudou depois que vim aqui?

A - Mudou, porque eu não consigo ainda me identificar como educador, apesar da minha pesquisa [mestrado] tratar de educadores em movimentos populares, não consigo me

<sup>182</sup>Esse processo está melhor detalhado no subtítulo: práticas de comunicação do comunicador no ambiente digital.

<sup>183</sup>É importante entender a gênese do *Cefuria*, sua ideologia e *modus operandi* para saber que a organização dá esse tipo de direcionamento a partir dos projetos desenvolvidos e das escolhas em relação aos mesmos. Isso será explicado ainda neste capítulo.

identificar como educador. Mas eu não consigo me ver, depois da pesquisa, só como educador, porque eu trabalho como educador e como comunicador. Eu sou um educador. O pessoal da *Ciranda* tem mais essa capacidade de dizer que são educadores, trabalhamos com educação, eu não me identifico como educador, acabo dizendo que sou educador popular, pra muita gente, digo que sou educador popular do *Cefuria*, ou educador do *Cefuria*, acho que acaba abarcando mais o que eu faço do que se eu me chamasse educador. Também porque muita gente não sabe o que é educação. Eu me vejo mais como educador, e educador popular. Por trabalhar mais particularmente com a educação. O trabalho que fiz ontem, por exemplo, da oficina de oratória, é um trabalho de educação, que está relacionado a comunicação mas é um trabalho de educação, eu não fui só passar conteúdo, fui dialogar, e nesse sentido fui mais educador. Ensinar, trocar experiências, é contaminado por essa coisa do Paulo Freire, de educação popular. (Alison, 2012)

Como no trabalho da *Dhesca* é muito mais articulador de negociações em geral, um dos seus papéis é mover certas forças políticas e sociais, locais e federais e de outros movimentos a partir da publicação de notas e do acompanhamento de decisões que se voltam para questões relacionadas aos direitos humanos, ambientais ou sociais. Ele afirma que várias vezes postou informações ou perguntas pelo twitter da organização “marcando” pessoas influentes, como a Ministra da *Secretaria de Direitos Humanos*, para “cutucar”, provocar reações e debates.

Mas a missão de estar no *front* das informações relacionadas a DH no Brasil não é, segundo ele, para alguém que tem estômago fraco. Esse trabalho envolve estar o tempo todo informado sobre as agressões e violações aos Direitos Humanos. Ele conta uma estória para ilustrar o processo que teve que interiorizar para não passar mal com a indignação sentida todos os dias. Ele diz que em um ano e meio de trabalho já se acostumou com situações muito doídas, criou uma espécie de defesa, senão ficaria doente.

Ah, ficaria. Dos Guaranis, a J., uma secretária, foi para lá, conheceu uma senhora e ela tirou foto de um menino, uma foto muito bonita, estilo Sebastião Salgado assim, numa casa, num barraco mesmo na aldeia. E o menino estava sentado brincando. Algum tempo depois a gente viu uma notícia de que uma criança havia sido atropelada. Uma senhora estava com três crianças, três netos, todos abaixo de quatro anos, dois com ela, menores, e dois do outro lado da pista. E era esse menino que ela tinha tirado foto, de quatro anos. O cara passou, atropelou o menino, arrastou por alguns metros e foi embora. O menino indígena, Guarani. Então a gente ficou chocado. Vi a notícia e mandei pra ela. Ela encheu os olhos de lágrimas, chorou, eu fiquei parado olhando a notícia e fiquei chocado, chocado (Alison, 2013).

Alison recebe salário pelo que faz e sustenta a casa com o trabalho de comunicação na *Dhesca*. Não vê a sua vida como se tivesse que ser separada entre trabalho e militância. Ele afirma que realmente não se vê trabalhando fora do que acredita, não consegue. Tem planos de lecionar, mas sabe que tudo tem seu tempo.

Deixa claro que, com esse trabalho na plataforma, passou a entender muito mais de Direitos Humanos do que sabia antes, mas explica esse “saber” como algo que é interno à organização. Não consegue ver certas demandas ou discussões sendo explicadas "para o povão" por meio de estratégias de comunicação. É como se o trabalho fosse tão especializado que ele funcionaria como *gatekeeper*<sup>184</sup> de como as informações saíam dali, como seriam publicadas, com quais intenções ou sentidos.

### 5.1.2 Cultura política/militância

Alison milita enquanto trabalha. Ou trabalha naquilo que milita. Vê seu trabalho como político ao mesmo tempo que é técnico. Como está em um organismo que vive na ponta dos embates que acontecem em nível de Estado, Mercado e Sociedade Civil, seu fazer está muito pautado pelas posições que os grupos que a plataforma reúne determinam. É claro que seu histórico de quase 10 anos de trabalho no *Cefuria*, assessorando a diversos movimentos sociais e a participação em muitos fóruns e outros coletivos, já fornecem o certificado de um treinamento ideológico realizado na vida. A equipe *Dhesca* não “precisou” treiná-lo para o fazer ali, para explicar a “linha editorial” usada. O comunicador, por si, também fez seu trabalho inteirando-se dos processos e das maneiras de comunicar utilizadas anteriormente para depois imprimir seu jeito de realizar a comunicação.

O que destaca o fazer na *Dhesca* e que envolve muito uma veia militante é que, por estar sempre envolvida em assuntos de decisões nacionais, em defesa de povos e minorias, tomando um lado determinado, a comunicação é alimentada por esses processos factuais, em sua maioria. Por mais que a plataforma ofereça documentos mais teóricos de análises, endereçados principalmente aos movimentos, essa posição de meio de campo, de negociador, faz a comunicação se focar no factual, na publicização de temáticas que estão para serem decididas, com um claro intuito não só de comunicar

---

<sup>184</sup> O *gatekeeper* é o editor, o selecionador, quem cuida do “portão” e decide entre o que passa e é publicado e aquilo que não fará parte das edições dos meios de comunicação.

como também de mobilizar. E, por essa razão, esse fazer também é fortemente influenciado pelas vitórias conseguidas nesses embates e pelas derrotas amargadas.

Aqui entra a questão da volatilidade dos movimentos em si. A plataforma é um coletivo de movimentos que tem linhas claras de atuação, mas dependendo do que está na pauta do governo para ser aprovado alguns assuntos e lutas são mais focadas na sua comunicação do que outras. Percebe-se nisso também um forte componente emocional, de militância. Um caso exemplar, neste sentido, foi a escolha do deputado federal e pastor evangélico, Marco Feliciano, para presidir a Comissão de Direitos Humanos e Minorias da câmara dos deputados no início de 2013. Com uma postura ultra-conservadora, essa escolha "jogou um balde de água fria" em todos os movimentos sociais que lutavam por políticas públicas e projetos de lei que defendiam esses grupos. Muitos se organizaram e saíram às ruas. Mas o deputado se manteve na posição até o fim do ano de 2013, o tempo regulamentar. Ficou claro que esse tipo de acontecimento com alta factualidade influencia fortemente o trabalho de comunicação em uma organização como a Dhesca.

N – Como é essa questão do Feliciano, pra vocês?

A – Só barulho inicial e morreu o assunto, a coisa continuou do jeito que estava, ele continuou lá, a mobilização morreu. Tem o A., que era coordenador da Plataforma até a última assembleia, ele se desanimou completamente. É, desanimou mesmo, a gente conversava com ele, ele estava desanimado com tudo. Acho que é difícil quem não desanima, está numa situação tão difícil... Eu não tinha a dimensão do que era direitos humanos até trabalhar na Plataforma, inclusive a partir da comunicação, do direito à comunicação, do direito à questão da liberdade de expressão, eu não tinha a dimensão do que realmente é, a questão dos indígenas. Teve um final de semana que eu cheguei a sonhar com a questão dos Guaranis Kaiowa, porque eu produzi uma nota e estava numa situação terrível lá. Naquela semana do suicídio coletivo que, na verdade, eles saíram de lá, só se tirassem eles mortos. Então fiz uma nota pela Plataforma e acabei até sonhando. A secretaria executiva da Plataforma foi pra lá e nessa semana uma assessora também. Situações terríveis. (Alison, 2013).

Além da questão da indignação ser alimentada cotidianamente para quem é militante como Alison, há situações de crenças específicas que acabam tornando seu posicionamento ainda mais complexo do que simplesmente defender uma bandeira. Alison professa a fé cristã e o posicionamento da bancada evangélica na câmara dos deputados foi reacionária, mantendo a criminalização do aborto e estimulando a homofobia. Posicionamentos contrários ao da Plataforma e dos movimentos nela

reunidos que defendem a liberdade de escolha das mulheres e a liberdade para relações homoafetivas.

A – Eu vivo uma crise bem maior do que quando eu entrei na Plataforma, em relação ao aborto e em relação à união homoafetiva. Se eu pegar pela bíblia, essas coisas todas, a bíblia não fala claramente sobre o aborto, na verdade não vejo nada tão claro. É defesa da vida na verdade, então por isso a mulher não pode abortar. E, fala mais claramente no Novo Testamento da relação homem com homem, mulher com mulher. Mas eu tenho pensado muito no direito das pessoas, o direito da relação entre duas pessoas do mesmo sexo, e do direito da mulher ao aborto, especialmente nas questões de estupro. Pô, eu vou ser contra o aborto de uma mulher que foi estuprada, e que engravidou e vai ter que conviver... Mas e essa criança? Ela não tem culpa! Como eu li nessa semana: mas a criança não têm culpa, ela é inocente... Acompanhei um caso no Chile, e a Relatoria do Direito Sexual Reprodutivo da Plataforma acompanha, uma menina de 11 anos e que era estuprada desde os 9. As organizações estão pedindo que o Chile dê o direito dela fazer o aborto. A menina foi para a tevê e fala assim, em resumo, apesar do sofrimento que eu tive, eu quero essa criança, e vou tratar ela como uma boneca. O presidente do Chile achou o máximo, a falta de maturidade de uma criança de onze anos em querer assumir... Porra, que maturidade que uma criança de onze anos tem? E o imbecil do presidente do Chile achando que ela está sendo madura...

Alison está em crise de militância. Não porque está duvidando do que acredita. Talvez porque acredite demais. E isso transparece no seu falar na última conversa. Os palavrões, sinais passionais do que acredita e defende, saem mais fácil na hora de exprimir seu posicionamento. O que também interfere na fé professada e na relação com a esposa, filósofa, com quem partilha essas discussões e direcionamentos. Ele desabafa o que vê na sua igreja:

Quando você chama essas pessoas para a racionalidade elas fogem. Eu ouvi o presidente da minha igreja falando um monte de besteira. (...) Imagine um pastor da igreja Batista que lançou um dos vídeos que circularam no Brasil todo em 2010, falando da Dilma - nem pretendo votar na Dilma nas eleições do ano que vem, mas independente disso, é de uma imbecilidade completa o que foi feito em 2010. E aí ele dizia que o P. avisou 'bem e eu avisei vocês, por que votaram no PT?' Eu tenho pressão, e ele sabe que ainda sou filiado ao PT e tenho esse lado esquerda tanto eu quanto a A.[esposa]. Ele não sabe que a A. já foi filiada ao PCdoB e à UBM (União Brasileira das Mulheres). Se soubesse aí ele ia chamar a gente numa sala pra conversar. Eu ia com um adesivo do PT no carro às vezes até pra confrontar mesmo. E aí ele começou a falar do aborto, que a Dilma, o PT, aprovou o aborto, que o PT aprovou o casamento gay, e que o PT já ia aprovar a legalização da maconha, essas três coisas. Eu fiquei puto, fiquei emputecido. Saí de lá, era uma manhã de oração, e eu saí puto de lá. Eu queria virar e sumir, eu queria reagir na hora.

Depois desse dia, Alison mandou um email para o pastor responsável pela igreja esclarecendo que era necessário ter informações para poder pregar. Explicou que a aprovação do aborto e do casamento homoafetivo foi realizada pelo STJ e não pelo PT ou Dilma e disse que havia má-intenção numa pregação daquelas.

(...) A gente trabalha com pessoas, essas pessoas ouvem o que a gente fala dentro da igreja e essas pessoas vão se orientar pelo que a gente falar. O prejuízo deles com um Alison ou uma A<sup>185</sup> de ter uma formação que vai na linha da defesa dos direitos humanos, putz... Isso é um prejuízo pra eles gigantesco. Eles não vêm pra cima da gente porque a gente coloca isso, a gente conversa. Eu chego em casa, me sinto um opressor nessas horas porque chego e digo: A., não adianta, não adianta. Não adianta pautar isso ali, você vai apanhar, e às vezes é no sentido de preservar mesmo, não querer que ela apanhe. (Alison, 2013)

A militância também pode ser vista como uma militância comunicativa nas situações postas. O profissional leva não só como um fazer técnico, mas também como um posicionamento profissional a obrigação de “checar” a informação, comportamento ensinado e pregado nas primeiras aulas de jornalismo da faculdade. Podemos então entender aqui uma militância comunicativa que, independente do credo ou da filiação, é suplantada no cotidiano. Poderia ser colocado aqui o conceito das táticas de Certeau e o *habitus* de Bourdieu para explicar esse posicionamento de Alison em relação ao pastor da igreja. A tática de informar com correção, com checagem dos fatos (*habitus* do jornalista) é aplicada em um ambiente (campo) que não costuma ser acionada. É a militância da comunicação e do movimento aparecendo nas ações.

### 5.1.3 Movimento Social a que está ligado

Aqui vamos fazer uma reconstrução de aspectos relativos à descrição e comunicação tanto do *Cefuria* quanto da *Plataforma Dhesca*, porque as ações de comunicação e os sentidos produzidos pelo comunicador Alison são vinculados a ambas organizações já que, na sua trajetória, durante essa investigação, o comunicador esteve ligado às duas.

---

<sup>185</sup> Esposa de Alison.



### 5.1.3.1 Cefuria - Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo

O *site* do Cefuria apresenta a organização da seguinte forma:

A palavra CEFURIA é a sigla ou nome fantasia do Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo. Uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, cuja finalidade é fortalecer a organização popular e as lutas do povo por melhores condições de vida. Seu nome é uma homenagem à Irmã Araújo, cuja vida foi dedicada à organização dos pobres da região sul de Curitiba para resolução de seus problemas concretos, principalmente aqueles relacionados à saúde.<sup>186</sup>

Importa aqui retomar aspectos relativos à caminhada histórica do *Cefuria*, que ajudam a contextualizar e compreender também a transformação nos processos comunicacionais no decorrer da história da organização. Entre as organizações que participaram dessa investigação, o *Cefuria* se estabelece como a mais antiga. Assim, quem vê o *Centro de Formação Irmã Araújo* de fora, não imagina que ele possa ter dado estímulo e servido de berço para organizações como o *Movimento dos Sem Terra* ou a *Central Única dos Trabalhadores*. Talvez por não ter ocupado as agendas dos meios de comunicação de massa tanto quanto essas organizações ou por estar sempre servindo de suporte para os movimentos que iam se formando de acordo com os conflitos ou necessidades, o *Cefuria* permaneceu longe das principais pautas, mas serviu como espaço ou motivação de construção e reconstrução de diversas caminhadas militantes.

Tudo nasce com a situação excepcional que estava vivendo o Brasil, que era uma época não excepcional, não sei como poderia chamar aquela época, que era a do regime militar. O regime militar, no ano de 1968 com o AI-5, acabou com todas as mobilizações políticas e sociais que existiam no Brasil, e desmontou a organização da sociedade civil. Mas o povo não estava organizado, mas organizou uma espécie de resistência de 68. Eram aqueles que não se conformavam com a situação. Estamos iniciando, exatamente em 68, com a Conferência Latino-Americana de Medelin e começamos a organizar as comunidades de base, que era organização eclesial, uma organização religiosa, uma organização de fé. Era a única organização religiosa, mas era uma organização que também servia para o civil, porque os católicos, os cristãos, os batizados são brasileiros também. (Entrevista concedida por Pe. Miguel à autora em 03/01/08. In BONA 2008, p.107).

<sup>186</sup>Disponível em: <[www.cefuria.org.br](http://www.cefuria.org.br)>. Acesso em: 15 de maio de 2012.

Com a participação de diversos movimentos e integrantes das CEBs<sup>187</sup>, além de lideranças de Associações de Bairro, a reunião de pré-fundação<sup>188</sup> do *Cefuria* aconteceu em 28 de junho de 1981. Na época da sua fundação, “o grupo de militantes cristãos, engajados no movimento popular, sentia necessidade de um espaço onde seus membros pudessem se encontrar, para estudar e refletir sobre suas ações coletivas” (SOUZA, 2006, p. 27). E por outro lado, “a MISEREOR, que é uma ONG alemã, ligada à Igreja Católica, estava aportando recursos, destinados a ela pela União Européia e procurava uma organização no sul do Brasil para (...) funcionar como apoiadora dos projetos destinados ao combate às desigualdades e injustiças sociais” (SOUZA, 2006, p. 27).

O *Cefuria* seria então uma “filial” da MISEREOR no sul do Brasil. Sua atuação abarcaria o atendimento aos movimentos sociais de Curitiba e região metropolitana, de Francisco Beltrão (PR) e de Joinville (SC) e à *Comissão Pontifícia de Justiça e Paz do Paraná* (CPJP-PR). Mas o processo de consulta às bases de como o *Cefuria* deveria se estruturar e o levantamento de demandas e propostas demorou dois anos e os recursos já não estavam mais disponíveis. Por esse motivo, no primeiro ano de sua fundação, o *Cefuria* funcionou com doações, rifas e contribuições voluntárias (SOUZA, 2006, p. 27). Depois de algumas discussões, decidiu-se restringir sua atuação à cidade de Curitiba e sua região metropolitana. Pois o “rural” se desligou, segundo Pe. Miguel, depois que o MST foi fundado. Importante aqui destacar a gênese sempre participativa, democrática que o *Cefuria* implementou.

Dentre as atividades realizadas nos primeiros anos do *Cefuria* estão a produção de materiais para os movimentos populares de Curitiba (textos, diagramação e encaminhamento para produção), cursos com temáticas variadas, seminários, articulações em torno de mobilizações como a *Campanha pelas Diretas Já, 100 dias de Acampamento em frente ao INCRA - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária, 1º Congresso do Movimento Sem Terra - MST*, além de assessorias a sindicatos rurais e urbanos. Alguns outros movimentos os quais receberam apoio na formação foram: *Movimento de Mulheres, Movimento da Saúde, Movimento de Luta contra o Desemprego* entre outros. No final dos anos 1980 o *Cefuria*, além de desenvolver as atividades planejadas, se engajou no *Movimento de Participação Popular na Constituinte - MPPC*. Em 1987 formou-se também a equipe de

---

<sup>187</sup> Comunidades Eclesiais de Base.

<sup>188</sup> Estiveram presentes 78 pessoas na reunião de pré-fundação entre integrantes das CEBs, Movimentos Populares, Pastorais e Sindicatos. (SOUZA, 2006, p. 36).

Comunicação Popular, dedicando nos planejamentos especial atenção à área de formação em comunicação popular.

Na década de 1990 destaques podem ser dados a assessorias ao *Movimento de Luta Contra o Desemprego*, ao *Fórum Popular de Saúde*, ao *Movimento pela Ética na Política - MEP* (nível municipal também), fora as manifestações de protesto<sup>189</sup> contra a chacina acontecida no Carandiru e apresentações de teatro sobre as negociatas da prefeitura de Curitiba.

Em 1993 aconteceu a discussão interna sobre ser ONG ou não. Essa década ainda viu a discussão sobre a criação da *Central dos Movimentos Populares* e as crises que se abateram nos Movimentos Sociais e, por conseqüência, no *Cefuria*. A década de 1990 terminou com o envolvimento do *Cefuria* em diversos projetos e mobilizações, sempre seguindo o tripé de Formação, Articulação e Mobilização. Seu histórico, contudo, destaca para essa década uma desmotivação – comum em vários movimentos na época – principalmente em relação às eleições. E é nesse final de década também que questões de auto-sustento entram na pauta de ações.

Na virada de século aconteceram diversos seminários e oficinas de formação em oratória, rádio, teatro, jornal e tevê. Houve esforços em organizar os arquivos que continham memórias dos diversos movimentos populares do Paraná<sup>190</sup>. Nasceu então o *CEDOC Mara Vallauri*,<sup>191</sup> que abriga diversas publicações e registros de movimentos do Paraná, Brasil e América Latina. As atividades ainda incluíram apoio às *Feiras Solidárias*, *Clubes de Troca e Padarias Comunitárias*, a acolhida à secretaria operativa de luta contra a *ALCA*<sup>192</sup> e a coleta de assinaturas contra a privatização da *Copel*<sup>193</sup>.

Ressalta-se, aqui, uma questão interessante sobre o formato de ONG que o *Cefuria* possui. Pode-se dizer que ela nasce dos movimentos sociais de Curitiba, principalmente. Nota-se características similares ao que Touraine (1998) denota como ponto comum de origem de movimentos sociais – o conflito.

Mas a história do CEFURIA prova que ele nunca fugiu dos conflitos, pelo contrário, em muitos momentos levou-os às últimas

---

<sup>189</sup> O *Cefuria* criou um painel com fotos e recortes de jornais e revistas, produziu textos e articulou com outras entidades esse painel de rua juntamente com celebração e abaixo-assinado para ser anexado ao processo de averiguação da chacina.

<sup>190</sup> O material – rico arquivo de pesquisa - estava encaixotado há anos em salas emprestadas pela organização.

<sup>191</sup> Centro de Documentação.

<sup>192</sup> Área de Livre Comércio das Américas.

<sup>193</sup> Companhia de Energia Elétrica do Estado do Paraná, quase privatizada em 2001.

consequências, como condição de superação. E, é claro, logo estava mergulhado em outro. Porque o CEFURIA não é uma ilha. Ele é perpassado por todas as contradições da sociedade onde está inserido. E a nossa sociedade, é uma sociedade dividida – entre classes sociais – pobres e ricos, trabalhadores e patrões; entre os que sabem e os que não têm acesso ao saber; entre os que vivem do seu trabalho e os que vivem da exploração do trabalho alheio (SOUZA, 2006, p.11).

E essa origem arraigada nas lutas populares fez com que a possibilidade<sup>194</sup> de se “transformar” em ONG no início dos anos 1990 provocasse uma discussão interna interessante. O relatório do final de 1992 faz uma análise dessa caminhada, dizendo que “no caminho de tornar-se uma ONG com qualificação para prestar assessoria nos diversos níveis, [o *Cefuria*] acabou se distanciando da base” (SOUZA, 2006, p. 184). Isso mostra a visão arredia que os integrantes da organização tinham em relação às organizações que iam nascendo naquela década e que, como alerta Montañó (2005), poderiam, em alguns casos, fazer parte dos projetos chamados neoliberais.

#### 5.1.3.1.1 Comunicação no *Cefuria*

As estratégias de comunicação no *Cefuria* trazem, ao longo da história, uma aposta nos meios alternativos de comunicação, que são chamados pela própria equipe, muitas vezes, de popular. Há, também, uma busca por capacitar as populações empobrecidas para que tenham espaço e voz em mídias alternativas – já que nas de massa não havia acesso e que investir em modalidades mais democráticas de comunicação popular (teatro, cartazes, folderes, vídeo, rádio) e tomar a parte nos meios comunitários é fundamental para a organização e mobilização desses grupos (BONA, 2008).

Outro aspecto que deve ser considerado é a visão interna de priorizar a capacitação em comunicação, que seria a educação popular para os meios, no lugar de utilização de estratégias de comunicação de maneira consciente da busca por visibilidade da organização. O *Cefuria* se coloca como intermediário da possibilidade de atingir a opinião pública para que esta veja o que acontece nos movimentos. Não se coloca como promotor dos movimentos de maneira a assumir esse papel, mas suas

---

<sup>194</sup> Para alguns integrantes do *Cefuria*, para se transformar em ONG e participar do rol dessas organizações que assim se intitulam nos anos 1990 – talvez podendo recorrer as benesses de outros financiamentos – o estatuto e o formato de atuação precisava ser alterado.

ações de comunicação sempre têm o intuito de “dar voz” a alguma situação específica, ou mesmo mobilizar para uma demanda específica (BONA, 2008).

Do ponto de vista institucional, o *Cefuria* não se preocupava em divulgar suas ações ou mesmo sua atuação, equipe, engajamentos, enfim. Essa constatação foi realizada em 2008 quando da realização da minha pesquisa de mestrado e se manteve nas entrevistas exploratórias realizadas em 2010 e em 2012. Apesar de não ter uma intenção na divulgação de suas ações à sociedade em geral, há uma preocupação em se apresentar para o público dirigido, isto é, o público que gravita em torno das ações do *Cefuria*, como educadores, professores e lideranças mobilizadoras. É por esse motivo que o *site* está bem constituído do ponto de vista institucional. Apesar do texto ser estritamente formal na apresentação e não mostrar nem parte da riqueza de informações que se teria visitando a sede ou indo a campo com os educadores, o *site* cumpre seu papel de fonte institucional de informações sobre o *Cefuria*.

Já o relacionamento com a imprensa<sup>195</sup> é característico dos grupos mais combativos e parece carregar os problemas que existiam nos anos 1980. Por mais que saibamos que haja uma aproximação da imprensa das pautas sociais essas abordagens, na visão da equipe do *Cefuria*, estão longe de serem fieis aos movimentos ou mesmo às informações dos fatos. Por esse motivo, a organização continua optando por formatos alternativos de comunicação em cada projeto que realiza. É claro que essa busca pelo alternativo acompanha o caminhar das mudanças tecnológicas fazendo com que a equipe lance mão da internet, do e-mail e do site de vídeos, como o *youtube*, vistos como meios alternativos e democráticos de divulgação pelos comunicadores do *Cefuria*.

Como já dito, a segunda entrevista exploratória foi realizada com o mesmo comunicador que a respondeu em 2010, Alison. Durante a entrevista, atualizei alguns dados específicos perguntados em ambos os processos e pouca coisa mudou. O que observei de atualização é que, por conta da realização do mestrado, Alison tinha pedido à organização uma diminuição de carga horária destinada ao *Cefuria* – ele foi a pessoa de comunicação da organização sozinho, durante 7 anos – e Elisa, a mesma comunicadora que está na *Terra de Direitos*, foi contratada a partir de um projeto específico para ajudá-lo nos projetos de comunicação. Sinais dessa interação entre o comunicador que estava há anos no *Cefuria* desenvolvendo suas práticas a partir de um viés mais combativo e tradicional - ligado também às históricas lutas do *Cefuria* – com

---

<sup>195</sup> Informação das entrevistas exploratórias de 2010 e 2012.

a nova comunicadora que acabou de se formar traz novas visões de como fazer comunicação, apareceram na 3ª exploratória.

O site continua no ar. (...) quando Elisa entrou, ela criou o *Facebook*, eu tinha criado o *Twitter*, o *Orkut* estava com uma página do *Cefuria* e uma página de Cultura. Blog, que a gente tinha um do ponto de cultura também, e a página que acaba sendo central, e contato por e-mail para o nosso mailing, a nossa lista de contatos. Todos os eventos que aconteciam pelo *Cefuria*, ou que a gente reencaminhava, mandava pelos e-mails.(...).Da nossa página sou eu que faço a manutenção.

N - Faz seleção de conteúdo?

A - Faço, ele já vem selecionado na verdade. Quando vem daqui de dentro já sei que é para postar mesmo, uma notícia, um material da economia solidária, já vem pra mim. O mestrado tomou muito do meu tempo, e a *Elisa* cuidou de bastante coisas por aqui. Acho que ela tem bastante autonomia desde que ela entrou.(...) Ainda tem algumas coisas que ela pergunta pra mim, mas ela ganhou bastante autonomia. E acho legal isso.

N - E ela faz seleção de conteúdo?

A- Faz, *Facebook* é ela que coloca, notícia ela me manda. (...)

A parte de redes sociais ficou com ela, mas quando ela não está eu faço também. Tem algumas atividades de formação que eu faço e que ela não sabe fazer. Ela vai junto para também ver como é que faz. (2012)

No final de março de 2012 Alison saiu do *Cefuria* para ir para a Plataforma *Dhesca Brasil*<sup>196</sup>. Além de uma melhora financeira ele queria mudar um pouco a sua caminhada. Elisa acabou dividindo-se entre o *Cefuria* e a *Terra de Direitos*.

### 5.1.3.2 Plataforma *Dhesca Brasil*

A *Plataforma Dhesca Brasil*, ao contrário das outras organizações, é um coletivo de 36 movimentos sociais e organizações da sociedade civil. Fazem parte dela desde o *MST nacional*, *IBASE*, *Comissão Pastoral da Terra*, *Articulação das Mulheres Negras Brasileiras*, entre outros. Seu objetivo é: “contribuir para a construção e fortalecimento de uma cultura de direitos, desenvolvendo estratégias de exigibilidade e justiciabilidade dos *Dhesca*, bem como incidindo na formulação, efetivação e controle de políticas públicas sociais”<sup>197</sup>.

<sup>196</sup><http://www.dhescbrasil.org.br/>

<sup>197</sup> Disponível em:

[http://www.dhescbrasil.org.br/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=46&Itemid=108](http://www.dhescbrasil.org.br/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=46&Itemid=108)

Relativamente nova, a *Plataforma Dhesca* teve seu embrião nos anos 90, quando várias organizações, com diferentes demandas, começaram a reunir esforços em lutas parecidas. Mas sua efetiva criação se deu em 2001. O *site* traz um pouco dessa história:

A Plataforma Dhesca Brasil surgiu como um capítulo da Plataforma Interamericana de Direitos Humanos, Democracia e Desenvolvimento (PIDHDD), que se articula desde os anos 1990 para promover a troca de experiências e a soma de esforços na luta pela implementação dos direitos humanos, integrando organizações da sociedade civil de diversos países, em especial do Peru, Equador, Argentina, Chile, Bolívia, Colômbia, Paraguai e Venezuela.

No Brasil, o início da articulação foi mais intenso. Depois, o processo se tornou esparso e pontual. Foi necessária, então, uma reorganização, a qual culminou, em 2000, com o surgimento de uma coordenação colegiada, composta por representantes do Movimento Nacional de Direitos Humanos (MNDH), Rede de Articulação e Ação pelo Direito Humano a se Alimentar (FIAN Brasil), Centro de Justiça Global (CJG), Gabinete de Assessoria Jurídica às Organizações Populares (GAJOP), Comissão de Justiça e Paz de São Paulo (CJP-SP) e Federação dos Órgãos para Assistência Social e Educacional (FASE). Este grupo assumiu a responsabilidade de criar condições de fortalecer a Plataforma Dhesca Brasil, em consonância com o processo continental, e empreender um processo de articulação de entidades com atuação reconhecida neste campo. (DHESCA, 2013)

A diretoria da organização é formada de maneira colegiada, por representantes dos movimentos coligados, e há uma necessidade de renovação de pelo menos 50% do seu quadro a cada 2 anos. Somente representantes de organizações que aderiram à Plataforma há mais de dois anos podem se posicionar para fazer parte do colegiado.

A estrutura da plataforma se dá por meio de uma rede de organizações de diversas regiões do Brasil todo, mas a sede é em Curitiba, juntamente com a organização *Terra de Direitos* que neste período fazer parte da coordenação da plataforma. Essa “sede” administrativa possui duas pessoas trabalhando *full time*: a secretária geral e o comunicador, que no caso, no momento é o Alison.

A *Dhesca Brasil* atua em três frentes: o Monitoramento em Direitos Humanos no Brasil; a Integração Regional e as Relatorias de Direitos Humanos. Dessa forma, ela se constitui em um organismo de fiscalização e *lobby* dos movimentos sociais.

No âmbito do Monitoramento em Direitos Humanos, a plataforma compõe a coordenação do Projeto Monitoramento em Direitos Humanos no Brasil que articula a construção do Contra Informe da Sociedade Civil sobre o Cumprimento do Pacto Internacional de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais (PIDESC). Produzido a partir

de consultas públicas organizadas em todo o país, esse relatório é o principal instrumento de pressão sobre o governo brasileiro frente ao Comitê de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais das Nações Unidas quanto à implementação do PIDESC nas políticas públicas do Brasil. Ao mesmo tempo, esse projeto produz relatórios periódicos sobre a implementação e situação dos Direitos Humanos no Brasil (DHESCA, 2013).

No braço que trabalha a Integração Regional, a Plataforma tem sido a sede da secretaria executiva da Iniciativa Mercosul. O objetivo é promover o debate e a participação dos movimentos sociais e organizações da sociedade em geral nos processos de integração regional. Busca-se incidir nas políticas do bloco no sentido da promoção, reconhecimento, vigência, exigibilidade e justiciabilidade dos direitos humanos e, em especial, os Dhesca. O foco é construir uma integração regional do Mercosul que tenha por horizonte um modelo contra hegemônico, participativo e que priorize o social e garanta a vigência desses direitos.

E, no terceiro eixo de atuação a Plataforma atua nas Relatorias de Direitos Humanos que se orientam para contribuir para que o Brasil adote um padrão de respeito aos Dhesca<sup>198</sup>, tendo por fundamento os preceitos constitucionais, o Programa Nacional de Direitos Humanos, os Tratados Internacionais de proteção dos Direitos Humanos, ratificados pelo Brasil e as recomendações dos Relatores da ONU, do Comitê Dhesca.

Por essa razão, recebem apoio de dezenas de organismos nacionais e internacionais, representantes do Estado ou independentes, como Unesco, Unicef e as comissões de direitos humanos tanto do senado quanto da câmara dos deputados. A relatoria é um instrumento de ampliação da exigibilidade dos Dhesca em território nacional, mediante a análise e articulação de violações locais de direitos humanos com a situação geral desses direitos no país.

A fiscalização e produção de relatórios fidedignos sobre a maneira como os direitos em geral estão sendo tratados no Brasil pode resumir o trabalho da Plataforma que funciona como organismo coadunador de diversos movimentos.

Uma das marcas ideológicas e de união da Plataforma, ao nosso ver, é a transparência em sua posição de luta e estabelecimento de parcerias. As organizações que pretendem se filiar à plataforma devem (e isso está claro no site):

---

<sup>198</sup> “os Dhesca” são os direitos humanos, econômicos, sociais, culturais e ambientais.



a) Adesão aos compromissos contidos na Carta de Orientação Básica da Plataforma Dhesca Brasil; b) Compromisso estratégico explícito com a construção da luta pelos dhesca; c) Atuação reconhecida em temas de dhesca; d) Identificação com a construção de projetos alternativos de sociedade e de enfrentamento do neoliberalismo e de todas as formas de discriminação; e) Compromisso estratégico explícito com a construção da luta pelos dhesca (DHESCA, 2013).

E é preciso se “provar” para participar da Plataforma, o que nos remete a um organismo que antes de força de atuação a todo custo, prima pela coerência a uma linha de atuação:

Os Procedimentos de Adesão são: a) Indicação por pelo menos uma organização membro; b) Formalização do pedido com apresentação das motivações e declaração de compromisso e respeito aos critérios em documento assinado pela sua instância máxima, dirigido à Coordenação Geral que submeterá à Assembléia Geral; c) Apreciação do pedido de adesão feita pela Assembléia Geral e sua aprovação preferentemente por unanimidade das organizações membro presentes à Assembléia de apreciação.

Sobre os critérios e procedimentos de exclusão: O descumprimento de qualquer dos critérios previstos para adesão poderá ensejar pedido de exclusão que pode ser apresentado por qualquer organização membro. Procedimento: Em assembleia, por unanimidade. (DHESCA, 2013)

O financiamento da organização se dá pelas próprias conveniadas e por organismos parceiros. O trabalho é organizado a partir de uma Assembleia Geral que é soberana, uma coordenação geral que se forma em colegiado e há também os Grupos de Referência, que são as organizações que se ocupam de maneira prática de cada um dos eixos de trabalho.

#### **5.1.3.2.1 A Comunicação na *Dhesca***

Já por se tratar de um organismo representativo e de articulação, é de se esperar que documentos mais teóricos e complexos sejam o produto de muitos dos trabalhos. Como a Plataforma reúne a luta em várias frentes, tanto em monitoria/fiscalização em geral – que acabam sendo comunicadas por meio de relatórios elaborados a partir de metodologias específicas que garantem fidedignidade - quanto em articulação, cartilhas e documentos oficiais fazem parte do metiê de comunicação. Esses produtos comunicacionais possuem um público bem específico que não se configura nos atores

finais desses direitos, são na verdade integrantes desses movimentos associados, líderes políticos e sociais, e outros movimentos em geral. Os dados tabulados pela plataforma acabam sendo usados em diversos projetos de outras organizações em geral.

A *Plataforma Dhesca Brasil* possui um *website* em que disponibiliza esses documentos produzidos pelos seus integrantes e discutidos em reuniões de formação e cursos. Ali estão, de maneira bem direta, clara e transparente, seu formato de atuação, organizações associadas e seus contatos e as linhas gerais do trabalho desenvolvido. Há um menu subdivido em áreas temáticas como cidade, educação, meio ambiente, terra, saúde e trabalho. Cada uma dessas áreas possui um relator responsável, uma área sobre as missões de investigações e seus respectivos relatórios e cartilhas que dão embasamento para os conceitos que são utilizados no trabalho e que norteiam o fazer na Plataforma. Tudo está disponível ao público em geral, inclusive à imprensa sem, no entanto, haver uma área destinada a mesma.

Do ponto de vista da comunicação diária, a secretária geral é responsável pelas situações internas (coordenação e componentes) e Alison pelas externas (público externo, opinião pública e imprensa).

Para as atividades de comunicação externa, a Plataforma tem o *site* em si, que reúne boa parte de tudo que é produzido e divulgado; uma página no facebook “curtida” por 650 pessoas, que tem atualizações praticamente todos os dias sobre as temáticas mais atuais e uma conta no twitter que possui 125 seguidores. Esses números mostram que o foco da comunicação não é conseguir números maiores de pessoas atingidas mas sim comunicar aos que já tem algum envolvimento com as lutas.

Como a Plataforma é uma rede que organiza a luta de diversos movimentos seria de se esperar que fosse fonte de informação para boa parte da imprensa quando cobre assuntos voltados aos *Dhesca*. Mas no próximo bloco veremos que, mesmo que seja necessário fazer assessoria de imprensa exatamente pela posição de *front* de lutas e negociações com diversos mecanismos públicos que a plataforma ocupa, Alison diz que continua tendo dificuldade em realizá-la, muito por não acreditar na cobertura que será feita.

#### **5.1.4 Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador no ambiente digital**

Alison conta que quase 100% da comunicação da *Plataforma Dhesca* é feita no ambiente digital. Os relatórios e cartilhas, que são oferecidos a um público restrito por causa da linguagem utilizada, também são produzidos no meio impresso.

São distribuídas nos eventos, mas acaba sendo para as pessoas que vão participar. O relator do Direito das Cidades acaba participando de uma audiência pública, e nessa audiência pública vão pessoas do movimento moradia, e essas pessoas eventualmente vão pegar essas revistas e vão ler. Não é uma linguagem que está acessível, não é uma linguagem fácil de assimilar. Foi feita essa crítica nessa semana. Não é acadêmica, mas é uma linguagem de pessoas de direitos humanos.

Os fazeres ali não são desafiadores, do ponto de vista de *know how*, mas ele afirma que não se sente bem fazendo assessoria de imprensa. Não gosta de “correr” atrás de jornalista e mantém sua opinião fornecida na primeira exploratória sobre como os meios de comunicação de massa enxergam a publicação ou cobertura do que vem dos movimentos sociais. Tratar de Direitos Humanos, na visão dele, parece ser ainda pior do que divulgar outras conquistas relacionadas aos movimentos ligados ao *Cefuria*, quando os assessorava. A mídia de massa não publica. A não ser quando é algo que interessa para deslegitimar algum órgão ou empresa que interessa, como o que ocorreu com a Petrobrás.

Então, talvez um pouco de frustração mesmo, você preparar e entrar em contato e a pessoa não publica. Quem tem dado repercussão nas nossas coisas quando publica, dado interesse nacional em relação aos direitos humanos é a EBC, a Agência Brasil já publicou pautas nossas, a TV Brasil foi no lançamento do Planejamento Estratégico do Estado Laico, agora em junho, o canal da tevê foi cobrir, então algumas coisas tiveram resultado.

Teve uma temática que a gente trabalhou na Petrobras que teve uma repercussão e saiu até no site da Exame, mas porque naquela semana as ações da Petrobras estavam caindo, então tinha um outro interesse. Tudo que é interesse para bater na Petrobras naquela semana era interesse da imprensa. E dou uma acompanhada no que é publicado, eu faço *clipping*, e aquela foi uma das semanas que mais teve assuntos nossos que foram pra internet, pra imprensa. Foi nesse período que eles publicaram bastante, repercutiram. Porque a gente estava com uma missão avaliando, investigando denúncia de violações de direitos em decorrência do COMPERJ, (Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro). Teve pescadores assassinados. A Relatoria de Meio Ambiente foi acompanhar essa missão e a gente divulgou que a Relatoria estava lá. Mandou um informe pra imprensa. Então de alguma forma eles repercutiram essa notícia. Mas em geral, não publicam, em geral não aparece.

Ele diz que prefere mandar as notícias que quer dar destaque para a *Agência Brasil*, que acaba repercutindo-as para os outros veículos. Ele faz isso porque sabe que vão publicar, que já têm uma aceitação pela temática, segundo o comunicador. O *Canal Futura* também é outro veículo que tem abertura para mandar notícias, mas aponta que tem uma companheira de outros movimentos que está trabalhando lá. Então essa assessoria funciona mais porque a jornalista que recebe as notícias enviadas por ele é já do movimento e dá a atenção necessária.

É importante aqui situar as preferências e visões que Alison tem das estratégias de comunicação que podem se implementadas nos movimentos sociais. Para isso, vamos utilizar alguns depoimentos do comunicador que foram fornecidos enquanto esse ainda trabalhava no *Cefuria*, também a fim de complementar sua visão em relação ao fazer comunicação no ambiente digital.

Sem sombra de dúvida, segundo Alison, os movimentos sociais em geral têm tirado partido da possibilidade de se colocar a informação que bem se quer na rede. Essa liberdade de voz e a democracia no comunicar precisa ter destaques, mas não é ainda o que eles podem considerar a solução para a comunicação dos movimentos. Alison nega a nomenclatura do alternativo para a comunicação realizada nos movimentos sociais. Lembra uma fala de Vito Gianotti, que aponta que chamar os veículos de comunicação dos movimentos com alternativos é renegá-los a um segundo plano, como se tivessem menos força. Alison concorda. “Não estamos disputando a hegemonia. Então é melhor falarmos em comunicação popular”, diz.

No *Cefuria*, a internet permitiu que muito da produção dos movimentos em geral tivesse mais divulgação, já que nem o horário na TV Comunitária era adequadamente distribuído, mas o problema, em 2010, era o acesso dos públicos finais às tecnologias e a esse conteúdo.

A gente tem bastante acesso na internet. Tem pessoas do Brasil todo que pedem materiais, “ah, eu queria o vídeo de vcs!, pedem materiais... Recebi emails da Bahia, de Minas, Mato Grosso, falando do material. Acho que continua sendo o nosso principal meio de divulgação a internet. Mas não lembro se eu tinha comentado com você na outra entrevista que, por outro lado, os nossos grupos não têm acesso à internet. Então os nossos grupos não têm contato com o que a gente publica na internet.

N-Então concentra naquela coisa dos educadores que vão pras comunidades. Continua então?

A - Continua. E aí os vídeos eles não acessam pela internet, mas aí é mostrado na comunidade. Eu acho que basicamente é a internet.

Porque o nosso programa e as nossas reportagens vão pra internet... A tevê comunitária continua na mesma situação desde 2004. Está um problema sério lá, inclusive o A. aqui está na comissão. Porque houve denúncias graves. Agora aparecem coisas que estão escondidas desde antes de 2004. Desvios de dinheiro para contas pessoais e entidades particulares. O dinheiro vai pra entidades de fora. Então lá não mudou muito. Quando a gente manda os nossos programas, nem sei se... (Alison, 2010)

Mesmo assim, ele vê a internet como mais do que simplesmente um meio de divulgar feitos, mas também com possibilidades formativas. E mais, entende que a maneira que ele trabalha afeta o movimento social, talvez porque nessa configuração ele tem autonomia para decidir pelas estratégias mais adequadas em relação ao que foi pensado anteriormente e discutido com o grupo integrante.

Na verdade não sei se o *Cefuria* mudou ou se ele mudou porque eu mudei. Porque eu mudei o meu jeito de trabalhar e daí a gente acaba afetando o *Cefuria* também. A comunicação mudou bastante. Se pegar os programas que a gente coloca no *site*, o Movimento. O objetivo era fazer matérias para os programas que servissem pra formação também e não só o factual. E a gente tem conseguido fazer isso. Eles eram mais factuais e você já consegue perceber os movimentos usando os vídeos do youtube para universidades, para outros grupos. Eles têm circulado nos grupos. Então aquela coisa da comunicação não ser um fim, mas ser um meio mesmo, a gente tem conseguido dar uma guinada. A gente tem conseguido isso. Mas falta bastante coisa. (Alison, 2010)

Já no trabalho da *Plataforma* ele deixa claro que é tudo voltado para a internet. Mesmo sabendo que muito do que a tecnologia poderia oferecer ainda não está em plena atividade, ele faz questão de usar o que tem em mãos para poder realizar o trabalho de comunicação a que se propõe.

A gente usou [*streaming*<sup>199</sup>] no seminário agora de junho. Precário, a gente nunca tinha usado, eu meti a cara, e pensei, eu vou colocar um notebook. Não funcionou a câmera, e coloquei um notebook e transmiti. Estamos transmitindo o seminário sobre laicidade do estado e fizemos a transmissão, numa qualidade bem inferior, e foi um pontapé, e funcionou, o áudio estava perfeito. Eu acho que é um caminho mesmo, hoje eu acompanhei pela TVT<sup>200</sup> um debate sobre o marco legal da internet, então acho que essa coisa de você não depender mais, eu não dependo mais da Globo pra ter informação. (Alison, 2013)

<sup>199</sup> Tecnologia de transmissão ao vivo pela internet.

<sup>200</sup> <http://www.tvt.org.br/>

Mesmo acreditando que o que existe na Internet (redes sociais, *youtube* etc) deve ser usado em prol dos movimentos, Alison, num discurso um pouco mais radical em 2013, critica a maneira como todo o aparato tecnológico está sendo usado. Ele sabe que ainda falta muito de acesso para ser realmente democrático, mas o problema, na visão do comunicador, reside na maneira como está sendo usada.

Eu acho que falta [acesso], mas quanto mais acesso, quanto mais informação a gente pode entrar, a ignorância continua a mesma. Eu vou dar um exemplo do que vi hoje. O Congresso aprovou o PLC 3/13, que trata do atendimento às vítimas de violência sexual e os evangélicos e a Igreja Católica caíram de pau em cima do projeto, porque ele tem um item, o artigo 12, se eu não me engano, ele não está claro, só que no projeto estava mais claro o que era: é um tratamento após um caso de estupro. A Igreja Católica e Evangélica já pediram veto integral do PLC, e eu, como tenho muitos amigos evangélicos no meu *Facebook*, vi hoje uma imagem com sangue, com uma criança na mão de alguém, com aborto, com “veta Dilma, o Congresso já aprovou a Lei do Aborto, a Dilma tem que vetar”. Eu queria muito perguntar pra essa pessoa se ela pelo menos tinha lido, mas eu ia entrar numa briga que ia envolver outras pessoas tão mal informadas como ela e eu não ia conseguir convencer. Então eu li boa parte do projeto, especialmente esse, porque eu tenho que estar bem informado. E aí, pela informação que eu revi vários conceitos meus, e que aí hoje eu tenho uma crise com a igreja.

Ele se polícia em relação ao que pensa, dizendo que tem medo de ser preconceituoso – e mostra que por meio do debate contínuo revê suas posições. Mas entende que precisa de preparação para as pessoas usarem a informação.

(...)Pra quem tem assim, uma formação - eu tenho medo de falar dessas coisas e entrar num preconceito, num pré julgamento, porque eu acabei discutindo lá na *Plataforma* e eu percebi que eu estava entrando num preconceito, mas eu não consigo fugir disso. Porque é bem fácil de derrubar meu argumento, tem pessoas tão esclarecidas quanto acadêmicos que entram nessa lógica. Eu vejo assim: a gente checa, jornalistas checam, pessoas do meio acadêmico vão checar a informação. Acho que estou sendo ingênuo em achar que todos fazem isso, não são todos que fazem isso. Mas a gente pelo menos tem uma tendência de checar a informação. Uma das falhas está aí, as pessoas que eu conheço nunca vão checar uma informação antes de colocar no *Facebook*, elas não vão ver se uma citação, uma poesia é da Clarice Lispector mesmo, elas vão achar bonita, vão colocar uma citação lá assinada Clarice Lispector que ela nunca falou, e vão colocar no *Facebook* como algo bonito. (Alison, 2013)

Outra crítica dele vai em relação a como os movimentos estão usando os meios digitais. Ou melhor, não estão usando. Na visão do comunicador, a impressão que dá é que os sindicatos em geral não aprenderam com as lutas antigas. São as mesmas estratégias sempre. “É a coisa do microfone no caminhão, das pessoas disputando quem é que vai falar mais bonito. Isso perde credibilidade.” E ele vê isso acontecendo na própria *Plataforma Dhesca*.

Eu vi na assembleia. Eu ficava puto. Alguém perguntou: porque vocês não publicam notícias sobre as relatorias no *Facebook*? É só o que eu faço!!!! Aí vem algumas defesas. Teve uma menina do Pará que disse: nossa, mas eu me informo pelo site da *Plataforma*, eu nem entro em outros sites, eu entro no site da *Plataforma* para me informar. Aí veio o ego né? Tá bom o negócio. Aí ela falou, está bem melhor que a assessoria anterior. (Alison, 2013)

Atualizando as outras entrevistas que tivemos, ele continua apontando seu consumo entre internet e rádio, comportamento já visualizado na primeira exploratória.

Alison – Não vivo nem sem internet nem sem rádio. Tenho medo de surtar às vezes, porque eu não lembro se da última vez que a gente conversou era assim, é quase uma coisa neurótica, é uma necessidade, é uma necessidade.

Nivea – sim, você disse que ouvia com o seu avô.

Alison – É, e desde pequeno eu ouço a *Band News*. Peguei uma aversão à *CBN*, e ouço a *Band News*. E até porque acho que o Boechat é um dos jornalistas que não é imparcial, nenhum dos jornalistas é, mas ele foi muito lúcido nessas manifestações. Ele critica. Se eu tivesse que apontar hoje no jornalismo alguém que tivesse o pensamento muito parecido com o meu seria o Ricardo Boechat. Ele foi lúcido nas manifestações, então eu gosto de ouvir a *Band News*, eu não vou pro trabalho sem ouvir a *Band News*, quando estou sem o celular eu fico incomodado por não ouvir, e eu compartilho, continuo compartilhando, desde o *Cefuria*. É dessa forma que me informo. Então continuo fazendo isso na *Plataforma*: você ouviu o que acabou de sair? E às vezes eu passo pra coordenação também. É diferente do *Cefuria* porque às vezes eu passo pra coordenação, pra toda a coordenação, ou para os assessores das relatorias. Pras relatorias eu digo: olha, essa notícia acabou de sair, você acompanharam, então eu faço isso, acho que foi um ganho meu nesse ano, foi isso. Eu não fazia isso no *Cefuria*, não tinha isso, essa prática, de mandar pra todas as pessoas como eu faço na *Plataforma*. É útil, as pessoas falam: poxa Alison, eu não estava sabendo disso.

Uma evolução no uso da comunicação em várias frentes se mostra nas diferentes entrevistas com Alison. Na *Plataforma* foi ele que criou o *facebook* e o *twitter*. Redes que no *Cefuria* foram criadas por Elisa quando lá entrou (vemos aqui a partilha de

transmissão de *know-how* entre um comunicador e outro). No *Cefuria*, mesmo consumindo rádio para se informar e tirando as dúvidas em blogs da internet, ele não repassava a notícia, o factual. Hoje vê necessidade disso ser feito talvez pelo tipo de trabalho na *Plataforma* que exige uma equipe muito mais atenta nas decisões factuais do que era a equipe do *Cefuria*. O consumo não mudou, mas criou uma nova configuração, um novo propósito que vai além de se informar somente.

#### **5.1.4 O Sentido das práticas comunicacionais do Alison e a busca pela cidadania**

Vamos levantar aqui algumas reflexões relacionadas à trajetória do Alison para dar luz e foco a especificidades desse comunicador.<sup>201</sup>

##### **5.1.4.1 Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto**

Como já vimos, Alison estava há quase 10 anos trabalhando na comunicação do *Cefuria* e no início de 2013 passou a cuidar da comunicação da *Plataforma Dhesca*. O *Cefuria*, organização existente desde os anos 80 mas fermentada no final dos anos 60, possui as características e o conceito de Movimento Social que aqui estamos trabalhando. A princípio, sua gênese se construiu com processos de comunicação alternativos (cartazes, vídeo de rua, passeatas, reuniões populares, jornais, *fliers* impressos). Sua atuação, em síntese, era caracterizada por um confronto claro com as duas instâncias relativas ao Estado e ao Mercado (1º e 2º setor), porque não priorizavam os direitos e políticas públicas voltadas para as necessidades do povo mais pobre (terra, moradia, emprego, alimentação, dignidade) e pela lógica de exploração de mão-de-obra a todo custo. Adicionalmente a isso, o *Cefuria* foi gestado em meio à ditadura e, por essa razão, carrega características de profundo embate aos símbolos do Estado já que, como vimos no capítulo voltado para a teoria dos movimentos sociais, a América Latina tinha fortemente imbuído no seu sentimento de luta o Estado e o governo juntos, como inimigos. Logo, optando por um comportamento altamente participativo e envolvido em diversas temáticas de lutas sociais, o *Cefuria* também escolheu o caminho da coerência em relação às parcerias realizadas e manteve a realização de projetos, manifestações e capacitações seguindo essa linha de evitar financiamento privado e a aproximação com

---

<sup>201</sup> Análises que comparam as trajetórias dos comunicadores, tanto de Curitiba quanto de Sevilla, serão apresentadas no capítulo 7.



meios de comunicação de massa porque de alguma forma eles sempre distorciam as notícias advindas dos movimentos.

O contexto do país no início dos anos 90, com o fim da ditadura e o *boom* das ONGs, mostrou ao *Cefuria* que precisaria se adaptar. Tornou-se ONG, mas a essência combativa, antagonista, dual, nunca deixou de existir na organização. O financiamento continuou acontecendo por fundos católicos internacionais e, aos poucos, a organização começou a se aproximar do Estado, já que o governo desenhava a construção de uma democracia.

Pois bem, apostando sempre em frentes de comunicação alternativas como também já vimos no capítulo teórico, a equipe *Cefuria* viu a internet como um oásis de democracia na comunicação. Finalmente poderiam ter voz sem distorções com um alcance maior. Mas como o público do *Cefuria* (associações de bairro, movimentos sociais) ainda pena por acesso a essas formas de comunicação, essa empolgação com o novo “veículo” vai até certo ponto. O que não impede seus comunicadores de usá-la.

Alison está inserido nesse ambiente. Ele entra para trabalhar em uma organização que respira o combate, que realmente se foca no oprimido, que trabalha para empoderar comunidades que estão alijadas dos seus direitos há muito tempo. E se envolve com todo o tipo de projetos, desde geração de renda, ocupação de terras, jovens em situação de risco, minorias como a questão do negro, enfim, uma variedade de demandas de movimentos. Percebe-se que, mesmo detendo técnicas de Relações Públicas, que investem na relação entre os diversos públicos ao redor da organização, e de Jornalismo, relativas ao texto noticioso e estratégias voltadas para a divulgação, Alison se mantém focado em comunicar do jeito do *Cefuria*. Renega a Assessoria de Imprensa como estratégia para visibilizar as ações da organização e volta seu olhar e sua energia para as comunidades atendidas pela organização. Nomeia-se com orgulho um educador, já que em meio ao seu trabalho desenvolve capacitações para a comunicação em escolas públicas (rádios comunitárias) e ver essas comunidades desenvolvendo seus conhecimentos em relação aos meios de comunicação é o que realmente o satisfaz. Então, seus fazeres dentro do *Cefuria* concentram-se no que é voltado para essas comunidades: programas de rádio comunitária, alimento do *site* com os vídeos do que foi produzido na comunidade, envio pela lista de *email* de notícias importantes de dentro dos movimentos para dentro dos movimentos. A lógica do *Cefuria* de dar atenção ao que realmente importa à organização, como seus públicos atendidos e seus parceiros de luta, é incorporada por Alison. Para ele, é mais importante

comunicar para esses públicos, fazendo o que poderíamos chamar de comunicação alternativa (ou popular quando as comunidades estão envolvidas) mesmo que ele não goste do nome<sup>202</sup>, do que pensar estrategicamente a comunicação institucional do *Cefuria* ou mesmo uma relação mais próxima com os meios de comunicação de massa objetivando mais visibilidade e sensibilização da opinião pública.

Em resumo, no *Cefuria*, no contexto em que se estabeleceu lá, Alison se viu influenciado pela gênese combativa e “voltada para dentro” da própria organização. Com a chegada de Elisa à organização para trabalharem juntos, a oxigenação que a nova comunicadora traz o impulsiona a apostar em outras formas de visibilização como o *facebook* e o *twitter*, além de reforçar os outros usos da Internet que ele já desenvolvia (*blogs* para os projetos, alimento à página do *Cefuria*). Aos poucos, essa entrada da Internet na vida comunicativa levada no *Cefuria* também determina novos consumos. Ele se volta para o *twitter* (entrevista de 2010) e *blogs* de política do estado do Paraná, fora os sites de parceiros como o do *Movimento Sem Terra*. O que podemos ver é que o *habitus* de Alison e suas práticas foram se reconfigurando a partir das direções e da identidade do movimento *Cefuria*, da influência de outra comunicadora, Elisa, e do advento da Internet com as novas tecnologias que foram sendo trazidas como: redes sociais, *blogs*, websites. A prática ali se determina, pelo que vemos, por estratégias de comunicação pensadas e voltadas ao confronto ainda. Trazendo Certeau e a configuração de táticas e estratégias, o que vemos é que o uso da Internet pode ser considerado intuitivo, e conserva características mais do âmbito das táticas; já a relação (ou a não-relação) com os meios de comunicação de massa confere *status* de estratégia já que é pensada e amadurecida juntamente com o grupo restante que trabalha no *Cefuria*, muitos mais velhos que não têm uma opinião muito formada sobre a Internet, mas que possuem “traumas” em relação à mídia de massa, hegemônica.

A saída de Alison do *Cefuria* e a ida para a *Plataforma Dhesca* nos oferece uma outra noção das práticas de comunicação desse comunicador. Nessa comparação entre o trabalho em ambas as organizações, é possível ver que Alison carrega um pouco do *Cefuria* e de sua lógica (que foi incorporada em anos) para o trabalho na plataforma, e ela se choca com a realidade ali encontrada. A *Plataforma Dhesca*, ao contrário do *Cefuria*, não vive em épocas de combate à ditadura e é um organismo que não está

---

<sup>202</sup> Lembremos que ele nega o nome assim como Gianotti porque dá a entender que alternativo tem menos importância do que o restante. Aqui manteremos o alternativo e o popular seguindo os conceitos ofertados por Mota, Grinberg e Peruzzo.

diretamente ligado aos públicos formadores de Movimentos Sociais. Mesmo podendo fazer parte da nossa pesquisa, já que é uma instituição que coliga vários movimentos e suas lutas, não é necessariamente representante de um movimento ou de um público específico. Atua numa esfera muito mais próxima das negociações com outras instituições tanto federais quanto internacionais que regulam e mensuram questões relacionadas às garantias de direito no Brasil. Isso significa que Alison, ali na plataforma, foi afastado do chão, da base, do povo com que ele tinha contato. Deixa de ser educador, papel com o qual se realizava e que pode ser visualizado nas falas do comunicador quando diz que “não se sente parte da plataforma” ou antes quando se nomeava Educador e essa expressão sumiu de seu discurso na sua última entrevista.

O *Cefuria* deixou sementes na negação ao exercício de comunicação voltada para a relação com os meios de comunicação de massa. A *Plataforma Dhesca* possui uma missão muito mais voltada para a opinião pública, a sociedade, as instâncias públicas e estatais, e sua comunicação necessita se relacionar com esses públicos a fim de dar visibilidade à causa. Mas se formos avaliar, os processos continuam fechados entre a plataforma e os movimentos, com a exceção de alguma provocação aos responsáveis pelas decisões (marcando a Ministra da Secretaria de Direitos Humanos em um *twitter*, por exemplo). Ainda assim, a assessoria acontece por meio de agências mais suscetíveis a essa pauta, como a *EBC*, a *Agência Brasil* ou ainda o *Canal Futura*, por meio de uma amiga. O que se vê é que Alison continua (e talvez traga isso do *Cefuria*) com a postura de resistir aos veículos da mídia de massa. Entende-se, pela própria explicação que ele dá quando mostra que certas pautas são visibilizadas de maneira tendenciosa “quando a mídia quer bater em alguém, como no caso da Petrobras”. É possível entender o profundo desgosto de Alison, que há anos trabalha com os fatos voltados para os movimentos sociais e vê somente migalhas sendo publicadas, ainda de maneira tendenciosa.

Por fim, algo que se destacou e que vamos analisar também no âmbito da militância é a influência que os dois movimentos exerceram no que acredita ou professa. Alison é evangélico e entende os dogmas da igreja que participa com suas doutrinas e valores. Doutrinas essas que se assemelhavam muito às seguidas pelos componentes do *Cefuria*, que tinham uma linha confessional, voltada para a igreja católica. Ora, os valores e dogmas da igreja católica e evangélica se aproximam muito quando o assunto é aborto, casamento e homossexualidade. Por essa razão, o comunicador nunca teve

problemas no seu fazer diário (e militante, que veremos adiante) em relação a esses dogmas. O *Cefuria*, em suas lutas, não tocava nesses assuntos. Já a *Plataforma Dhesca* possui uma linha de atuação coerente com o estabelecido em acordos internacionais, como o *Pacto Internacional de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais (PIDESC)* e, dessa forma, discute questões relacionadas ao direito das mulheres em escolher continuar uma gravidez (e há diversas nuances desse debate, incluindo a violência de gênero doméstica) e os direitos de homossexuais de casar e adotar filhos, por exemplo. Os assuntos são mais complexos e impactaram a vida do comunicador de maneira determinante, já que o envolvimento dele não se dá somente no plano técnico. Ele precisa “comprar” as informações que divulga antes de passá-las adiante e isso criou uma crise sem precedente no que acredita e professa - que pode ser pensada como uma crise relacionada a aspectos do seu *habitus*. Entre as questões que rodeiam seu pensamento estão: como ele pode ir à igreja onde criminalizam os homossexuais e estar envolvido na divulgação de ações de movimentos LGBTs? Essas são algumas das constatações que fizemos relacionadas às influências dos movimentos sociais na prática de comunicação de Alison.

#### ***5.1.4.2 Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância***

Como já dito aqui, Alison se formou em Jornalismo e Relações Públicas e, como também já refletido neste trabalho, os cursos dessas duas habilitações no Brasil ainda seguem uma linha tecnicista. O que significa uma carga horária extensa de aulas voltadas para técnicas/textos de rádio, TV e jornal, textos específicos, estratégias de comunicação para harmonizar os públicos que estão ao redor da organização. É bem possível que ele tenha sido contratado pelo seu diploma, mas mais interessante é saber que ele foi contratado pela sua militância.<sup>203</sup> Isso casa com a constatação que tivemos nos três encontros com o comunicador que muito pouco da universidade tem servido para o seu fazer diário. É claro que ele pode nem perceber, mas algumas das técnicas foram apreendidas e estão internalizadas porque no seu fazer, ele aplica boa parte dessas técnicas seja na construção dos textos ou ainda na escolha de algum dos meios. Mesmo assim, quando falamos sobre determinada influência que ele recebeu na universidade,

---

<sup>203</sup> Aqui temos a informação que data de 2008, do trabalho de mestrado que fiz pesquisando o *Cefuria* em que entrevistei a líder da organização naquela época. Ela deixava claro que ele tinha sido contratado pela sua ideologia e não pela técnica demonstrada. (BONA, 2008)

ele se referiu a somente um professor que fez o papel de questionador, de propor aos alunos repensar as lógicas do sistema em que vivemos. Uma disciplina, e depois o grupo de pesquisa.

Dessa maneira, o que vemos de influência da cultura profissional e da formação na universidade inserido no fazer do Alison aparece nos seus textos, na sua construção lógica diária, mas não tanto na escolha dos veículos utilizados. É possível que haja bastante pensamento estratégico na escolha do *site*, do blog e das redes sociais para se trabalhar, mas é muito mais a militância que aponta a direção para esses fazeres. Não há uma busca por resultados calculados, efetivos e mensuráveis nessa comunicação realizada via redes sociais. Tanto que a quantidade dos cliques de “curtir” na página da *Plataforma Dhesca* é baixa. Ele evita a assessoria de imprensa, o que tecnicamente seria um dos focos do trabalho do Relações Públicas. Mas esse rechaço à assessoria vem de uma militância, vem de uma experiência vivenciada dia a dia e dos militantes do passado com quem conviveu também no *Cefuria*.

Assim, suas orientações comunicacionais caminham mais balizadas pelo que os movimentos estão ditando da relação com a comunicação do que com o que os manuais de redação ou da universidade diriam para ele realizar. A exemplo do que vimos da comunicação alternativa, popular e comunitária, Alison tende mais para esses formatos e opções. Na plataforma, mesmo utilizando as redes sociais por meio de uma exigência da atualidade (“tem que fazer porque todo mundo tem”), ele desenha um fazer voltado para as técnicas do R.P. que é postar os relatórios e as notícias referentes à plataforma *Dhesca* no *facebook*. Mas seu senso crítico avalia que nem sempre essa ação é efetiva com todo mundo, como no caso da assembleia que participou e na qual se indignou quando pediram para ele publicar no *facebook* os relatórios: “mas eu publico sempre!”. Mesmo assim, ali mesmo teve uma resposta positiva de uma das integrantes da assembleia dizendo que se informava pelas postagens dele.

Se fôssemos comparar, Alison trabalha muito mais motivado em fazer a comunicação continuar sendo fiel ao que se quer passar do que em números de pessoas atingidas. Seu foco são os que já participam dos movimentos coligados à Plataforma, que já estão na luta, e menos os que precisam de esclarecimentos sobre o que a Plataforma faz. O que vejo que fica faltando nesse fazer é um olhar voltado para a mídia de massa. É possível entender que o pensamento é de que ela distorce, abusa e manipula, mas como a Plataforma é uma instituição que interage com organismos estatais, internacionais e governo, era importante que se traçasse alguma estratégia para

atendimento dos jornalistas em geral. Muito mais do que seria no *Cefuria* que trabalha diretamente com as comunidades de base e precisa menos dessa divulgação externa. Mas inclusive nessa relação com a massa, Alison mostra que não quer perder tempo comunicando o que para ele seria óbvio, ou o que dentro dos movimentos já é sabido, entendido. Então, quando ele mobiliza por meio da comunicação, está mobilizando gente já esclarecida, gente que de alguma forma acompanha o trabalho da plataforma e compactua com ele. Gente para a qual não se precisa explicar os motivos de estar fazendo isso.

Dessa maneira, podemos ver na prática de Alison muito mais um fazer militante na comunicação do que técnico. Ficou também claro que seu trabalho nas duas organizações está mais voltado para o que acredita do que por um salário vultoso ou mesmo por uma falta de opção profissional. É uma escolha, consciente e militante. O que também nos faz pensar nas agruras por que tem que passar nessa escolha. O caso do confronto com os dogmas da igreja, o acompanhamento de situações realmente tristes como a do indígena atropelado, a ameaça de suicídio dos Guarani-kaiowá, são casos que realmente testam o equilíbrio de quem efetivamente briga por um mundo melhor. Por essa razão, está nos planos dele, depois do mestrado, a possibilidade de lecionar. Não deixa de ser uma militância, mas que tenha um cenário que talvez seja mais “gentil”.

#### ***5.1.4.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais***

Alison desenvolveu certas competências midiáticas/digitais tanto na universidade quanto no trabalho nos dois movimentos que, como diz Martín-Barbero (2003), são reconhecidas pelos públicos aos quais se dirige. Prova disso é a assembleia em que uma menina disse que vê as postagens dele nas redes sociais e é por lá que se informa. Em outro viés, Martín-Barbero (2003) ainda afirma que esse comunicador desenvolve suas competências comunicativas quando entende que a comunicação para a solidariedade pressupõe o direito à participação do outro enquanto fazedor e propositos de temas e pautas, além do direito à expressão. Se formos notar no seu discurso, Alison se realizava mais quando estava trabalhando no *Cefuria* e se nomeava educador, capacitando comunidades para o uso e produção em meios de comunicação, como rádio comunitária ou jornal impresso do bairro.

Na opção por comunicar para parceiros e comunidade do entorno da *Plataforma Dhesca* podemos entender que sua função também é reconhecida nesses públicos. Logo

ele desenvolve competências comunicativas ali também e nisso estão incluídas as postagens em redes sociais das notícias factuais que envolvem a *Plataforma Dhesca*, além da confecção/revisão dos relatórios que as equipes de monitoramento produzem, a atualização do *site*, entre outros. Sua atuação é discutida em assembleias periódicas com a equipe da *Plataforma*, mas no dia a dia Alison recorre a táticas (CERTEAU, 2013) construídas por ele mesmo e às vezes discutidas com a secretária geral. Analiso como táticas que podem estar vindo de uma estratégia macro discutida anteriormente porque no seu dizer, Alison explica, de maneira meio solta, sem compromisso: “às vezes marco a Ministra da Secretaria de Direitos Humanos para provocar”. O depoimento sinaliza que não é uma ação planejada em assembleia, orientada para ter um momento adequado, uma ação calculada, como se fosse uma estratégia. Está no âmbito da tática. Até porque as notícias e informações em relação ao trabalho da *Plataforma* são bem dinâmicas, mudando todos os dias e, por essa razão, exige-se uma ação de comunicação mais rápida também.

Não é possível dizer que Alison inova na comunicação criando estratégias diferenciadas para atingir seus públicos, já que o uso das redes sociais por instituições variadas, como vitrine do que fazem, está para lá de popularizada, mas ele tenta fazer a internet servir de propagadora de informações seguindo o novo paradigma que Castells apresenta para a nossa sociedade: a informação é a matéria-prima. Assim, quando ele tenta, mesmo de maneira desprezenciosa, usar o *streaming* em um *notebook* para transmitir uma reunião da *Plataforma Dhesca* para outros grupos que não estão geograficamente no mesmo lugar, ele está sendo competente midiaticamente. Mas isso não porque ele está tentando usar uma tecnologia que não está espalhada e popularizada em diversas instituições, mas porque interessa a ele “espalhar” essa informação, funcionar como mediador e convidar outros, a princípio impossibilitados de debater, a, por meio da internet, participar e ter a informação. A prerrogativa foi dele de criar uma forma de incluir os distantes.

Ainda a partir de suas competências comunicativas, Alison consegue ver criticamente o que outros movimentos deveriam estar implementando com a internet. Ele não é necessariamente um “integrado”, empolgado com a Internet como veículo de democratização mas sabe que, dependendo do uso, é possível reinventar algumas formas de se comunicar e mobilizar. Por essa razão, criticou os *Sindicatos* que continuam usando o caminhão de som e fazem uma passeata em horário comercial, e se empolgou com as mobilizações ocorridas em junho, concordando inclusive com alguma

quebradeira. Por fim, seu consumo midiático não serve somente para balizar o seu fazer (no que se refere a conteúdos) mas também para informar e atualizar seus companheiros de trabalho. A competência comunicativa de selecionar as notícias que interessam à instituição e à equipe nela inserida é aqui demonstrada. Ele não só quer estar informado, usando da matéria-prima da nossa sociedade, como também quer que outros estejam, mediando, selecionando e, de certa forma, ajudando-os a buscar informações que os suportem no trabalho diário.

Por fim, além do que já analisamos, o que vemos é uma militância focada em mudar a realidade se suplantando às técnicas propriamente de comunicação. A tomada de partido, nos fazeres, determina muito das práticas realizadas por esse comunicador.

## **5.2 Elisa: a revolução tem que ser agora**

Elisa é a mais jovem dos entrevistados, tem 27 anos. Com ela foram feitas a exploratória três, depois da seleção das organizações/movimentos que seriam estudados a partir da lista da *Frentex*, já que era a comunicadora da *Terra de Direitos* – entrou no lugar de Luísa em 2012 - e depois a entrevista da coleta sistemática da pesquisa, realizada em 24 de julho de 2013.

Na primeira entrevista, que aconteceu em fevereiro de 2012, traçamos boa parte da sua trajetória de vida comunicacional, da relação e consumo com os meios de comunicação de massa e da formação. Não foi possível aprofundarmos questões voltadas para estratégias de comunicação trabalhadas na *Terra de Direitos*, porque nesse primeiro encontro ela estava trabalhando no *Cefuria*, junto com Alison e tinha acabado de entrar na *Terra de Direitos*. Era estagiária de outra organização quando eu desenvolvia uma pesquisa anterior e esse fato ajudou na primeira aproximação. A segunda entrevista aconteceu com um ano e meio de trabalho da Elisa na *Terra de Direitos* e funcionou como uma comparação interessante sobre o fazer no *Cefuria*, onde também trabalhou simultaneamente as práticas comunicacionais na *Terra de Direitos*.

Elisa veio do município de Antonio Olinto, onde o pai era político, filiado ao PFL, mas ela reforça que no interior as referências a partido são bem diferentes das referências estaduais ou federais. Costumava ouvir muito rádio quando era adolescente, buscando músicas e, refletindo durante a entrevista, entende que se informava sobre as questões locais pelo pai e pela comunidade da igreja, na qual participava com a família



de maneira ativa. No restante do seu consumo midiático, a busca era bem padronizada, com telejornais e notícias pelo rádio.

Quando entrou na universidade (antes no curso de Ciências Sociais na Universidade Federal do Paraná e depois em Jornalismo na Universidade Positivo), as coisas se alteraram um pouco. Teve acesso a outros tipos de informação, como o jornal alternativo *Brasil de Fato*, a revista *Caros Amigos* (na qual fez um mini-curso em São Paulo, na época em que estudava jornalismo).

Na atualidade, entende que *a informação é buscada de acordo com as temáticas que envolvem o trabalho*. Continua assinando o jornal *Brasil de Fato*, mas recebe atualizações principalmente pela internet, pelas *listas de notícias de grupos e movimentos em que está afiliada*. Para notícias em geral, diz que acessa o jornal hegemônico da cidade, a *Gazeta do Povo*.

### 5.2.1 Cultura profissional/trajetória

Elisa vem trazer uma trajetória relativamente comum, de moradora do interior que queria se desenvolver. Na adolescência, por ter vindo para a capital para morar sozinha, precisava se sustentar; assim, trabalhou em lojas de roupas e estagiou em duas escolas privadas de ensino fundamental e médio. Escolheu, a princípio, o curso de Ciências Sociais para se graduar e afirma que as principais influências para a ação nos movimentos sociais começaram com os grupos que ela conheceu na Universidade Federal, onde realizou parte do curso. Mas, assim como Alison e Tiago, Elisa se formou em Jornalismo na faculdade privada que reúne muitos dos filhos de famílias abonadas de Curitiba, em 2010, graças a uma bolsa do PROUNI. Lá teve professores que eram militantes e que provocaram o processo de sensibilização para a área social. Também trabalhou na *Ciranda* e na *Escola do Ministério Público*, prestou serviços no projeto federal *Pró-Jovem* e atualmente se divide entre o *Cefuria* e a *Terra de Direitos*.

Em relação às escolhas profissionais que ela possa ter, Elisa afirma que não se vê trabalhando em outra área.

Nivea - Não tem chance de você trabalhar em outro lugar, que seja da área privada ou estatal, hoje?

Elisa - Eu acho que não, sabe? Tem um cunhado meu, marido da minha irmã mais velha, que tem agência de comunicação. Uma agência de comunicação que atende empresas... E aí lá já pintaram algumas oportunidades, assim. Só que daí eu fico com bastante medo.

Acho que tem a ver com opção de não fazer esse tipo de trabalho. Mas, por exemplo, se eu ficasse sem grana e tivesse que trabalhar num lugar como esse, né, atender empresas e tal, o meu medo é justamente não dar conta, não conseguir me dedicar, não conseguir ter paixão pelo trabalho.

Nivea – Por que você não gosta?

Elisa - Porque eu não vou ter intimidade, não vou ter relação com os temas... É, por exemplo: atender grandes empresas de venda de carro, atender imobiliárias, atender Prefeituras até... É o tipo de trabalho que exige, quer dizer, como todo trabalho de comunicação você se dedica ao tema, ter boas relações com as pessoas com quem você vai ter que entrevistar, ter que escrever para aqueles grupos. E acho que meu medo maior era esse. Porque eu sei que às vezes, a gente precisa trabalhar em outras áreas e precisa de dinheiro. Daí você vai topa mesmo, né? Mas enquanto eu tiver outras opções, eu vou optando por elas por mais que o salário seja menor e, às vezes, o trabalho maior. Mas também tem uma relação mais verdadeira, mais viva, né? Me sinto melhor nesses espaços e sinto que trabalho melhor. (...) É isso sim. É trabalhar em algo que eu me sinta fazendo um trabalho relevante, que tenha sentido na minha vida e sentido praquilo que eu acredito pras pessoas, pro mundo, né? E pra ter coragem de enfrentar um dia de trabalho e abrir outros caminhos dentro desse trabalho. Acho que se eu estivesse em uma empresa privada, um espaço formal de trabalho de um grande jornal e tal, eu não ia conseguir enxergar outros caminhos dentro do próprio trabalho, ter iniciativa de propor ideias tal, porque certamente não ia ser um espaço onde eu ia me enxergar lá dentro, né? Querendo ficar anos naquele trabalho, né?(Elisa, 2012)

Para Elisa não são os motivadores técnicos que a estimulam a trabalhar na área social. O que a motiva a ter a vida profissional voltada para essa área é a certeza de estar fazendo algo em que acredita.

O posicionamento do fazer comunicação muda um pouco dependendo de qual organização estamos falando, se é do *Cefuria* ou da *Terra de Direitos*. No *Cefuria*, Elisa precisa desempenhar também o papel de educadora; como Alison fazia, ela também trabalha em oficinas de capacitação para a comunicação em comunidades específicas. Já na *Terra de Direitos* o posicionamento é muito mais para a comunicação institucional. Importante entender que em ambas as organizações seu trabalho é pago, mas há desdobramentos que acabam sendo feitos de maneira voluntária, como a participação em encontros de movimentos correlatos às duas organizações.

Uma informação que denota isso é que ela relatou que foi nas “férias” visitar a outra sede da *Terra de Direitos* localizada no Pará. Conheceu a realidade, entendeu certas situações que são bem específicas das lutas realizadas na região e das quais ela também é a comunicadora já que há somente uma profissional na estrutura. Ali, férias com trabalho se misturam sem causar estranhamento.

Ela também avalia a situação das organizações em relação aos financiamentos como muito complicada. Tanto no *Cefuria* quanto na *Terra de Direitos* trabalha somente meio período para realizar tudo que se refere à comunicação. São 20 horas por semana em cada uma, e dificilmente, diz ela, uma organização consegue pagar o piso do jornalista. E isso não é porque não valorizam a profissão, é porque realmente os financiamentos estão escasseando. Um exemplo é a Misereor, tradicional apoiadora dos projetos do *Cefuria* que comunicou no ano passado que terminará com essa ajuda depois de mais de duas décadas.

### 5.2.2 Cultura política/militância

Elisa afirma que é militante. Mas é interessante que, quando questionada se é militante, ela não cita as organizações em que trabalha, talvez por entender que a militância não se paga, ou porque trabalho seria uma coisa e militância outra. Uma situação em que discurso e ação se contrapõem, já que pelas ações nas duas organizações em que trabalha, ela também milita<sup>204</sup>.

É, então, eu sou militante da *Consulta Popular* e da *Assembleia Popular*. Uma é um instrumento político e a Assembleia é o movimento social urbano, especialmente urbano. E dentro da *Assembleia Popular* e da *Consulta*, entre outras organizações, a gente é militante de um novo projeto político que é o projeto popular. Então, essa orientação dessas duas organizações, mas é também a do *Cefuria*, é da *RECID* e de outras organizações, que é de construção do poder a partir das próprias pessoas, do povo, dos trabalhadores e trabalhadoras, de construção de autonomia e de buscar transformações pra mudança do mundo, né? Pra construção do socialismo no processo e não no rompimento imediato, onde isso não vai se instalar como ordem, mas sim, como processo de construção e que tenha esse horizonte... da construção do feminismo, entre outros...(Elisa, 2012)

A comunicadora não é filiada a partido político, mas entende a *Consulta Popular* como um partido que não quer necessariamente disputar as eleições.

A consulta é um partido que tem um nome, que é assim, tem até um sinônimo, um instrumento político que não é mais um movimento social, né? Vinha se construindo como movimento lá no final dos anos 90, mas que com a eleição do Lula, teve toda uma questão aí, acho que não cabe aprofundar, mas que é de avaliar que não dava para continuar na construção do PT, como muitas pessoas entregaram a vida na construção do Partido dos Trabalhadores.

<sup>204</sup> Veremos essa leitura no final da descrição da comunicadora.

Tem outras alternativas, também. O PSOL foi construído também nesse tempo a partir do super-novo e que vem dessa origem, que muita gente do PSOL era do PT e que veio nessa necessidade de criar instrumento mais próprio e com o socialismo como horizonte também. É, mas acho que a consulta também está nesse vácuo aí, que sobrou daquilo que foi a eleição do Lula. (Elisa, 2012)

Elisa entende a militância dela na *Consulta Popular* como a luta diária por mudança, isso de maneira consciente. Mas seu relato das ações realizadas desde seu trabalho na *Fundação da Escola do Ministério Público* aponta um jeito tranqüilo, mas sempre crítico em relação ao que está se pondo nos movimentos sociais, principalmente no seu fazer diário. *Ela percebe a fragmentação nos fazeres do terceiro setor*, como Montañó (2005) sinalava como um projeto neoliberal de frear as possíveis revoluções.

Ao mesmo tempo estava na Fundação da Escola do Ministério Público e nos pró-jovens, né? Daí fazia oficina de comunicação nesses grupos - cinco, mais o menos, ou seis grupos... Aí eram nas comunidades, regiões bem afastadas, experiências ricas, assim. Conheci lugares que eu nunca tinha pisado assim em Curitiba. Lá para o Tatuquara, Pinheirinho, bem pra dentro dos bairros assim...

O pró-jovem era administrado naquela época pela Ação Social do Paraná. Depois teve uma outra entidade. Mas era um esquema bastante confuso, porque a prefeitura tinha que gerir, mas ela terceirizava pra entidades fazer, pra ONGs administrarem, então ficava tudo fragmentado, assim, né? Bem fragmentado! Humm, tinha experiências bem ruins, sim. Porque, na verdade, era uma coisa de aplicar oficina mas sem nenhum vínculo com algum outro espaço, que pudesse dar um apoio pros jovens e tal. (Elisa, 2012)

Hoje Elisa está envolvida na reorganização da *Frentex-PR*. A Frente, que se organizou no Paraná reunindo diversas organizações e movimentos para demandas específicas voltadas para a comunicação, como a *Conferência Nacional de Comunicação* e depois dessas para suporte ao *Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação* entre outras demandas, passou por um período de desarticulação e agora volta a ser discutida. Elisa não disse, mas essa é outra militância.

O *Fórum* tem uma posição mais estagnada, com dificuldade de aproximar outras organizações, meio concentradas, com algumas linhas políticas, e agora meio que melhorou essa conjuntura nacional. E aí o *Fórum (FNDC)* está puxando mesmo essa articulação e levando para os estados a demanda dessa campanha. Foi por isso que a *Frentex* retomou, estava meio parada há um ano, porque não tinha prática, não tinha campanha, não tinha motivo pra se juntar aqui, quer dizer, motivo tinha, mas estava meio sem estímulos. Algumas pessoas deram uma afastada por causa da correria pessoal. Mas agora com a

campanha a coisa retomou com o grupinho de umas cinco, seis entidades. Desde que eu acompanho não vai muita gente mesmo, mas agora, já teve outras reuniões maiores, mas quem está puxando mesmo esse processo são cinco ou seis organizações.

E aí agora vai ter uma plenária nacional (...) e pra essa plenária a gente puxou uma plenária estadual da *Frentex*, que na verdade vai ser municipal, porque a gente puxou em cima da hora, com pouco prazo, que é uma plenária para oficializar a *Frentex* como espaço local da *FNDC*. E a partir dessa plenária a gente vai conseguir ver quantas entidades vão querer se filiar ao *FNDC* e aí são todas as que já fazem parte da frente e que querem se filiar, tem uma taxa de 20 reais por mês, e a partir disso a gente vai ver os delegados para ir pra essa plenária também.

Mas a campanha tá ganhando corpo aqui no estado, a gente decidiu aproveitar o espaço onde já seria o espaço para fazer fala sobre a campanha, pegar assinatura, e também espaços para ajudar que a gente articulasse a campanha, mas não que a gente criasse um espaço pra isso, porque a gente viu que as entidades em geral tratam o tema transversal, e é mesmo transversal, mas isso faz muito com que na prática ninguém se dedique com a pauta com força, e isso faz com que aquela coisa que vai de vez em quando na reunião, com ajuda esporádica, aí a coisa não ganha corpo. (Elisa, 2013)

De maneira menos combativa, com menos veemência, ela ainda se posiciona de maneira crítica tanto em relação às posturas dos movimentos sociais quanto em relação a como a comunicação está sendo tratada por esses movimentos. Mas talvez por ser mais nova e ter um posicionamento do aprender sempre, ela se estabelece ‘militantemente’ com mais cuidado.

### 5.2.3 Movimento Social a que está ligada

Elisa está ligada, trabalhando, tanto no *Cefuria* quanto na *Terra de Direitos*. Como o *Cefuria* foi apresentado no subcapítulo anterior, aqui trazemos aspectos relativos à *Terra de Direitos*.

Fundada em 2002, a *Terra de Direitos* é uma Organização Não Governamental de assessoria jurídica popular sediada na cidade de Curitiba, estado do Paraná. A ONG possui cinco escritórios, que podem ser considerados filiais, espalhados por Santarém, no Pará, em Recife-PE, no interior de Pernambuco e no interior do Paraná. O escritório na capital paranaense é o único a trabalhar com comunicação.

A *Terra de Direitos* é formada por doze advogados e uma profissional de comunicação, trabalhando a partir de quatro linhas de atuação. A primeira se relaciona com as temáticas de terra, território e equidade espacial, e defende a reforma agrária e

urbana, comunidades quilombolas e faxinais, buscando a efetivação do direito à terra e fortalecimento de instrumentos e espaços que possibilitem a equidade sócio-espacial, assim como a regularização dos territórios dos povos tradicionais.<sup>205</sup>

O segundo eixo de atuação trata da biodiversidade e economia alimentar, e tem seu foco no uso de agrotóxicos, código florestal, economia alimentar e produtos transgênicos. Além disso, a *Terra de Direitos* trabalha de forma a contribuir para a construção da Soberania Alimentar, ou seja, apoiando e dando suporte aos agricultores e povos tradicionais a manter o direito sobre o uso da biodiversidade e enriquecimento a partir de experiências em busca dessa soberania. Isso, para minimizar os impactos dos meios de produção globalizados sobre a biodiversidade e sua livre utilização.

O terceiro eixo trata da justiciabilidade,<sup>206</sup> direitos humanos e democratização da justiça, que possibilita o acesso à justiça e movimentação do poder judiciário. Assim, busca-se a efetivação dos marcos estabelecidos com os direitos humanos, de forma a torná-la democratizada.

Por último, há o trabalho com política e cultura de direitos humanos, que busca divulgar os direitos humanos e a defesa desses direitos. Ou seja, a ONG busca a construção de um sistema social mais humanizado, em que os indivíduos atuantes na sociedade trabalhem em conjunto, garantindo que o cumprimento dos direitos humanos seja efetivado sem que haja qualquer tipo de impedimento físico ou moral. Para isso, há uma atuação para a construção de espaços coletivos da sociedade civil de forma a exigir a efetividade dos direitos humanos e a construção de políticas públicas que levem aos princípios da universalidade, interdependência e indivisibilidade, mudando o estigma de sociedade fragmentada.

Baseada nesses quatro pilares, a *Terra de Direitos* atua na formulação de denúncias em âmbito nacional e internacional, mediação de conflitos coletivos, interlocução com poderes públicos, além de pareceres e pesquisas para avaliação de políticas públicas e demais processos que envolvam os direitos humanos.

A verba que dá sustentabilidade para a organização vem de empresas privadas, como *Fundação Ford*, *HDS*, *E&D* (Associação das Igrejas Luteranas) e *Ico* (fundação europeia). A organização busca verbas em empresas privadas e associações de igrejas na Europa e evita as dos governos, tanto federal quanto estadual, por considerar que

---

<sup>205</sup> Informações retiradas do *site* e da entrevista realizada na primeira exploratória com a comunicadora em gestão na época.

<sup>206</sup> O termo justiciabilidade é um neologismo da organização. Ao meu ver pretende expressar a busca pela justiça.

essa distribuição tem se tornado cada vez mais política. Como a comunicadora Luísa, entrevistada em 2010, afirmou:

Até porque o Estado tem uma política de repasse de recursos e prestação de contas muito confusa assim, não tem um marco jurídico. Então já teve casos que tivemos que devolver dinheiro pro estado porque existe uma politização do próprio TCU, do órgão regulador. Então a gente enfrentou isso no governo Lula, né? Do TCU criminalizar os movimentos de organizações por meio de rejeição de contas e montando as CPIs que nunca conseguiram incriminar ninguém mas é um dos problemas enfrentados pelas organizações. (Luísa, 2010).

A divulgação desses apoiadores não é realizada pelo *site* da organização, nem mesmo pelas contas das redes sociais.

### **5.2.3.1 A comunicação na Terra de Direitos**

A *Terra de Direitos* possui uma comunicação atual, ativa e que se configura em várias frentes e meios.

O *site* é organizado a fim de fornecer tanto notícias dos passos que os componentes da ONG estão realizando como, também, vasto material bibliográfico e conceitual sobre os assuntos tratados em cada eixo de trabalho da ONG. Há uma sala de mídia que aponta quando a organização foi fonte para os meios de comunicação de massa, a sessão biblioteca onde se publica, em 13 sub-sessões, textos relacionados à legislação, casos emblemáticos (que, no âmbito jurídico são importantes por levarem a futuras jurisprudências)<sup>207</sup>, imagens, licitações, notas, notícias, relatórios (realizados por outras organizações-irmãs), entre outros. A ONG ainda figura na rede social *Facebook* e na rede de contatos *Twitter* com informações atualizadas sobre atuações realizadas e mesmo notícias de movimentos parceiros ou questões que são de interesse dos quatro eixos de trabalho. Boletins periódicos também são enviados por email com notícias focadas para diferentes públicos que figuram em um *mailing list* que congrega outros movimentos, simpatizantes, políticos, lideranças comunitárias, intelectuais e órgãos públicos, como os jurídicos e instâncias que trabalham com a temática dos direitos humanos.

---

<sup>207</sup> Uma decisão judicial em determinado caso que pode ajudar a reforçar a mesma decisão em outro caso. Abre-se um precedente para determinada interpretação da lei que leve a mesmas decisões em situações similares. A isso chama-se jurisprudência.

Na área impressa, a *Terra de Direitos* possui um folder institucional pequeno e simples que explica quem são seus integrantes e o que fazem em português, espanhol e inglês; elabora materiais sazonais e dirigidos para eventos específicos, o jornal para a *Jornada da Agroecologia*, entre outros. Há também cartilhas, coletâneas de casos e livros específicos para públicos selecionados. Não há iniciativa de rádio ou tevê.

A *Terra de Direitos* é uma ONG que, a princípio, podemos chamar de originária em movimentos sociais porque se autoneomeia como assessoria aos movimentos e tem seu foco de trabalho voltado aos conflitos relacionados a terra e direitos, como dizem seus eixos de trabalho.

O posicionamento em termos do trabalho em relação aos veículos de massa foi uma das diferenças interessantes vistas na comparação da entrevista realizada com a Luísa, antiga comunicadora da organização e Elisa, atual. Luísa, a exemplo de Alison, apontava a profunda descrença em processos de assessoria de imprensa porque,

é sempre muito difícil, muito ruim eu sempre me sinto uma pedinte, pedinchando... Eu sempre vejo aquela coisa: olha pelo amor de Deus... eu sempre me sinto mal quando faço assessoria de imprensa. Porque existem algumas jornalistas que eu me dou super bem, que a gente criou um vínculo, uma confiança mútua, mas são 3 ou 4... Mas quando a gente faz uma ação voltada pra imprensa a gente liga pra uns 20. (Luísa, 2010)

Já Elisa, mesmo fornecendo em 2012 um discurso ainda hesitante em relação ao que deve ser feito de comunicação nos movimentos sociais, dizia que era importante tentar tudo que fosse possível.

Na entrevista de 2013, quando Elisa já estava trabalhando há um ano e meio na *Terra de Direitos*, essa atuação em que ela acreditava se manteve. Ela explica que a comunicação da *Terra de Direitos* é mais institucional que a do *Cefuria*, há mais um posicionamento voltado a mostrar o que a própria organização está fazendo para fora. Possivelmente para comprovar aos financiadores as ações e para comunicar a um público que gravita em torno da organização - como outros movimentos sociais e parceiros - a continuidade das ações.

O site da *Terra de Direitos* traz as notícias referentes tanto ao que a organização está desenvolvendo quanto ao que está em voga, mostrando seu posicionamento ideológico-político. Dentro da biblioteca (submenu) é possível encontrar dois *links* focados diretamente em mídia: um é destinado a tudo que sai na mídia - diga-se alternativa ou de movimentos parceiros - e que a organização gostaria de replicar e dar



divulgação e há um voltado para o que a *Terra de Direitos* tem dito na imprensa em geral.

A rede social *facebook* da *Terra de Direitos* possui mais de quatro mil seguidores. Um número bem diferente do que vimos no *Cefuria*, que tem em torno de 2500 e na *Plataforma Dhesca*, com um número muito inferior, em torno de 600. O intuito não é comparar número de seguidores das páginas dos movimentos, mas esse pode ser um determinante do fazer do comunicador no movimento, da sua construção e crença em relação às estratégias de comunicação, mesmo com a determinação do movimento em relação às linhas. Lembremos que a *Terra de Direitos* é uma das organizações que estão coordenando a *Plataforma Dhesca*. A exposição a assuntos públicos, midiáticos é bem similar já que ambas possuem foco de trabalho nos direitos em geral. Não seria então a decisão do comunicador, propalar mais ou menos para o exterior as notícias da organização?

As postagens referem-se às lutas em andamento, mantendo uma média de uma por dia, mas alterando-se quando uma campanha está em ação ou ainda quando há alguma decisão ou conquista a comemorar-se<sup>208</sup>.

O *twitter* da *Terra de Direitos* tem mais de mil seguidores, com *twitters* republicados pelo *facebook* na mesma proporção e número. Isso significa que a periodicidade é a mesma em ambos.

Elisa explica que a comunicação da *Terra de Direitos* possui um grande desafio. Como a organização – que tem mais de 10 anos – é praticamente jurídica, a questão da linguagem utilizada é motivo de debates. Traduzir textos jurídicos para textos que possam ser entendidos por um número maior de pessoas é o que se vê como necessário, mas nem todos na organização entendem essa necessidade. É um pouco o que Luísa já tinha explicado na primeira entrevista em relação à organização: precisamos de capacitação interna para a comunicação. Elisa vai fazendo. Entende que é necessário discutir também, mas prefere ir publicando.

#### **5.2.4 Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador no ambiente digital**

---

<sup>208</sup> Um exemplo foi a decisão judicial sobre o *Quilombo Paiol de Telha*, que deu aos seus moradores o direito definitivo de posse da terra. No dia 20 de dezembro de 2013 foram 5 postagens entre artigos, notícias e opiniões sobre o assunto.

Numa avaliação da comunicação nos movimentos sociais, Elisa entende que do predominantemente “alternativo” se está saindo para um “avanço no entendimento que é importante a comunicação, a estratégia, ter veículos que funcionem”. Mas para ela há ainda muito que se andar, entre entender a importância e o quanto se torna definidor poder viabilizar essa comunicação. Porque, se for para fazer uma avaliação atual, o trabalho de comunicação nas organizações está precarizado, está muito misturado com outras demandas. Aponta, como exemplo, os colegas amigos da comunicação *Movimento Sem Terra* que precisam sempre ajudar em outras áreas das ações porque não há pessoal suficiente.

De início, Elisa entendia que a comunicação na *Terra de Direitos* era colocada no plano do técnico mesmo e que, muitas vezes, essa visão das organizações de pensar a comunicação de maneira somente “bancária” - para usar um termo de Paulo Freire – acabava não mudando muito as coisas. Na visão dela as organizações poderiam pensar mais amplamente contribuindo a partir do “próprio quintal” para a democratização da comunicação como um todo, pensando em algo de conjunto, de sociedade.

É que parece que não havia um incentivo à participação em espaços que são para além daquilo que é a tarefa técnica, né? E aí eu não digo que é uma contradição... Não é que o comunicador não pode fazer outras coisas que não são da comunicação, mas é justamente nos espaços que são, por exemplo: a construção do *Brasil de Fato* aqui no Estado. Tem poucas, pouquíssimas, organizações que estão incentivando seus jornalistas a ter tempo do seu trabalho pra ir ajudar a construir o jornal aqui no estado. Que tem uma sede aqui no Paraná agora. Ou a construir a *Frentex*, por exemplo, a *Frente de Direito a Comunicação* que deu uma minguada (...) (Elisa, 2012)

Ela também entende – criticamente – que boa parte do que realmente está acontecendo – e vemos a *Frentex* adquirindo outro fôlego – é por força e vontade voluntariosa dos próprios comunicadores dos movimentos, como indivíduos, sujeitos comunicantes.

Eu acho que tem várias iniciativas que são a partir da vontade dos próprios comunicadores. De se articular... existe essa vontade. Acho que tem muita coisa acontecendo e que isso acontece pela vontade, pelo entusiasmo, pela militância, né, de muitos comunicadores que estão se dispondo a ir bem mais além daquilo que a própria organização está exigindo dele fazer. Que acho que tem isso mesmo. Às vezes, a entidade, o movimento, está enxergando o trabalho da comunicação dessa forma mais burocratizada e de uma relação com a imprensa cavar espaço, conseguir e tal, ou de alimentar bem a

página...Tem isso. Mas que os comunicadores, tem um bom grupo que está se colocando pra fora, debatendo comunicação como bandeira de luta pela democratização da comunicação, da comunicação popular como uma forma, também, de dar voz a grupos e espaços que não, que não estão tendo, né? Mas acho que isso tem muito a ver com o engajamento do profissional, assim, né, dos próprios comunicadores, sabe? (Elisa, 2012)

Continuando com uma avaliação da comunicação funcionando como, ainda, “o patinho feio”, Elisa aponta também um momento de “crise” financeira nos movimentos. Não que antes tivesse sido muito melhor, mas sinalizando para o *boom* de ONGs dos anos 90, havia mais investimento e nisso ela cita equipamentos em geral, como computadores ou espaço. Ela avalia o *Cefuria* em 2012 que tinha enxugado sua estrutura e que perde muito espaço do que era estúdio de rádio e de TV, espaços voltados para a comunicação. Em 2013, o *Cefuria* consegue o arrendamento de uma casa do governo do Estado e tem salas mais amplas. Mas falta verba para a alocação de espaços destinados à comunicação mesmo.

Tinha outro espaço aqui que era junto com a *Quem TV*, por isso dava também outro caráter para a comunicação. Então estava acontecendo o curso de rádio, do lado estava a *Quem TV* produzindo as coisas de vídeo e aí acho que rolava uma relação bastante mais de interação... Pelo menos era o que eu percebia, né? Nessa época eu ainda não estava no *Cefuria*. Mas agora a gente vê que o espaço é reduzido para todos os setores... Isso interferiu. Então eu acho que é uma característica mesmo. E que eu acho também em espaços comerciais, em empresas de comunicação, esse problema também existe muitas vezes de ter a falta de... Mas que eu acho que no terceiro setor e nos movimentos acaba sendo bastante forte, assim. (Elisa, 2012)

É possível pensar que, em vista de estar em outra faixa de idade, de ter outra relação com os meios de comunicação de massa a partir do movimento (menos combativa e mais de tentar uma aproximação) Elisa possui outra visão do trabalho de Assessoria de Imprensa para os movimentos e organizações. É uma estratégia que, na visão da comunicadora, deve ser tentada – não é o cerne do que se deve trabalhar de comunicação, mas a posição dela é de tentar. Pelos seus relatos na entrevista de 2013, ela não destina tempo precioso para realizar esses contatos como envio de *release* e *follow up* com frequência, mas, quando pode, envia materiais para quem conhece nos meios.

Eu acho que a gente tem que se utilizar de todo espaço que for possível de abrir, assim. E lá na *Terra de Direitos*, e aqui, no *Cefuria* a experiência é geralmente positiva, sabe? De ter jornalista de dentro do jornal que fazem exatamente o que você está falando e que conseguem, a partir do seu ponto de vista pessoal, também da sua orientação, colocar coisas interessantes que você nem acredita, que vão entrar na *Gazeta*, que vão entrar em determinado jornal e tal. Por exemplo, a *Terra de Direitos* ganhou um prêmio o ano passado. O prêmio “Inovare” com um projeto lá do Sabará. É projeto antigo e tal de usocapião lá. E esse prêmio foi muito divulgado: *Jornal Hoje*, o *Globo*, e outros jornais, assim, nacionais, e que fizeram uma cobertura... Com toda a limitação do espaço e de tempo... Em TV e tal, né? Mas fizeram entrevistas longas até em jornal impresso, em *blogs*, em *sites* e tal, na *Gazeta*... E deram visibilidade para uma ação que se não fosse o prêmio, né, ou essa abertura pra que a mídia faça mesmo essa cobertura talvez, tem muita gente que não saberia do Sabará, daquele contexto que eles viveram lá. De ter 20 mil famílias numa região de ocupação. Enfim, todo um contexto que acaba sendo visto por conta dessa exposição. Da entidade ter essa abertura. Fora outros casos tantos. Que nem aqui no *Cefuria* e pela *Assembleia Popular*, né, a gente acompanha muitos casos de conflito fundiário urbano. Toda vez que está tendo conflito, a gente escreve um *release*, liga e aí a imprensa estando lá, muitas vezes, utiliza termos preconceituosos, termos como: os invasores.... E colocando... Aí, sim, tem jornalistas que a gente até chama estrategicamente que vão fazer uma cobertura que não é de enaltecer a importância da propriedade privada em detrimento dos trabalhadores que ocuparam porque não tinham onde morar e tal... E que acaba até fazendo pressão pra que o poder público não vá lá e tome uma iniciativa dura. Enfim, de alguma forma a gente está entendendo que é importante fazer *release* sempre que possível, e de ter contatos específicos dentro dos veículos. (Elisa, 2012)

Em 2013 ela atualiza esse processo dizendo que faz Assessoria de Imprensa muito mais na *Terra de Direitos* do que no *Cefuria*, mas continua tentando e tendo resultados com isso.

E aqui a gente tem conseguido um bom diálogo com a *Gazeta do Povo*, pra mandar artigos, especialmente. A gente conseguiu espaço pra artigo, no espaço de opinião, e que daí não é um espaço de contato com ninguém. E aí tem o A., que ele foi estagiário da *Terra*, e hoje está lá na parte do *online*, então de vez em quando rola de conseguir por uma notinha. O que a gente percebe é que dificilmente são coisas aprofundadas, que dão a dimensão do que são os casos e tal, então, às vezes há um esforço de fazer uma pauta que diz do monstro que é o tema, e ele vai entrar como uma coisinha, no caso do juri, por exemplo, por que é quando mais vai pra imprensa. No início desse ano foi o último que aconteceu, que foi o caso de um Sem Terra que foi assassinado com 65 anos, morto numa situação de despejo forçado, ilegal, que envolvia a polícia, envolvia grandes nomes do latifúndio, o DER e tal. E pra esses temas a coisa circula mesmo, saíram boas matérias de tevê, assim também na mídia impressa saiu.

Acho que sai quando é um tema mesmo de fato mais polêmico, que envolve assim, se for dos *Sem Terra*, sai na mídia quando é uma briga com o ruralista, quando está mostrando o prejuízo ou aquela, quando a outra classe está sendo diretamente atingida, se é uma ação mais, como posso dizer... Deixa eu pensar num caso, acho que naquele caso do casal que foi morto lá no Pará, no Alto Ipixuna. Eles foram mortos, tinha lá as pessoas acusadas, elas acabaram sendo absolvidas. Esse foi um caso que teve repercussão imensa. Porque envolvia o fazendeiro que tinha pago as pessoas que executaram, e aí tem essa comoção meio que nacional também, que acaba acho que fazendo com que o tema acabe não passando despercebido. Mas eu vejo que são casos mesmo que o inimigo também é grande. Se o inimigo também não for grande não vai, desde o início, por exemplo, se é um despejo aqui, a *Terra* trabalha muito aqui, como você falou, se é uma ação nossa aqui, a *Terra* trabalha hoje junto com o *Cefuria* em vários casos, que tem a ver com a luta pela moradia, luta por, que são tipo ações de usucapião. E eu vejo que quando é um conflito pequeno, ou que não envolve a *Cohab*, como teve aqueles contratos falsos, 37 mil contratos falsos a *Cohab* fez há um tempo atrás, e a Justiça deu como contrato falso mesmo, e isso tem a ver com aquela região como o Sabará, onde a *Terra* já atuava. Isso acabou saindo quase porque não tinha como não sair também. (Elisa, 2013).

No ambiente digital, Elisa vê que se está avançando, mas ainda há resistências que pode perceber vindas dos próprios comunicadores, jornalistas.

Eu não sei se resistência é a palavra... A partir do jornalista, né? Mas é, de talvez não estar dando a importância que poderia estar sendo dada pra mídia, né? Pras redes sociais... Coisas que hoje são simples até de operar e tudo, mas que às vezes fica secundarizado, assim, sabe? Mas acho que não é uma aversão daquele tipo: a gente não pode ter um *Facebook*... Acho que não é duro, assim. Mas é demorar pra fazer o *Facebook*, é não atualizar sempre que pode, é esquecer, por exemplo, por a nota no site e esquecer de colocar no *Facebook*, no *Twitter*, tal... Uma coisa meio que de pegar no tranco, ali, né? De incorporar essa mídia nas nossas práticas e usar ela em tudo que for possível, né? Acho que a gente ainda usa de forma meio moderada, sem dar a devida importância muitas vezes (Elisa, 2012).

Segundo Elisa, essas ferramentas disponíveis pela Internet deveriam ser muito mais usadas, de maneira mais estratégica. A vantagem para ela é exatamente a “gratuidade” do veículo, mas entende que aquela atenção dada à área de comunicação citada anteriormente deve ser movida para também a dedicação a esses meios. Isso não dispensa, na opinião dela, as outras mídias, impressas e rádio, por exemplo, mas a comunicadora entende que todos têm seu papel e, sendo a web esse “mundo todo” paralelo, era importante realmente tratá-la de maneira estratégica até porque, fora o próprio impresso, é a maneira mais democratizada de se comunicar na atualidade.

Mas uma coisa que eu acho que a gente precisa avançar bastante é, por exemplo, a gente aproveitar aquilo que a Internet possibilita hoje de rádio web, inserção de vídeos tanto pra gente registrar e arquivar conteúdos de trabalho. Não deixar se perder porque tem muito material produzido hoje em dia que a gente não edita, não publica, não... Não divulga. Tem muitos exemplos disso assim de evento. A gente vai lá, grava tudo, e no fim não edita e não coloca nem lá no *youtube*. E aí as pessoas acabam não tendo acesso imediato ali. Por exemplo, aqui no *Cefuria*, o ano passado, a gente entrou bastante nesse debate. Tem o curso de rádio popular, mas a rádio comunitária é um espaço absolutamente elitizado no sentido do acesso, né? Poucas pessoas conseguem ter acesso à rádio comunitária, especialmente porque elas não são comunitárias, elas não têm características de rádio comunitária. E a gente não, a gente faz o curso pensando nisso e não constrói alternativa, por exemplo, de ter uma rádio web, que fosse pelo menos um exercício, né?

A internet não é acessível pra todo mundo, ainda, especialmente com os grupos que a gente trabalha. Mas é pra exercitar, pra poder publicar, pra organizar nosso conteúdo produzido. Se não há rádio comunitária e a gente não cria outras iniciativas é uma formação que acaba não tendo vazão... Assim, sabe, a gente no passado entrou bastante nesse debate. E esse ano estamos com a tarefa de construir uma rádioweb aqui no *Cefuria* buscando fazer uma rede de rádios no Estado. (Elisa, 2012)

Elisa foi coerente com o seu depoimento de 2012 e realmente praticou o que acreditava no ano seguinte. Quando da entrevista em 2013, atualizou o que tem sido praticado em termos de comunicação nos movimentos em que trabalha.

Mudou sim, acho que mudou. Aqui no *Cefuria* a gente tem usado mais agora o *Facebook*, e eu vejo que entra naquela conversa de assessoria institucional, que poderia ser muito melhor mesmo se houvesse uma priorização, ou houvesse perna mesmo pra fazer. Não é que as coisas que eu faço também não sejam bem importantes. Aqui dentro a gente avalia que também são. No fim acaba que essa parte é das que sofrem mais, mas há um esforço de usar mais e um reconhecimento de que é bem importante. Hoje mesmo, por exemplo, a gente faz um evento, um curso ou uma atividade dessas que a gente geralmente faria um panfleto ou um folder, e o folder é uma coisa que o *Cefuria* faz há um bom tempo, e eu questiono sempre a efetividade dele. Agora a gente também está fazendo essas coisas via internet (Elisa, 2013).

Ela ainda aponta essa mudança no acesso – mais acesso – em relação aos públicos de interesse. Entende que há mais acesso, mais resultados sendo alcançados pelo meio digital e tem aumentado suas habilidades relacionadas à mídia para realmente traçar estatísticas utilizando o *Google analytics*, que é uma ferramenta ofertada pelo *Google* para se medir o tráfego em algum website específico.

Pelo *Facebook* a gente pode ter esse retorno, de visualizações. Por ser uma página, aparece lá. E é uma coisa que está para avançar, porque a gente agora mudou o *site*, que antes estava numa plataforma completamente difícil de acessar, era acessado por apenas um único computador, era bem antigo. A gente mudou com pouquíssimo dinheiro, pra um sistema melhor, com certeza, mas visualmente está com muita coisa pra melhorar, mas a partir dessa mudança de *site* a gente conseguiu atualizar de qualquer lugar, naquele formato que hoje é usado por todo mundo, mas que o antigo era precário. E tem esse projeto de usar aquelas malas diretas, envios de boletins institucionais com informações nossas por e-mail e isso tem a ver com organizar o *mailing*, ter um cuidado que hoje a gente não tem. Pra mim é difícil pensar que a gente demora muito pra fazer isso, porque é o básico, a gente tem que conseguir organizar isso e ter uma pasta com os nossos contatos virtuais pra mandar os convites, mandar boletins, mandar informes. (Elisa, 2013).

Elisa descreve as possibilidades de atuação pelas redes sociais como vantagens estratégicas, como campanhas que indiquem o próprio *site* da organização. Não entende isso como uma facilitação ao seu trabalho – “não que eu vá conseguir fazer tudo nas minhas 20 horas aqui” – mas vê com bons olhos o uso digital para realmente impulsionar certas demandas dos movimentos. Tanto que durante a entrevista de 2013 ela tinha acabado de postar um aviso sobre um curso que o *Cefuria* estava oferecendo e no meio da entrevista uma das companheiras veio avisar que o email estava “bombando” de inscrições.

Mas aí na *Terra* a coisa é muito mais visível. A gente usa o *Facebook*, o *Twitter*, diariamente, aí eu acho que quando eu entrei na *Terra* acho era um período que eu também senti isso, que aquilo estava dado ainda que todas as entidades e organizações sociais iam se entregar ao *Facebook*. Eu sentia uma coisa assim ali que, por exemplo, mesmo o *Brasil de Fato*, que é o jornal da esquerda, não tinha se tocado que tinha que publicar tudo no site, tinha que divulgar tudo pelo *Facebook*. Ou mesmo as organizações, tipo a *Terra de Direitos*, via uma timidez nisso e acho que a coisa avançou 100%, porque conforme você começa a usar e dar retorno, aí a coisa engrena.

Eu lembro que quando entrei, a página da *Terra* tinha recém sido feita, era um perfil, e aí a gente criou, migrou para uma página mesmo. Aí hoje tem 3.800 pessoas que curtiram, é bastante. E tem um retorno muito interessante, tudo que a gente publica lá, pessoas que compartilham, comentam, curtem, a gente vê que por ali a coisa se multiplica mesmo, em âmbito nacional, coisa que pro *Cefuria* não acontece, porque ele tem uma atuação que é mais local, tem uma coisa que é mais micro, tem trinta e tantos anos, poderia ser mais reconhecida. É o resultado de não dar tanta importância, poderia ter mais comunicação institucional. (Elisa, 2013)

Ela aponta grandes lições também aprendidas no uso diário das ferramentas de internet. Com a prática aprendeu a prestar atenção aos destaques, postar uma informação que realmente vai circular, que tipo de título precisa dar, quais imagens são melhores de serem colocadas e com a atenção em um público que não está comumente no debate. Tudo isso medindo pelas estatísticas que as páginas oferecem. Há um estudo no fazer diário, uma reflexão visando o aprimoramento estratégico. Ela ainda aponta grandes planos nesse fazer cotidiano em ambos os movimentos, de maneira participativa, mas sempre revendo de maneira reflexiva o que pode ser melhorado, inclusive no que se trata de estética e técnicas específicas de argumentação, como por exemplo, a atualização da logomarca do *Cefuria* do ponto de vista do *design*. O formato é outra preocupação.

Mas o que pegou lá no debate foi sobre um videozinho que a gente quer fazer de uns cinco minutos lá, e eu tinha proposto que esse vídeo fosse o vídeo marketeiro pra dizer desse problema, desse tema, pra além de explicar o que é privatização da água, da luz, da educação, a gente falar do assunto de forma muito rápida, meio que pra gente começar a colocar o problema. Mas aí a gente entra naquele debate, o texto é sempre muito cheio de adjetivos, falando do problema de forma cansativa até, que nem a gente mesmo aguenta, isso as pessoas aceitam até, que ninguém aguenta mais com esse formato, com esse jornal, com essa linguagem, imagina falar com quem não está no debate, que acha mesmo que tem que uma empresa cuidar, que o serviço público é uma droga, essa leitura do senso comum. (Elisa, 2013)

A impressão que se tem é que Elisa tenta oxigenar um movimento de 30 anos em relação às suas estratégias de comunicação, mas sabe que precisa respeitar a participação de todos, senão estaria indo contra o que acredita. Por isso vai devagar, com o que dá para fazer.

## **5.2.5 O sentido das práticas comunicativas de Elisa e a busca da cidadania**

A seguir levantaremos as reflexões relacionadas a trajetória da comunicadora Elisa nas três dimensões: movimento social/contexto; cultura profissional/política/de militância e as competências midiáticas/digitais. No capítulo 7 estarão análises cruzando a trajetória desta comunicadora com os outros investigados.

### **5.2.5.1 Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto**



Similar a Alison, Elisa também teve e tem influência de duas organizações: *Cefuria* e *Terra de Direitos*. O que nos traz especificidades no estudo das práticas comunicativas de Elisa é que no momento ela está trabalhando em duas organizações diferentes, o que nos fornece elementos mais claros do quanto um Movimento Social ou organização a está influenciando em suas práticas.

Elisa entrou no *Cefuria* quando Alison estava lá ainda e, a partir de sua entrada, as contas do *facebook* e do *twitter* foram abertas. É possível que sua entrada na organização tenha motivado essa abertura, mas também é possível que só tenha dado um impulso a um fazer que já estava em vias de ser realizado, já que em uma sociedade midiaticizada a convergência multimeios é uma tendência.

No *Cefuria* a comunicadora se viu também educadora nos projetos de capacitação para a comunicação, assumindo um papel que exige dela muito mais do que as técnicas de comunicação aprendidas na universidade. No início ela precisou acompanhar o trabalho dos outros educomunicadores e aprender na prática, aproximando-se muito do perfil do que seria, como já falamos, do comunicador popular. Nas entrevistas, ela deixou transparecer essa necessidade de aprendizado contínuo, como se a técnica vinda da universidade não tivesse conseguido suprir esses conhecimentos que se aprendem no chão, no povo, com o povo. Uma das influências do *Cefuria* nas práticas de Elisa pode ser a introdução desse novo olhar, mais popular, em uma comunicação que tinha tudo para ser meramente técnica, já que a comunicadora é a mais nova do grupo entrevistado e tem mais “frescos” os aprendizados da escola. Outro sinal desse aprendizado contínuo que é realizado no movimento é a hesitação na primeira entrevista em responder questões sobre estratégias de comunicação. Não é que ela não saiba o que deva ser feito, é que ela está refletindo esse fazer, esse papel. O que vemos é que a reconfiguração das práticas dessa comunicadora - e de seu *habitus* - é realizada a partir da relação cotidiana entre o que é necessário fazer ali, o que foi aprendido na universidade e o que deve ser aprendido ali e recriado para ser mais efetivo nos resultados almejados. Enfim, é a constituição de influências que transpassam outras que acabam por informar as práticas e formar o *habitus* de Elisa no *Cefuria*. Por essa razão ela ali – e somente ali - é uma educomunicadora.

No trabalho de comunicação desenvolvido no *Cefuria*, Elisa entende que é necessário “se tentar tudo”. *Facebook*, *twitter*, *site*, rádio e TV devem ser produzidos e estarem interligados, por isso ela reclama que no espaço físico deveria ser possível ter

todos juntos. O pensamento no *Cefuria*, mesmo respeitando a lógica combativa do movimento, é de ir fazendo, ir tentando, utilizando-se desses fazeres no âmbito tático, mas caminhando para algo estratégico conforme o conceito certeuniano. Explico: Elisa experimenta, aprende e planeja. É por essa razão que tem tentado “tudo” nas práticas de comunicação, mas tem anotado os aprendizados, como as respostas e métricas de leitura do *facebook*, por exemplo.

Outra percepção é a de que Elisa aprende sobre as temáticas trabalhadas no próprio movimento e no consumo de mídias “alternativas” voltadas para os assuntos que movem a organização. Por essa razão ela continua assinando o jornal *Brasil de Fato*, e recebe atualizações pela internet por meio das *listas de notícias de grupos e movimentos em que está afiliada*.

Para a comunicadora, o *Cefuria* e a *Terra de Direitos* acabam sendo os fermentadores do seu fazer com informações vindas da prática, em uma troca contínua de aprendizado, aplicação, avaliação e estratégia.

Mesmo sendo uma comunicadora “integrada”<sup>209</sup>, que entende que é possível fazer Assessoria de Imprensa junto com o restante das estratégias de comunicação (ela não parece estar contaminada pelos colegas combativos do *Cefuria*), é possível entender que essa prática da AI é mais presente na *Terra de Direitos* do que no *Cefuria*. Isso se explica a partir dos tipos de comunicação que vimos no capítulo do contexto. O *Cefuria* vem de uma história marcada pela comunicação alternativa e do descrédito na possível relação amigável com as outras instâncias como mídia de massa e financiadores privados brasileiros. Já a *Terra de Direitos*, por ser dos anos 2000, parece mais integrada a práticas de comunicação voltadas para o institucional e para o relacionamento com os outros setores.

Assim, o que vemos é que, trabalhando 20 horas por semana no *Cefuria* e 20 horas por semana na *Terra de Direitos*, Elisa precisa navegar entre esses dois ambientes, entre essas duas necessidades comunicacionais que são bem distintas. No *Cefuria* ela se foca na capacitação para a comunicação nas comunidades e públicos atendidos, o que a transforma em educadora, além de concentrar seus esforços de comunicação, mesmo utilizando-se das redes sociais e da internet, em seus públicos de interesse, isto é, outros movimentos e as comunidades atendidas pelos projetos<sup>210</sup>. Já

---

<sup>209</sup> Usando o conceito dos apocalípticos e integrados de Eco.

<sup>210</sup> Lembremos da comemoração que ela fez enquanto falávamos na última entrevista em relação ao anúncio de curso que ela tinha colocado no *facebook* e que estava motivando inscrições.

na *Terra de Direitos* o posicionamento é muito mais para a comunicação institucional, ou seja, se relacionando com instituições, opinião pública e os dois outros setores, Estado e Mercado (o que inclui a mídia de massa). Ali ela faz Assessoria de Imprensa e relata resultado positivo, recepção interessante das pautas, apesar de não se deixar iludir por alguma resposta da mídia massiva. Ela deixa claro que sabe o que interessa a esses veículos e formata o que a *Terra de Direitos* tem para dizer de maneira que entre nessas pautas.

Com o foco na comunicação institucional, a *Terra de Direitos* exige de Elisa a aplicação maior de técnicas de comunicação, o que não a isenta de ter que entender muito bem do que está falando. Por essa razão, mergulha também nas temáticas e nos 4 eixos que movem a organização. Entre seus processos de comunicação, como a atualização do site, há a sala de imprensa e há “o que deu na mídia”, sinais claros de que algumas métricas técnicas, típicas do mercado, são usadas nessa estratégia de comunicação da Terra. Diz-se “estratégia” porque por trás do fazer ali, há menos experimentação e inovação do que no *Cefuria* do ponto de vista técnico.

O que vemos no fazer de Elisa é o intelectual orgânico que pensa o que as duas instituições precisam, o que elas exigem, e consegue de alguma forma se adaptar e traçar lógicas e padrões de ação diferenciados de acordo com a necessidade e identidade de cada organização. Esse intelectual orgânico, pensador, aparece também quando ela critica as organizações que estão focadas somente em fazer o seu processo comunicacional interno quando, na verdade, deveriam estar se juntando de alguma forma para propor novas maneiras de comunicar na nossa sociedade, como por exemplo, que financiem parte do tempo desses comunicadores como ela, para que desenvolvam materiais para mídias de massa – alternativas à hegemônica – como o jornal *Brasil de Fato*, que é na verdade o símbolo de uma outra versão dos fatos veiculados.

Por fim, o comunicador mediador, aquele que traduz necessidades, linguagens e estilos é colocado para agir nas práticas de Elisa na *Terra de Direitos*. Como única comunicadora em meio a uma maioria de advogados, sua batalha por explicar os meandros da comunicação e da efetividade de determinados textos ou estilos é constante. Especificamente nesta organização seu papel inclui o de mediar determinadas expressões e vocábulos para que saiam do “feudo” jurídico e ganhem o entendimento de um público mais vasto, de diversas outras áreas e tipos de conhecimentos. As

competências comunicativas ali são voltadas para a mediação da linguagem com o intuito de reunir públicos.

#### **5.2.5.2 Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância**

Não se pode ignorar que a vida em uma cidade pequena, com o pai sendo uma das lideranças políticas locais,<sup>211</sup> tenham influenciado nas escolhas de Elisa. É perceptível que esse “histórico” não é claro para a comunicadora, em seus depoimentos, mas neles mesmos ela afirma que ficava sabendo das coisas que precisavam ser realizadas na cidade por meio do pai. A convivência frequente e atuante na igreja local, na organização de quermesses e, mesmo o carisma cristão, são também outros influenciadores possíveis dessa trajetória já que a comunicadora foi catequista católica e pensava em seguir a vida religiosa. Mas conscientemente, foram os grupos que estudaram com ela nas duas universidades que a apresentaram aos Movimentos Sociais e às mídias e fontes de comunicação alternativas, como a revista *Caros Amigos*. Seu dedo aponta para os professores militantes que também conheceu nos dois cursos – Ciências Sociais e Jornalismo – e que a sensibilizaram ainda mais para o trabalho nessas áreas.

Elisa é a comunicadora a que Bassfeld (2009) se refere quando diz que esse profissional precisa ter a liberdade de trabalhar no que acredita. Desde que entrou na área quando estagiou em uma organização social enquanto fazia jornalismo, Elisa nunca mais se afastou e deixa claro que não se enxerga fora da área dos movimentos. A comunicadora trabalha em duas organizações, divide-se todos os dias entre elas. Se afirma fazendo o que gosta, mas quando falamos de militância, ela cita organizações em que voluntaria. Isso não se dá porque separa estritamente o que é trabalho do que é militância pois o restante do seu discurso mostra que milita no seu trabalho, inclusive, indo conhecer algumas iniciativas da *Terra de Direitos* localizadas no Pará, nas “férias”. O que a comunicadora põe, e isso é sempre recorrente no seu discurso de maneira indireta, é que é necessário fazer mais, não só trabalhar efetivamente, mas suplantando o próprio trabalho com aquilo que também é reflexão, que também é voluntário, aquilo que é pensar o fazer e a maneira como estamos organizados. Ela fala da *Frentex-PR*, da *Consulta Popular* como formas de se organizar de maneira não tão institucional para

---

<sup>211</sup> Mesmo sendo de um partido tradicionalmente neoliberal. A própria comunicadora explica que nem sempre as alianças feitas em nível estadual e federal podem ser repetidas nas cidades.

poder se implementar uma nova comunicação não só dos movimentos mas de sociedade.

É possível que toda essa vivacidade e essa vontade de fazer venha também de uma juventude presente, já que é a mais nova, e talvez por não ter sido marcada tanto pelas perdas e frustrações que militantes em geral amargam na luta e que veremos neste trabalho mesmo. Mas o que é possível perceber no fazer profissional/militante de Elisa é que ela sabe que são poucos os que fazem. E ela precisa estar nesse grupo.

Esse pensamento crítico da própria área aparece também em uma situação que é presente entre as organizações sociais. A dificuldade da conquista de financiamento que as organizações passam (ou sempre passaram) e um foco ainda amador na área da comunicação, inclusive no pagamento, são material de reflexão. Ela trabalha em cada uma das organizações dentro do horário regulamentar do Jornalista (tem dois empregos é claro), mas não recebe o piso estipulado pelo sindicato, o que por si já é um contrasenso, já que os movimentos fazem parte, também, dessa luta por melhores condições de trabalho. A questão é que não é por falta de vontade ou de valorização em relação à profissional que esse piso não é alcançado, mas sim pelas próprias prioridades da organização como um todo. O fazer os projetos vem antes da comunicação.

Assim, com Elisa o que pode ser visto é que a militância permeia seus fazeres, seu trabalho nos movimentos, mas isso não a exime de manter um afastamento crítico, principalmente em relação a como a comunicação está sendo tratada ali.

### **5.2.5.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais**

Elisa ouvia muito rádio quando adolescente, mas não faz rádio. O rádio aparece em seu dia a dia somente quando há algum projeto de capacitação para o meio, ou rádio comunitária no *Cefuria* e a “educadora” vai atuar. Mais uma vez (Alison tem a mesma situação) vemos que um consumo frequente em uma das áreas da vida não determina uma escolha de meio ou prática posterior. As competências midiáticas de Elisa não se atêm a um estilo de texto ou a um veículo. Aqui ela mostra o que a convergência pode representar no trabalho diário de comunicação nos movimentos sociais. Por isso, Elisa navega nos diferentes suportes, como o impresso, a internet (digital), o rádio e mesmo o vídeo. Realiza o que Martín-Barbero estabelece como competência comunicativa quando vê a participação do outro como fundamental para o fazer em comunicação. É por essa razão que, mesmo sendo a única comunicadora das

duas organizações, preocupa-se em mesclar as opiniões, em ouvir, em mediar os processos e estilos textuais, principalmente refletindo sobre seu próprio posicionamento frente aos desafios comunicacionais. Sua fala é marcada sempre pelo uso da primeira pessoa do plural quando se trata de explicar os direcionamentos dados às práticas, mesmo refletindo que a atenção dada para a área da comunicação nem sempre é a ideal pelos outros parceiros de trabalho.

A comunicadora está definitivamente voltada para seus públicos e para o resultado que seu fazer está oferecendo quando afirma que foi atrás para aprender como gerenciar e ler os números do *Google analytics* para saber as métricas das suas produções. Quer saber como os textos e postagens estão sendo recebidos e que tráfego estão provocando entre seus públicos. Por ali também, Elisa estabelece um perfil de quem é seu público, quem está lendo/vendo o que produz.

É possível entender que sua prática está marcada pela estratégia pensada e refletida quando notamos o número de “curtidas” que o perfil da *Terra de Direitos* possui no *Facebook*: 4,5 mil. É claro que esse índice é determinado também pelas opções do movimento já que no perfil do *Cefuria* esse número está ao redor de 2 mil “curtidas”. Isso significa que há mais público ligado a *Terra de Direitos* que acaba recebendo notícias sobre o movimento do que no *Cefuria*, se formos comparar somente o que a rede social *Facebook*, e ambos os perfis, estão movimentando.

Outro sinal que nos mostra um uso estratégico das competências comunicativas é que a comunicadora não se deixou influenciar por uma descrença militante da equipe *Cefuria* em relação ao fazer Assessoria de Imprensa. É certo que neste movimento ela se ocupa de outras prioridades, como desenvolver seu perfil como educadora, o que ali é mais importante do que fazer A.I. Mas quando sai dali, as estratégias também mudam. Na *Terra de Direitos*, como já falado, a comunicadora é capaz de alimentar uma sala de imprensa do *site*, pensando nesse público específico e nos resultados que ele pode ofertar ao trabalho da organização, além de visibilizar, em outra área do *site*, o que tem saído na mídia.

Assim, o que vemos é que as competências midiáticas/digitais da comunicadora estão sendo desenvolvidas e aplicadas de acordo com as demandas colocadas pelos movimentos em que atua, o que não significa que não exista um componente pessoal que influencie nesse fazer. Esse componente, pelo que pudemos perceber, é o estar aberta ao aprendizado contínuo, independente do que as técnicas possam significar – se são usadas pelo mercado ou são alternativas – mas a prioridade é fazer, ter resultados e

continuar ouvindo e aprendendo. Adaptação aos cenários e a efetiva aplicação de seus aprendizados podem determinar a prática em comunicação de Elisa, nos Movimentos Sociais em que atua. Ela aponta o que é aprendido no uso diário das ferramentas de internet, como prestar atenção aos destaques, postar uma informação que realmente circule, que tipo de título precisa dar, quais imagens são melhores de serem colocadas, com a atenção no uso de uma linguagem também para um público que não está comumente no debate. Tudo isso medindo pelas estatísticas que as páginas oferecem. Há um estudo no fazer diário, uma reflexão visando o aprimoramento estratégico.

Como já colocado, numa avaliação da comunicação nos movimentos sociais, Elisa entende que do predominantemente “alternativo” se está saindo para um “avanço no entendimento que é importante a comunicação, a estratégia, ter veículos que funcionem”. Como boa “integrada”, a comunicadora afirma que vê o digital como uma saída para a democracia na comunicação, para que todos tenham voz e vez. Mas longe de ter uma super empolgação com a mídia em si, entende que ainda não está sendo amplamente usada pelos parceiros comunicadores. É possível fazer mais, diz.

### **5.3 Márcio: depressão na militância**

A aproximação com esse comunicador se deu pelo propósito dessa investigação, a partir da seleção das organizações/movimentos que fizeram parte da *Frentex-PR*. Era o único sujeito comunicante com quem não havíamos tido contato anteriormente. Mas bastou somente a primeira entrevista para vermos que nossos caminhos se cruzaram muitas vezes por meio das pessoas que conhecemos e de campanhas empunhadas de diversos lados pelos grupos de esquerda da cidade.

Na busca do comunicador responsável pelo *Instituto Reage Brasil*, a primeira entrevista com Márcio se deu no início de 2012, para a 3ª exploratória. Depois do amadurecimento das questões da pesquisa, Márcio se manteve na lista dos comunicadores a serem investigados a partir dos critérios estabelecidos pelo reordenamento da problemática, mas também por uma questão que poderia trazer alguns contrapontos. Seu envolvimento em uma história recente de Curitiba e do Paraná, a manifestação de uma postura mais combativa, das que é possível notar ainda em militantes dos anos 70 e 80, poderiam ajudar a entender muitas das práticas dos comunicadores atuais e talvez das transformações da comunicação nos movimentos.

Entre a 3ª exploratória e a entrevista da etapa sistemática, Márcio lançou mais um livro e fui a um dos eventos de lançamento. Fiquei com o meu exemplar, uma coletânea de textos escritos em diversos momentos da vida dele, incluindo crônicas, contos e poesias. O livro foi lido antes ainda da coleta de dados da fase sistemática e, como acredito que seja impossível o sujeito se desvincular do seu texto, conheci muito de Márcio e das suas dores por ali. Tanto que algumas questões feitas no momento da segunda entrevista, que aconteceu em julho de 2013, tiveram origem em contos do livro. Ali ele critica o *status quo*, o cotidiano paranaense/curitibano e reflete sobre sua trajetória sem perceber de maneira tão clara. Tanto que quando perguntei a ele coisas sobre o livro, ficou surpreso.

Para esse segundo momento, ele perguntou o que “mais” eu gostaria de saber. Disse que precisava construir a trajetória de vida dele. Como bom comunicador/jornalista, veio equipado. Trouxe impressas partes do seu *blog* que falavam da sua trajetória, assistimos a um vídeo em que ele reflete sobre as muitas lutas empunhadas e trouxe o seu primeiro livro, o que eu não tinha lido, apontando um dos capítulos ali como uma possibilidade de descoberta. Pelo dito aqui, parece que Márcio é daquele tipo egocêntrico, que precisa se autoreferenciar ou mostrar seus feitos. A impressão que ficou é bem o contrário. Um sujeito altamente inquieto, que testemunhou e foi vítima de muitas das injustiças do sistema e que viu na escrita e na recuperação histórica de dados um jeito de expurgar esses sentimentos. Márcio estava em tratamento em 2012 e continua em 2013, contra uma depressão. Mas ele explica que boa parte dessa doença tem a ver com a alta ansiedade em relação ao seu fazer militante. É a tal indignação que vimos pairando sobre a cabeça de Alison, que fez Luisa rever sua trajetória e que parece ter se alojado em Márcio.

### **5.3.1 Cultura profissional/trajetória**

Mesmo eu não tendo perguntado, formalmente, as idades de cada comunicador, posso considerar Márcio o mais velho<sup>212</sup> dos quatro profissionais e, conseqüentemente, o que tem mais forte em sua trajetória os traumas e aprendizados relativos à ditadura, aos movimentos fortemente combativos dos anos 1970 e 1980, do movimento estudantil e da construção do PT até a chegada à presidência. Márcio teve sempre uma tendência

---

<sup>212</sup> Numa conversa informal, antes da entrevista, ele comentou ter 46 anos.



anarquista, como ele mesmo diz, e recusou durante muito tempo a formação escolar. Foi fazer faculdade de Jornalismo na Universidade Federal do Paraná somente em 1993 e, depois disso, tentou se embrenhar na literatura com o *Jornal Nicolau* da UFPR. Mais tarde montou um jornal de bairro, no qual tinha liberdade, segundo ele, de “bater” na prefeitura.

Mas daí eu falei assim: vou montar um jornal, popular. O primeiro jornal da região oeste de Curitiba foi o nosso. Tinha poucos jornais de bairro em Curitiba naquele tempo. Foi em 97, eu me formei em 96, daí em 97, só que eu não tinha nem computador, mas coloquei na cabeça que tinha que montar um jornal, porque achava que havia pouco espaço assim para uma pessoa que pensava como eu. Nessa época eu já vinha em uma vertente de contestar o sistema, contestar o que estava sendo colocado por outras vias, literário, movimento anarquista, mas também até por uma questão de classe. Não tinha tanta noção ideológica na época, fui conseguindo na prática. Daí, me lembro, que começou essa época do voluntariado, aí teve esse jornal de bairro, que foi uma experiência muito grande, que é o *Expresso*, inclusive tem todos os editoriais aqui na biblioteca. Na verdade não tinha muito conselho editorial. Eu tirava foto, eu fazia tudo, trabalhava sozinho, consegui um sócio, logo no primeiro número, eu ia com a pastinha debaixo do braço e ia vender anúncios, eu emprestei um computador com um parlamentar. Depois minha mulher trabalhava numa empresa também, e usava lá o computador quando podia, fiz um boneco do jornal e saí oferecendo. No segundo número já consegui um dono de uma gráfica, tinha uma gráfica lá no bairro, daí eu sobrevivi daquilo, fui livre. Acho que foi 97, não... Montei o jornal em 99, de 97 a 99, eu fiquei de *freelancer* para a *Gazeta*, para tudo o que aparecia. (...) Mas foi difícil assim, esse período do jornal foi importante pra mim porque nós sofremos uma pressão muito grande, era governo do Taniguchi, Lerner<sup>213</sup>, e eu recebia verba da prefeitura, só que eu sempre mantive independência. (Márcio, 2012)

Márcio ainda foi voluntário em um curso pré-vestibular. Nessa época, teve uma aproximação com o Partido dos Trabalhadores - PT e começou a militar na política de maneira radical. Ele faz parte do grupo de idealistas petistas que se formou em Curitiba (assim como em várias outras localidades brasileiras) e que adaptou a sua vida em favor desse projeto que era o “projeto socialista” por meio do PT. Havia sempre uma grande carga idealista, do alcançar uma mudança concreta com a chegada à presidência. Quando C<sup>214</sup>. se elegeu como vereadora e depois deputada federal, ele se tornou seu principal assessor. A relação profissional entre os dois continua estreita nos dias atuais, e isso se pode depreender, inclusive, porque foi por meio do telefone dela que consegui

<sup>213</sup> Administrações de direita (Partido da Frente Liberal - PFL) de Curitiba.

<sup>214</sup> Ex-deputada federal. Não tive contato com ela, por essa razão não usarei o nome.

falar com ele. Há uma relação próxima, mesmo ela não tendo sido reeleita, que talvez se configure nos encaminhamentos do *IRBrasil* e em outros projetos.

Mas antes ainda dessa trajetória profissional da comunicação, Márcio conta que fez de tudo um pouco. E explica isso em seu *blog* onde tem vasto material sobre todas as suas caminhadas.<sup>215</sup>

Um mosaico da área de jornalismo, já que é impossível detalhar todas as atividades, participação em eventos, cursos, participação em seminários, trabalho em mandatos e sindicatos, com uma carga horária sucessiva geralmente de 12 a 14 horas por dia (com poucos feriados) em quase duas décadas. Durante quase uma década, tive uma semana de férias anualmente. Claro que paguei um preço por isso, com a saúde, mas é a vida... Antes do jornalismo limpei (literalmente) o chiqueiro dos porcos, colhi roça, plantei roça, fui jogador de futebol das categorias de base, datilógrafo, office-boy, porteiro, serviços gerais, técnico em hemodiálise, atendente de locadora, aprendiz de marceneiro, bolsa na UFPR, e por aí vai... Mas isso, fica para outro resumo porque aqui é impossível falar sobre tudo isto. Fica aí um pequeno resumo, que consegui coletar rapidamente.<sup>216</sup>

Esse fazer na comunicação e militância política lhe rendeu muitas aventuras, um monte de estresse e a tal doença do nosso século, a depressão, que segundo ele, também é algo que veio de família (segundo investigações que ele fez, há também o diagnóstico de bipolaridade) e que acabou influenciando em outras áreas da vida<sup>217</sup>. Hoje ele faz as coisas quando dá, como disse na entrevista em 2013, com calma, dando um tempo para cada projeto.

É, acho que... Mas enfim, graças a esse sucesso todo de... eu consegui ver que não tenho condições de uma carga horária alta, é difícil pra mim porque eu tenho que descansar, chega uma hora do dia que já minhas energias, talvez pelo excesso que foi antes, sabe... Eu consegui organizar esse livro, que eu comecei olhar também uma série de coisas que talvez ao mesmo tempo não podia substituir, haver uma compensação, nem a ideologia podia ser uma compensação, sabe, aprender a viver a vida, sabe, a não carregar aquele peso nas costas, de ter que resolver o problema do mundo. De você ser assim, nossa, eu sei que tem um monte de coisas acontecendo mas eu não vou conseguir arrumar sozinho. (Márcio, 2013)

<sup>215</sup> Não caberia retomar aqui os detalhes destas caminhadas, pois há um volume muito grande de ações comunitárias, certificados, eventos políticos, praticamente a vida toda de militância que se referem a uma posição política, a um projeto específico que era o que mais combinava com o projeto do próprio PT.

<sup>216</sup> Disponível no blog pessoal do comunicador.

<sup>217</sup> O comunicador relatou trajetórias relacionadas ao âmbito pessoal que opto por não incluir aqui. O referencial da depressão e de problemas neurológicos já nos serve para explicar seu ritmo de trabalho e as práticas na área da comunicação.

Hoje Márcio continua assessorando os movimentos sociais – e isso inclui o coletivo do *Instituto Reage Brasil* – mas somente quando é possível, sem ter um compromisso realmente profissional. Diríamos que antes de profissional da comunicação ele seria um militante político. Seu plano de produção, além de estar trabalhando em áreas de trabalho manuais para se tratar da doença (como pedreiro, em plantações da família) é escrever um livro. Na última entrevista falou que iria se isolar no interior do Paraná – de onde vêm suas raízes – para escrever mais um livro que não quis comentar sobre o que era. Mas seu *facebook* o denunciou. Na sua *timeline*, em novembro de 2013, pode-se ver fotos dele no centro de Curitiba auxiliando uma equipe na coleta de assinaturas para a formação do novo partido de Marina Silva, o *Rede*. Há imagens também dele cobrindo eventos, fazendo filmagens e fotos.

### 5.3.2 Cultura política militância

Os problemas de saúde de Márcio se sobressaem em relação a todas as áreas da sua vida. Ele conta que há muita coisa genética, de família, que se ele soubesse antes teria tratado, mas a militância política levada ao extremo, que se iniciou após a faculdade de jornalismo, conseguiu piorar o quadro. É por essa razão que hoje se divide entre um fazer sem compromisso para os movimentos sociais, suas escritas e voluntariado mesmo. Aqui ele conta como tudo começou:

Da onde houve uma percepção assim, claro, assistêmica, é uma coisa anarquista. Você quer mudar tudo mas, só que houve um momento da minha vida, que depois que passei pela primeira crise de saúde, eu tinha me separado da minha ex-mulher. Tinha um casal de amigos meus e eles me convidaram para, e eles eram bem de vida, eu sempre fui mais pobre. Eles falaram “ó, amanhã a gente vai entregar pão”. Por incrível que pareça, aí tem toda uma história. Trabalhei no hospital Evangélico, no hospital de crianças queimadas, mas era uma coisa mais relacionada ao cristianismo. A questão de dizer assim “não, eu sou cristão”. Apesar de ir convivendo você vai aprendendo, sentindo as dores do próximo. Aí fui entregar o pão. E aí que aconteceu: as crianças vinham. E me deu um choque, pensei: “cara, você é pobre, você está fazendo uma universidade, entendeu, está sendo egoísta, e é por isso que você está com problema de saúde, está sendo egoísta, só está pensando em você, e você não consegue ver o mundo ao seu redor”. E na verdade talvez fosse, porque sem uma estrutura familiar e social, você entra numa universidade para quê? Com a cabeça que eu tinha, que eu não tinha uma cabeça ideológica de militante e tal. Eu tinha assim: queria pegar a mulherada. Fui jovem tarde, porque até os 20 anos eu fui evangélico. Passei bem, estudei em escola pública e passei num vestibular mais difícil da história, que eu também achei

que era um gênio. Aí, ganhar grana, só que nesse meio tempo aconteceu isso do pão, aconteceu a passeata do Collor, que eu tinha me engajado, também. (Márcio, 2013)

A vida de militante de Márcio não o tratou muito bem. Algumas escolhas pessoais pioraram o cenário. Envolvido em dezenas de campanhas históricas<sup>218</sup> no Paraná, como as contra as privatizações, as ocupações de terra na região metropolitana de Curitiba e outras relacionadas, por exemplo, ao pré-sal, Márcio não teve descanso durante aproximadamente 10 anos, trabalhando em várias frentes nos movimentos.

Então eu tive um problema sério de saúde psicológico e tal, então tive que mudar minha estratégia de ação, aprender a levar com humor as coisas, de uma outra forma. Mas esse trajeto... Se pensar assim, às vezes que fui ameaçado... Teve uma conferência de saúde aqui ligada à prefeitura, na época do Cássio<sup>219</sup>, o cara veio com uma chave de fenda em cima de mim... Às vezes não é uma violência física, já fui ameaçado dentro de um posto de saúde. Até os caras dentro da mídia de massa já são... a última foi lá em Campo Largo. Eu estive num voluntariado lá e um vereador me ameaçou, andava armado... Levaram o carro da minha irmã. A gente não sabe se é coisa que aconteceu porque aconteceu, ou se é porque o cara me ameaça na quarta, e na sexta, então...É coisa que trabalhando como voluntário você se coloca em risco. E isso traz consequência para a gente, e às vezes não é uma questão física. Você estando nisso por dentro, é um furacão daquele do mensalão, a C. conseguindo arrumar, e tem a do petróleo... Eu recebi ameaça por e-mail, quando já tinha o jornal de bairro eu tinha sofrido ameaça de tudo quanto é tipo de coisa. Então, você vai entrando em um clima de tensão permanente que uma hora você tem que pegar e saber, ainda bem que agora estou conseguindo manter. Decepção então, por você ter acreditado em tudo, e a gente lida com isso, de acreditar num mundo, e ser alimentado por um mundo que... (Márcio, 2012)

Em resumo, Márcio tem sua vida profissional marcada pela busca da missão ideal. Mesmo tendo trabalhado como *freelancer* em jornais de massa (mercado) mostra uma trajetória significativamente voltada para os movimentos sociais. As práticas de comunicação digital são consequências desse “aprender sozinho” porque é necessário para poder fazer a “revolução”.

Eu estou encostado. Não me aposentei, estou com auxílio-doença, eu faço atividades que não me sobrecarreguem, eu tenho um limite, as pessoas que estão no Instituto sabem que eu tenho um limite, então não exigem mais do que eu posso fazer. Voluntariado eu ainda faço no

<sup>218</sup> Os registros podem ser encontrados no *blog* pessoal que ainda alimenta.

<sup>219</sup> Cassio Tanigushi. Prefeito de tendência direitista. Há desconfiças de ocorrências ilegais na eleição dele até hoje.

Instituto, sim. Eu tenho também um *blog* que costumo alimentar, mais voltado para a área literária. O nome é *Pibloktok*. O nome desse *blog* é uma doença de esquimó, porque é uma doença que dá quando a sociedade é muito conservadora. Lá tem uma doença que é aceita socialmente: a pessoa fica estressada na comunidade deles e sai gritando e xinga todo mundo se jogando na neve e depois ela volta normalmente pro convívio, e ninguém fica perguntando se está louco ou não. Coloquei o *blog* assim. É uma pedrada no sistema, imagine, uma pedrada no sistema não vai fazer nada no esquema. (...) Agora, no meio de tudo isso, também houve muita coisa que é publicada, você vive num ambiente que a tensão é muito grande. (Márcio, 2012)

Márcio, entre os quatro comunicadores, foi o que mais demonstrou sua ligação militante. Se dizia anarquista na juventude, depois militou pelo PT. De família muito pobre, afirma que sempre teve vontade de mudar a realidade para que todos tenham direito às mesmas oportunidades. Mas seu envolvimento com a “causa” invadiu sua vida pessoal e se tornou sua razão de viver o que, segundo ele, trouxe diversos problemas tanto voltados para ameaças quanto para sua imagem pessoal, o que acabou complicando o que a doença já traz. Aqui, refletindo sobre a militância e sua doença, ele conta uma situação que enfrentou recentemente em uma desocupação.

Na verdade eu estava conversando com você aqui e estava pensando em dez milhões de coisas, porque, assim, eu não sei, intelectualmente parece que não afeta, você é uma pessoa intuitiva, consegue raciocinar, fazer um texto. O problema não é esse, é depois chegar sempre estressado. E aí entrava em tratamento, mas sempre forçando de não abrir mão daquilo que eu sempre achava que era pra mim, que era a militância. Não digo assim regressão do teu estado de saúde, tem que ser forte, e os moradores da vizinhança ficaram a favor de quem estava ocupando, porque os caras foram lá e chutaram todo mundo, e eu filmando, sabia que o fato de eles não agredirem os moradores dependia de mim, de eu estar com a câmera ali. E eles iam agredir as pessoas. E eu sei, fui para uma rua e vi os policiais vindo e falei: vão agredir alguém, e de fato eles entraram numa casa e agrediram uma pessoa, e eu com a câmera. Aí um cara veio, um policial, e me pegou, vieram em cima, e eu fiquei até onde podia. Independente disso fica aquela coisa, sabe assim, o cara me obrigou, ele veio em cima de mim, me empurrou, querendo me violentar.

N – Você está querendo me dizer que você se sente fracassado por não ter conseguido fazer até o final o que você queria ter feito, é isso?

Eu gostaria, só que eu fiquei pensando, eu fiquei pensando: que tipo de mundo que nós vivemos? O cara falou: “vou arrancar a câmera da tua mão”, e eu filmando. E eu fiquei com medo de perder o que já tinha feito, e também naquele limite que eu podia partir para agredir, que eu não ia aceitar aquilo, de perder, e ia perder o meu controle emocional completo. E eu estava numa rua deserta, sozinho e tive que abaixar a cabeça... Fiquei uns dois meses com aquilo: você foi um covarde, você não conseguiu, não conseguiu fazer!!!

E se eu pego e vou para a imprensa, tenho que aguentar, e passar por um processo psicológico, que foi como em Campo Largo, onde fui fazer um debate de voluntários nas questões fundiárias, e eles descobriram meu problema de saúde e massacraram, a cidade inteira, botaram no jornal... (...) Colocaram que eu usava drogas, o cara de um site lá... (Márcio, 2013)

Por ter se envolvido tão intensamente em lutas desgastantes e que acabam sendo potencializadas pela sua doença, Márcio dá a noção de parecer acuado na vida que leva hoje. Sabe que precisa cuidar da saúde, se controlar e cuidar do seu lado emocional, mas, ao mesmo tempo, possui um grande sentimento de culpa por saber que faltam pessoas para fazer o que ele fazia. A ânsia de ajudar pessoas que estão em situações mais vulneráveis se choca com a incapacidade de brigar numa área que é extremamente agressiva, como a política e os movimentos sociais em geral.

Márcio está há mais de 10 anos com licença médica profissional e tem se envolvido atualmente em lutas em que seu limite permite. O foco atual, que ele mostrou na entrevista de 2013, é seu restabelecimento. Uma busca por um equilíbrio que parece que nunca existiu na vida dele.

Foi em 2012, ó, 6 de abril de 2012, eu comecei, com tudo o que aconteceu, comecei a melhorar. Assim, pelo menos porque eu até então passei como se eu aprendesse a andar de volta. Comecei a ler, tive que começar tudo de volta. Não conseguia, tinha de descansar, tinha que dormir, e aquele medo de você perder a noção da realidade, e você pegar e conseguir normalizar a tua vida. Olha, agora, já fazem quatro meses que estou fazendo durante o dia, sempre uma vez, você fica naquele entre a cruz e a espada, se eu não faço nada, eu piro, se eu vou fazer, daí eu forço a cabeça. Eu tinha isso de eu lutar até o fim, ser um mártir, e cheguei à conclusão de que você tem que fazer a sua parte e agora não pode, tem que descansar. (Márcio, 2013)

Uma das maneiras de se desligar foi voltar às origens. Trabalhar com exercícios mecânicos, manuais e reforçar o contato com o verde da natureza, porque descobriu que 70% da família tem origem indígena, isto é, precisa ter contato com o “mato”, com animais.

### **5.3.3 Movimento Social a que está ligado**

O *Instituto Reage Brasil* é uma organização que nasceu do movimento *Reage Brasil*, que começou em 1997 contra as privatizações que estavam acontecendo no

Brasil inteiro. Hoje, o nome *Reage Brasil* está amplamente disseminado na rede pelo fato das novas mobilizações (que reúnem facções diferentes, de diversas linhas ideológicas) que aconteceram em junho de 2013 estarem usando palavras de ordem similares, como *Acorda Brasil* e *Reage Brasil*. Mas o *Instituto Reage Brasil* tem uma gênese muito anterior. O movimento teve sua origem em articulações com diversos movimentos sociais e teve participação de relevo em discussões como a privatização da Vale do Rio Doce, a quase privatização da companhia de luz de Paraná, a Copel, e hoje os objetivos que figuram no site<sup>220</sup> são:

- Contribuir com estudos, debates, mobilizações, para a construção de uma nova ordem mundial, baseada em novos valores, onde a prioridade seja o bem estar da humanidade;
- Lutar pelo desenvolvimento econômico e social do Brasil, incentivando novos valores universais que contribuam para o aprimoramento e o bem estar da coletividade, do ser humano, visando à distribuição de renda, a democratização e a organização da sociedade;
- Estudos e incentivos à implementação de novos modelos sócio-econômicos; de sistemas alternativos de produção, comercial, agrário, de geração de emprego e de crédito;
- Promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos, da democracia e de outros valores universais;
- Desenvolver e incentivar ações para o desenvolvimento sustentável do planeta e a proteção ambiental;
- Criar mecanismos de solidariedade e intercâmbio com outros países e instituições visando defender e fortalecer a integração, a democratização e a distribuição de renda da população da América Latina e países periféricos;
- Promover, difundir e incentivar a imprensa alternativa, como modo de contraposição aos grandes monopólios da comunicação, visando formação da opinião pública com transparência e justiça social;
- Promover, difundir e incentivar a organização popular no sentido de postular a ampliação das políticas públicas visando o bem-estar da população mais carente;
- Promover, difundir e incentivar a organização popular na defesa da soberania, da autodeterminação dos povos e da Auditoria da Dívida Pública;
- Promover, difundir e incentivar a organização popular pela democratização das instituições públicas;
- Apoiar estudos e pesquisas visando o desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos que digam respeito às atividades sociais em que atua a organização (Lei 9.790/99, art.3º);
- Contribuir com a organização da sociedade no resgate da cidadania;
- Defender e lutar pelo resgate do patrimônio público brasileiro;
- Incentivar movimentos em defesa dos jovens, crianças, mulheres, índios, negros e minorias étnicas e sociais;

<sup>220</sup>FONTE: <http://www.institutoreagebrasil.com.br/quemsomos.php>. Acesso em: 12 de maio de 2012.

- Apresentar propostas, promover ações e debates na defesa de projetos, de ações governamentais e políticas públicas voltadas para os cidadãos e para o país;
- Ajuizar ações, promover denúncias, realizar manifestações contra atos que prejudiquem o meio ambiente, o equilíbrio socioeconômico, a segurança dos cidadãos;
- Desenvolver ações que incentivem a cultura popular, para melhorar o nível de educação e conscientização da população;
- Promover debates e ações que mobilizem a sociedade civil para a conquista e defesa de seus direitos constitucionais;
- Incentivar a organização de cooperativas como mecanismo de obtenção de renda nas regiões periféricas e de menor poder aquisitivo;
- Atuar na mobilização social contra a alta carga tributária, pedágios e pela redução de impostos, taxas e tarifas públicas;
- Acompanhar a destinação de recursos de bancos e órgãos de financiamento públicos (BNDES, Banco Brasil, CEF, BRDE, etc)
- Fiscalizar os custos de obras com aplicação de recursos públicos ou possíveis de serem indenizadas ou ressarcidas pela União, Estados e Municípios como benfeitorias no final dos contratos.

Além disso, o instituto possui um “pacto pela juventude” e promove palestras em universidades sobre as questões emergentes que discutem política e economia no estado e no país.

A organização possui também uma liderança que muitas vezes personaliza a instituição, a ex-deputada federal pelo Paraná que era do PT e agora é partidária do PV<sup>221</sup>. Sinais dessa personalização estão na “sede” da ONG que, na verdade, é o escritório da ex-deputada, em relação ao comunicador da organização que era assessor da ex-deputada quando tinha um mandato e até no *design* do *site* de ambos. São muito similares tanto as fontes, quanto cores e organização estabelecida. A deputada é a presidente da instituição no momento e essa direção deve ser eleita a cada quatro anos.

Márcio, que se mantém na formalidade como comunicador da organização, explica que o *Instituto Reage Brasil* funciona a partir do voluntariado de todos os seus integrantes que são mais de 20, chamados ainda de vice-diretores. Pela sua fala, percebe-se que o instituto funciona como um organismo que flutua em diversas dimensões e reúne nomes da esquerda paranaense, aquela mesma que lutou muito para que um governo de esquerda subisse à presidência do Brasil e que se frustrou com o direcionamento de todo aquele projeto idealista do passado.

Hoje, o *Instituto Reage Brasil* funciona sem verbas ou financiamentos formais, segundo Márcio. Não há organização contínua de projetos para a busca de verbas para se manter uma estrutura. Tem contribuições de seus diretores “porque foi assim que

---

<sup>221</sup> A ex-deputada também estava apoiando a criação do partido de Marina Silva, a *Rede*.



sempre fizemos desde o passado”, diz Márcio, e promove palestras e mobilizações práticas em relação a temáticas específicas que estão dentro da linha de objetivos acima descritos. A última temática que estava em voga quando da primeira entrevista – e foi usada como exemplo pelo entrevistado – foi a discussão sobre o pré-sal. As mobilizações em tempos “normais” são realizadas por meio de palestras em faculdades e universidades para as quais seus integrantes trabalham de “graça” e os equipamentos multimídias são conseguidos por empréstimos e parcerias de “gente do movimento” também. Em momentos de mobilizações específicas e campanhas, cartazes, panfletos e outros materiais podem ser produzidos, mas o são com a discussão de todos e com a parceria de amigos que possuem gráfica ou mesmo com verbas cedidas por cada um dos voluntários.

### 5.3.3.1 A comunicação do Instituto Reage Brasil

Hoje o *Instituto Reage Brasil* mantém o *site* somente. Não há página no *facebook* mais – as que ali figuram com esse nome se referem a eventos esparsos criados pelas mobilizações de junho de 2013.

O *Instituto Reage Brasil* reúne arquitetos, engenheiros, advogados entre outros profissionais que foram e são militantes. Todos possuem outros trabalhos e destinam parte do seu tempo à organização. O próprio Márcio diz que organiza seus projetos, mas que destina algumas horas por semana para o *Instituto*, a maior parte para atualização do *site* que traz textos dos diretores ou enviados por eles. A discussão do que entra ou não no *site* não é formalizada, diz Márcio, mas se busca notícias em outros veículos – que interessem aos assuntos que o organismo defende – material dos próprios movimentos sociais, de outras organizações, da mídia alternativa e mesmo textos que são enviados por pensadores e outros intelectuais.

Há um coordenador para cada assunto, geralmente ligado profissionalmente a ele. Comunicador só há o Márcio, jornalista, mas ele afirma que todo o trabalho voltado para a comunicação do instituto em si é feito por todo mundo, não é centralizado nele.

Uma boa olhada no *site* permite dizer que os artigos têm certa atualidade mas que a frequência com que as coisas estão sendo feitas não é diária. Pode-se notar – não foi dito – que antes o *Instituto* já serviu com um lugar de encontro e de fermentação de ideias pouco institucional, e parece que, inclusive esses processos (reuniões e encontros), estão suspensos na atualidade. Esses encontros têm se dado em uma outra

esfera, visto que boa parte das pessoas envolvidas no *Reage Brasil* estava também fomentando a criação do partido *Rede*. Os artigos publicados não possuem data, mas depois da visita ao site em 2012 e 2013, pouca coisa ali mudou. Na entrevista de 2012, antes de se afastar formalmente do instituto, Márcio apontava a lista de emails como principal forma de comunicação. Assim o foco da comunicação do *Instituto Reage Brasil* era congregar e espalhar e-mails com as discussões que precisavam ser feitas e realizar palestras em universidades e faculdades apontando para questões que estão sendo discutidas na atualidade. Ele explicou, em 2012, como o processo acontecia.

A ideia era democratizar as informações, então existia uma estratégia que nós havíamos organizado já antes. Eu, como assessor de imprensa da C., na verdade tínhamos milhares de e-mails. E, no começo, nós solicitamos, inclusive nas palestras que realizamos, pegávamos as listas, daí um voluntário digitou as listas, e contratamos uma empresa particular, e aí são e-mails que são fornecidos pela própria pessoa, e com condição de descadastrar, se quiser, e contratamos uma empresa especializada em envio desses e-mails que atualiza, descadastra, tem um custo mensal disso, e temos aproximadamente trinta mil e-mails dos sindicatos, do país. Quando há a oportunidade de ter um tradutor, temos entidades de fora, que a gente envia. Nós não temos contato direto, na verdade divulgamos muita coisa internacional, e enviamos também para as pessoas de lá, por esse *mailing* que tem de entidades internacionais. (...) A cada 15 dias a gente envia um boletim.(...) Em 2007 nossa meta era ter 100 mil emails. (*Márcio, 2012*)

Há ainda uma conta no *youtube* com a assinatura do *IRBrasil* que tem vídeos variados sobre mobilizações diversas. O último vídeo colocado lá, e que foi replicado no site do *Instituto* data de outubro de 2013, era de uma passeata realizada no centro de Curitiba. Essa produção mostra a nova veia de Márcio que, na entrevista de 2013, explicou que estava se interessando mais por vídeos em geral e aprendendo – sozinho – a como editá-los. No *Instituto* há falta de um comprometimento com as estratégias de comunicação talvez por causa do desgaste do nome em si ou, ainda, porque houve uma desmobilização nessa organização específica. Isso não significa que Márcio parou de produzir. Em outros ambientes há coisas bem atuais que vamos tratar à frente.

#### **5.3.4 Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador no ambiente digital**

Márcio é da “velha guarda” dos movimentos, vendo a comunicação alternativa como a principal durante muito tempo de militância. Mas isso não o impediu de fazer assessoria de imprensa para a ex-deputada, Dra. C. A função, exatamente por ser uma

posição pública, obrigava-o a se envolver com os meios de comunicação de massa, muito porque havia uma demanda desses meios para saber o posicionamento da personagem pública em relação a alguns assuntos específicos ou negociações. Mas essa Assessoria de Imprensa não era feita para o *Instituto Reage Brasil*. Aliás, no *IRBrasil* Márcio acompanhava as discussões, fazia *clippings* e mandava para o grupo de emails mais com uma função de doutrinação do que de divulgação.

A atualização do site do *IRBrasil* é feita de maneira muito lenta por Márcio. E como a administração da página é compartilhada, é possível que outros integrantes estejam postando artigos também. Falamos que “é possível” porque Márcio afirmou que era algo compartilhado, esses artigos nem sempre são assinados e nem sempre possuem datas.

As comunicações referentes ao *IRBrasil* estão escassas e sem estratégia para 2013, mas a produção de Márcio tem se estendido a outras áreas. Entre elas, a produção de vídeo. Na entrevista de 2013, o comunicador fez questão de mostrar a edição de um vídeo em que resume sua caminhada com textos próprios e imagens tanto da internet como próprias. O texto e a música eram reflexões sobre suas experiências. Outra iniciativa foi um vídeo postado na conta do youtube do *IRBrasil* e na página do instituto sobre uma mobilização acontecida em outubro de 2013 contra o *Leilão do Campo de Libra*, que é de uma parte das reservas de petróleo da costa brasileira em uma área estratégica para o país. É o único vídeo que está no site do *IRBrasil*.

Márcio já escreveu vários livros, dois deles sobre sua vida. São livros com contos, crônicas e poesias e boa parte desses textos revela o comunicador e sua busca por uma identidade própria e controle emocional. Um deles foi levado pelo comunicador para a entrevista de 2013 com o destaque para a estória de um homem que via elefantes em seu quintal. A analogia que ele faz ali era que há pessoas que veem seus problemas e tentam lidar com eles (os elefantes), outras as ignoram e ainda fazem piada com quem os veem. Tanto essa, quanto várias outras crônicas dizem muito sobre o comunicador que precisa produzir para expurgar as vivências. No último livro, intitulado *O melhor de mim apesar de mim mesmo!*, é possível encontrar muitas sátiras ao governo, a situações políticas, encontros e disputas, mostrando sempre a veia militante. Há outros livros produzidos para sindicatos também, como a história do *Sindicato dos Servidores da Justiça Federal do Estado do Paraná*, escrito em 2002.

Mas é no *blog* pessoal que se encontra boa parte da produção de Márcio. Ricamente alimentado e atualizado, é ali que é possível encontrar sua trajetória militante e as histórias que a acompanham.

No *blog* estão também todos os seus certificados de participação em diversos cursos, inclusive um de extensão sobre internet, realizado em 2007, na PUC-PR para atualizar conhecimentos técnicos. Textos sarcásticos criticando situações políticas são freqüentes também, como esse:

Ontem foi realizada nossa reunião infantil dos alunos da Creche Cimeiras das Américas. Nosso complexo de ensino escolar, que compreende os cursos noturno (OEA) e à Distância (ONU), vem por meio desta, relatar esta importante atividade dispensada aos pequenos de 04 a 06 aninhos como forma de imputar-lhes alguma forma de responsabilidade. E contra todas as expectativas, em meio à algaravia própria da idade, alguns beliscões daqui, um chorinho acolá, pega-pega, tropeços, beicinhos, bolinhas de papéis, chegou-se a um acordo. Crianças problemáticas e agressivas, como os Euazinho e Colômbinha, sentaram-se comportadas com a lancheirinha a tiracolo: pareciam gente grande e controladas emocionalmente! O tratamento com o psicólogo vem surtindo efeito e estão aparentemente mais calmas, mas todo mundo ainda tem medo de sentar perto deles devido ao histórico de agressão nos corredores, no pátio da escola, e as surras escondidas no banheiro da creche nos alunos que discordam deles. Um detalhe que chamou a atenção: o Brasilsinho, tão bonitinho, todo colorido (desta vez com bem menos verde, ouro e ouro-negro), mas pelo menos com uma roupinha menos esfarrapada, choramingou e fez beicinhos para os alunos um pouco maiores, da sexta-série, que, segundo ele, querem desvalorizar suas moedinhas. Ninguém deu muita bola para o chorinho miúdo do menino. Tadinho, com a aquele tamanho todo, não consegue se impor. Problema de complexo de inferioridade. Todo mundo já está acostumado com o grandalhão resmungando e chorando baixinho nestas reuniões. Já a Argentininha, menor, mas temperamental, disse que cansou de ver os alunos maiores roubarem o seu lanche e agora não quer mais dividir o seu suco de uva com ninguém(...)

Por fim, Márcio tem o *facebook* pessoal, que de pessoal não tem nada. Usa-o para espalhar e compartilhar informações de campanhas de conscientização em geral sem muita estratégia. Aliás, pela observação realizada da rede social pelo comunicador, é possível dizer que ele acessa a rede com a periodicidade média semanal e quando o faz, resolve compartilhar somente os quadros, fotos, artigos e informações de outros perfis e que ele veja como interessantes ou úteis a partir da sua militância. Mas não há uma ação específica sendo realizada pelo *facebook*, nem postagem periódica de fotos ou divulgação de temas por meio de algo estrategicamente pensado. O que se poderia aferir

é que Márcio não domina muito a tecnologia e o que ela pode fazer em termos de interação, acostumado que está a utilizar outros veículos como o impresso e o blog.

Pensamento estratégico em relação à comunicação não é possível de ser identificado nas práticas desse comunicador. O que é possível entender é que tudo que é produzido de comunicação na atualidade – e podemos dizer nos últimos anos – é mais reflexo de um grito de quem tem visto muita coisa que deveria mudar, do que algo pensado estrategicamente para chegar a um objetivo ou público antes medido ou almejado.

### **5.3.5 Os sentidos das práticas de comunicação de Márcio e a busca pela cidadania**

Aqui faremos algumas reflexões relacionadas a trajetória da Márcio para dar luz e foco a especificidades desse comunicador. O cruzamento das trajetórias dos comunicadores será feito no capítulo 7.

#### **5.3.5.1 Relações das práticas do comunicador com o Movimento Social e o contexto**

Pelo que já pudemos ver na descrição da trajetória do comunicador Márcio, não há um movimento, ou mesmo, o *Instituto Reage Brasil* que determina seu fazer comunicacional. O que se percebe é que o *IRBrasil* é parte de um emaranhado de lutas e movimentos nos quais Márcio está imbricado e que o influenciam e à sua atuação como comunicador. Márcio é parte do contexto em que viveu e este o influenciou de maneira determinante. A postura combativa dos militantes que se posicionaram contra a ditadura, a luta pela eleição de um projeto mais socialista para o Brasil e uma tendência a estabelecer uma ideologia purista, isto é, sem contaminações ou negociações com outras frentes, foram determinantes na sua caminhada.

Assim, suas práticas são fortemente determinadas pelos confrontos realizados na prática, em situações reais. A estratégia de comunicação não é friamente calculada em escritório. O que se pode ver é que Márcio entende os processos de comunicação dentro do contexto em que ele se estabelece como armas para se usar em um confronto que quase sempre é real. Um exemplo está na recente ocupação do terreno em Curitiba. Ele não tinha em mente se iria mandar para os veículos de massa, para agências de comunicação, se iria postar no site do *IRBrasil* ou no *Facebook* o que estava filmando da violência policial contra os sem-teto. Mas ele tinha claro que deveria continuar

filmando (numa analogia de continuar atirando para dar cobertura) porque, de alguma forma, aquela ação de filmar protegeria algumas pessoas da violência eminente. Mas o que ele não calculou - e que deve ter se repetido quase sempre pela sua vida - é que, sendo comunicador e tendo o poder de denunciar estando em meio a esses movimentos e escolhendo claramente tomar um lado, ele próprio se torna um alvo da violência.

As bandeiras dos movimentos em que participou eram as mais combativas, de confronto e que tinham como prioridade de comunicação a alternativa, sem muita estratégia planejada. Mesmo estando ligado ao *IRBrasil*, o que os relatos de Márcio deixam entender é que não é esse específico movimento social que determina seu fazer comunicativo mas que resulta da prática e da caminhada de toda uma geração que fez parte das mesmas lutas. Afinal, se voltarmos aos objetivos do *IRBrasil* veremos que são realmente muito amplos. É como se esse grupo de pessoas (diretoria) ali reunidas estivesse sempre pronto para se envolver no que é necessário no momento e que pode alcançar aquele objetivo maior, como a cidadania efetiva ou a valorização de grupos de minorias. Dessa maneira, o que vemos é que o fazer comunicativo de Márcio é consequência de algo muito maior do que o *IRBrasil* somente. É consequência de diversos grupos, diversos movimentos, diversas lutas empreendidas no decorrer de, pelo menos, duas décadas. Assim, a briga contra as privatizações, as questões voltadas para as ocupações locais, os movimentos ligados a decisões municipais, estaduais e federais, determinaram o fazer comunicativo que se pautou por algumas regularidades que indicam a comunicação alternativa com o texto mais denso (como vimos com a reflexão de Mattelart sobre a comunicação da esquerda) e panfletário.

### **5.3.5.2 Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância**

Márcio é militante. Antes mesmo de ser comunicador, ele é militante. Antes de ter decidido ser comunicador, já tinha um pensamento voltado para o anarquismo, para quanto o sistema deveria ser revisto. Ao mesmo tempo, seu discurso não coloca a formação em Jornalismo como determinante para a sua vida. O comunicador é uma pessoa a se encontrar, que de repente viu que a comunicação pode ser mais revolucionária que outra prática e por isso optou por ela.

A passagem por diversas atividades, vários empregos diversos antes mesmo de frequentar a Universidade, dá a ele a chancela de não levar em conta que é profissional da comunicação, mesmo tendo tido o próprio jornal ou ter trabalhado no maior veículo

impresso de Curitiba. A maneira que coloca o seu fazer é de que qualquer um pode fazer também. Mas tem que fazer para mudar o que está por aí. Por essa razão, mesmo se nomeando o comunicador do *IRBrasil*, ele afirma que todo mundo pode postar material, escrever, produzir. A comunicação não é um sacerdócio ou um feudo profissional e técnico para ele. É instrumento. É meio de chegar e fazer o que é necessário, como mudar visões, esclarecer o que tem sido feito ou ainda denunciar, colocar a boca no trombone, para que outras ações de mudança venham atrás.

Aqui, mais do que um intelectual orgânico formado pelo movimento, vemos um fazedor/intelectual. Na prática de Márcio não há o que advém das “torres do saber” e direciona a ação de maneira refletida. Há o que aprende (ele fez cursos para lidar com a informática), o colocar o pé no chão para sentir o que precisa ser feito e o fazer, fazer comunicação mas o restante também. Por isso, mesmo doente, ele não consegue se desvincular das lutas na rua mesmo, como a ocupação recente, os debates ou mesmo a panfletagem para o novo partido. Percebe-se que, ao invés de estar escrevendo sobre o novo partido, divulgando nas redes sociais a ação, fotografando, fazendo entrevistas, ele estava panfletando também. Dessa forma, é possível dizer que antes de um comunicador, temos um militante Márcio.

Há que se ressaltar que essa militância, talvez por vir antes do papel “técnico” do comunicador dos movimentos sociais, pode ter provocado marcas profundas em sua trajetória, tanto que está por anos se tratando, sem ter encontrado ainda um equilíbrio. Márcio não trabalha no *IRBrasil*, não recebe salário, se mantém com outros tipos de trabalhos (manuais) e com uma pensão do *INSS*, o que denota que a militância ultrapassa a missão profissional, é voluntariado. E esse voluntariado determina os conhecimentos voltados para a ação comunicativa, como Santiago e Gianotti (1997) estabeleceram quando falam do comunicador dos sindicatos e explicam que esse profissional não terá um editor para direcioná-lo/orientá-lo e terá que dar conta de assuntos tão diferenciados e vastos que irão de uma editoria de política para uma de trabalho ou mesmo de cotidiano tendo que ter sempre uma visão crítica do que está produzindo ou cobrindo. Márcio me parece ser esse personagem mas, ainda, voltado para o voluntariado militante.

### **5.3.5.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais**

Já falamos que Márcio fez cursos voltados para as mídias digitais. Nas duas entrevistas ficou claro que ele as utiliza, tem um *blog*, possui um perfil em uma das redes sociais (*facebook*), alimenta o site do *IRBrasil*, envia para listas de *emails* os textos que falam sobre as mobilizações recentes, já fez assessoria de imprensa para uma deputada e tem produzido vídeos, mas o que mais se destaca em sua trajetória não é a forma de fazer comunicação ou o que é feito ou se há uma relação com a mídia de massa e com o ambiente digital.

A comunicação está sendo utilizada aqui no âmbito tático de Certeau, quase passional, porque para esse comunicador ela serve para a denúncia e, mais recentemente, como terapia, para estabelecer uma linha de contato com a realidade depois da crise de saúde que teve piorada com a militância. A atuação de Márcio não pode ser medida com o quanto ele planeja do seu fazer comunicativo ou mesmo com quais habilidades ele detém em relação ao uso desta ou daquela ferramenta. Os processos comunicativos hoje funcionam mais como uma tábua de salvação a fim de digerir tudo o que foi vivido de trabalho militante e principalmente o que foi sentido. Mais do que um comunicador popular ou mesmo de formação, Márcio mostra-se um comunicador do sentir, que, por meio de vídeos, de resgates históricos, do escrever para o *blog*, do produzir o livro consegue sistematizar os fatos vivenciados no decorrer de sua vida militante. Por essa razão, o fazer comunicação nos dias de hoje não está tão consciente para esse comunicador. Não está sendo refletido, revisto, repensado. Ele está sendo feito, sentido e vivido por uma questão de sobrevivência, por ser uma das formas para se manter a ligação com o real.

Uma prova disso é o uso do perfil do *facebook*. O perfil é pessoal, não é de um grupo, nem engajado, nem de militância. Não há uma medição por parte do comunicador, nem um propósito nesse uso, muito menos um público específico que deva ser atingindo ou um resultado a ser esperado. Há somente a postagem de figuras, fotos, mensagens que corroboram ao que ideologicamente o comunicador defende duas ou três vezes por semana.

#### **5.4 Tiago: um trabalho**

A escolha do comunicador Tiago para a realização da 3ª exploratória foi feita porque ele era o profissional de comunicação do *IDDHEA*, uma das organizações afiliadas à *Frentex-PR* na seleção realizada em 2012. Já conhecia Tiago também de uma



incursão investigativa em outra organização na qual ele fazia estágio na época. Na primeira entrevista, em 2012, sua recepção foi um misto de desconfiada e tímida. Ele era o principal profissional que cuidava de alguns dos veículos da instituição, realizava horário parcial ali, mas já tinha montado sua própria empresa de assessoria de comunicação.

A segunda entrevista, realizada em setembro de 2013, foi na empresa de Tiago. Ele já não era formalmente o comunicador do *IDDHEA* por falta de recursos. Mesmo assim, ainda mantinha vínculos que vamos aqui detalhar. De outro modo, decidimos por fazer essa segunda entrevista exatamente porque nosso interesse se voltou à trajetória desse profissional; interessava-nos saber o que ele pensava da saída do *IDDHEA*, para onde iria, como construiria suas práticas de comunicação com seus clientes, os atendidos pela sua empresa.

Em relação à investigação, seu posicionamento foi o mais afastado de todos. Percebe-se que sentiu-se pouco confortável com a proposta de ter que falar sobre seu fazer, muito porque – percepção nossa – não costuma refletir ideologicamente sobre os fazeres, há um processo muito mais técnico por trás. Mesmo assim, garantida a preservação da sua identidade, foi extremamente solícito e educado recepcionando-me na segunda incursão, feita para a coleta da fase sistemática.

Aqui veremos que Tiago se destaca por outros posicionamentos em relação ao seu fazer dentro da área social – o que inclui movimentos e organizações do terceiro setor – e aposta-se aqui na riqueza das análises dessas trajetórias com essa outra visão.

#### **5.4.1 Cultura profissional/trajetória**

A trajetória profissional de Tiago inclui alguns trabalhos simples, como o de *office-boy* antes da faculdade, mas começa mesmo quando ele faz Jornalismo na Universidade Positivo. Realizou, então, um estágio em uma empresa de assessoria de imprensa por dois meses. Diz que não gostou porque aprendeu pouco. A mãe de Tiago trabalhava no *IDDHEA* e o coordenador, quando soube que ele estava fazendo faculdade de Jornalismo, convidou-o para estagiar lá, em um projeto realizado entre o *IDDHEA* e outra ONG, onde ficou por dois anos. Formou-se e montou uma empresa de comunicação, voltando também a trabalhar parte do tempo na comunicação do *IDDHEA*.

Ele vê sua atuação na área social como uma especialização, uma área que, por experiência, conhece bem e, por isso, tem condições de fazer um bom trabalho. Daí veio a criação de uma agência de comunicação que fizesse trabalhos de comunicação principalmente para ONGs, fundações, institutos e movimentos sociais.

Hoje eu tenho a visão um pouquinho diferente de antes porque estar na área social hoje eu acho que tô mais pensando que é uma questão que eu tenho mais experiência nisso, que eu posso utilizar essa experiência pra fazer trabalhos cada vez mais interessantes. É como se eu fosse ficando mais especializado em economia então... (...)

É, junto eu montei também no começo de 2009, daí eu ofereci um serviço aqui no IDDHEA, daí falaram: ah, vem fazer o serviço, daí depois eu fiz serviço pra uma revista lá e aí continuei como assessor. Montei pensando em aproveitar as brechas que existiam nessa área do terceiro setor para profissionalizar a comunicação nesse setor, né? Principalmente para aquelas instituições que têm pouco recurso, que não podem manter um jornalista na instituição mas podem ter um processo de comunicação...

(...) eu cobro preço de mercado. Assim, eu cobro o preço de... necessário pra... preço justo, preço justo, né? Talvez a gente esteja com o preço legal assim no mercado até... em conta né? Mas tem que cobrar, não adianta... Eu cobro também pra manter um serviço em dia, qualificado. (...) Às vezes a gente fala de voluntário, né? Ah, o voluntário vai fazer isso, o voluntário vai fazer aquilo e aí essas instituições no começo acham interessante. Depois começam a reclamar que o voluntário veio aqui no começo e parou, ou ele veio aqui desistiu... Assim, cobro também pra pessoa ficar à vontade pra nos cobrar também. (Tiago, 2012)

Tiago entende o trabalho de comunicação para ONGs e movimentos como um processo profissional que necessita de técnica, de estratégia, de propósito como em outra organização qualquer. E sua crítica à adesão de voluntários para ajudar nessas organizações encontra eco em muitos autores que se opõem a essa “onguinização” que aconteceu nos anos 1990. Essa busca por voluntários esconde uma ineficácia do Estado em prover sistemas adequados às demandas sociais e aposta na divisão do lucro ou ainda da renda, a partir da destinação do tempo de assalariados para essas causas. Mas esse pensamento causa dois efeitos: o primeiro, uma descontinuidade nos processos já em face da lei trabalhista brasileira. Não há como um voluntário ter horário fixo ou ser solicitado pela organização a fazer determinado trabalho porque isso pode incorrer em vínculos trabalhistas. Em segundo lugar, novamente, um processo social que deveria ser constante acaba sendo fatiado em projetos com tempo limitado e que conta com a boa vontade de quem tem tempo ou intenção de ajudar, sem um compromisso para qualidade do trabalho ou ainda sem profissionalismo. É uma versão, mascarada, da

filantropia, relação na qual, somente contando com a boa vontade – ou sentimento de culpa de quem tem mais – é que se vê algum tipo de desenvolvimento ou ajuda. Quando, na verdade, muitos são direitos adquiridos, como o de morar, comer ou trabalhar<sup>222</sup>, isto é, todos deveriam usufruir sem depender de sazonalidades venturosas.

Assim, de maneira que vemos mais coerente, Tiago traz a lógica do mercado para a implementação de processos de comunicação nessas organizações. Ele abre os olhos para essa área profissional bem na época posterior ao *boom* das ONGs, quando esse processo mais positivista de ver e tratar as questões sociais atingiram seu ápice. O trabalho é realizado por projetos pontuais e prevê uma busca por verba para sustentá-los. Incluem-se aí projetos relativos à comunicação tanto da divulgação do que se realiza quanto projetos voltados para a capacitação para a comunicação - ambos nos quais Tiago possui experiência.

#### **5.4.2 Cultura política militância**

O comunicador não se autodenomina militante. Prefere dizer que é um “profissional de comunicação inserido na área social”. Seu discurso não aponta ideologias e realmente não há tendências que o guiem no seu dia a dia, tanto que é possível dizer que ele atende em sua agência organizações sociais mais pelas indicações e por ter realizado um *networking* com elas do que por uma escolha. Atenderia tranquilamente a fábrica da *Souza Cruz* (cigarros), diz, por exemplo. Só tem restrições com questões claramente éticas, algo que ele veja no seu processo de comunicação que realmente é injusto ou amoral.

Conseguir fazer uma síntese sobre o que Tiago consumia de produtos midiáticos produziu mais de quatro páginas de relatos da entrevista com monossílabos em nossa primeira conversa. Em resumo, ele estava muito concentrando em dar “a resposta certa” para a pesquisa e, por isso, foi bem evasivo quando tratou de falar sobre os meios consumidos. Em síntese, ele mantém seu consumo midiático padrão, aprofundando-se pouco nos assuntos relativos aos seus clientes. Faz o que precisa para desenvolver a comunicação dos mesmos, mas em termos ideológicos não se envolve como militante. Ele conta que lê as revistas que estiverem na casa dos pais, como *Superinteressante*,

---

<sup>222</sup> Montañó e Nogueira (2005) são alguns dos autores que tratam dessa visão do voluntariado e da ausência de Estado.

*Veja e Época*, gosta de filmes, não possui um *site* específico que consulta. Diz que o *Google* é o site dele. Em TV acaba vendo a *Globo* mesmo e o jornal local da emissora.

Assim, podemos entender que Tiago não possui vínculo de militância com a organização, até porque considera esse um trabalho quase de mercado. Sim, é um trabalho na área social, mas por afinidade de experiência anterior e não porque foi uma escolha militante. Por isso, não se perceberam procedimentos ou mesmo tendências familiares que fornecessem essa tônica militante no profissional. Logo, o uso do ambiente digital é realizado a partir da técnica. Um olhar no *site* de sua empresa mostra essa tônica de mercado. Simples e direto, o *site* oferece soluções que aliam o jornalismo com o *design* para a comunicação das organizações. O que difere de uma agência comum é que há um submenu voltado para a área social. Ali descreve-se um pouco do trabalho e mostra-se um leque de 10 ONGs já atendidas pela empresa:

A S.C. exerce sua responsabilidade social desde a sua fundação, trabalhando sempre em parceria com instituições idôneas, oferecendo uma comunicação especializada na área social. Entende que esse setor necessita de uma comunicação profissional e que mostre a qualidade dos resultados conquistados pelas organizações sociais.

Outro sinal de que a militância não envolve seu fazer de comunicação nessas organizações é a realização de materiais que muitas vezes possuem um fundo ideológico e militante grande, mas não informações mais extensas ou mesmo aprofundamento no que se faz. Um exemplo é que um dos seus clientes lançou o dossiê do *Comitê Popular da Copa*, movimento social que se ocupa, na atualidade, em denunciar as violações de direitos humanos que aconteceram nas preparações e construções para a Copa do Mundo no Brasil. Tiago foi lá e cobriu o lançamento.

Eu não estou acompanhando tão de perto. Teve o lançamento e eu fui, mas não acompanho sempre, porque não é o [cliente] que está promovendo. Tem uma pessoa lá que faz parte, mas se essa pessoa saísse o [cliente] acho que não ia fazer parte. Não faria parte, eu acho, eu entendo assim, não é a entidade toda que está participando, senão eu acompanharia, saberia isso. Também não fiz [Assessoria de Imprensa], não sei se alguém do comitê está fazendo algum trabalho com a imprensa, mas acho que sim pois eu vejo um comunicador que participa lá, mas não sou eu que estou fazendo. (Tiago, 2013)

Sua opinião sobre as mobilizações que aconteceram em julho de 2013 diz também muito sobre o que pensa da militância e dos movimentos.

Minha opinião é que cada um - participei agora de um seminário de comunicação, citaram lá a luta do *FNDC*, do *Intervozes*, de grupos de mídia alternativa e comentaram: “ah, então essas manifestações foram uma conquista, porque a gente lutou por isso”. Mas eu não vejo assim. (...) Eu acho, sabe, eu acho que é um acaso ali mesmo, eu não sei quem sabe avaliar (...) o que saiu de gente dizendo, analisando o quê que significava aquilo, e até agora eu não achei ninguém que me convenceu, sabe? Parece que foi um acaso, que foi uma moda que pegou ali, basicamente no *Facebook*, não só, mas basicamente, e que é positivo, com certeza. (...) Um resultado que foi, que pegou até na *PEC 37*. A maioria da população estava: “não sei o que é mas sou contra a *PEC 37*”. Beleza, interessante, também provocou uma reflexão no meio político, acredito, mas por outro lado a gente vê cada notícia no meio político que você pensa, foi indicação daquele cara lá, parente da do Beto Richa, da sogra, ou a confirmação do Fábio Camargo lá, no TC né? Então isso no Paraná, tudo o que sempre acontecia continuou acontecendo, então foi um momento de reflexão mas não sei se vai mudar. (...) Acho que foi fogo de palha, assim, eu acho, mas do mesmo jeito, como eu falei: de avaliar mesmo porque que aconteceu como aconteceu e terá alguma mudança, eu não sou capacitado pra isso, e não sei quem seria, também. (Tiago, 2013)

Ele continua a explicar o que pensa sem criar vínculo. Diz que para ele há uma confusão, porque havia os *Black Blocs*, gente de esquerda apoiando, gente de direita, enfim, mesmo assim entende que as coisas não se dividem entre esquerda e direita. Tiago não é militante. Talvez por essa mesma experiência que ele diz ter, sabe e entende os movimentos que são feitos. Mas escolhe não se envolver.

#### 5.4.3 Movimento Social a que está ligado

Tiago não está mais tão vinculado ao *Instituto de Defesa dos Direitos Humanos – IDDHEA*, mas mesmo sem a verba para pagá-lo, ele ainda mantém atualizado o *website* e alguma coisa das redes sociais. Por essa razão, vamos tratar um pouco do que vimos na exploratória 3, quando o comunicador estava ligado à organização e depois explicaremos um pouco sobre a empresa que hoje ele gerencia e que é foco das suas práticas na atualidade.

O *IDDHEA* foi fundado por um jornalista P.<sup>223</sup> em 1996. Mesmo que na página do *website* não haja nenhuma referência à história da organização e que Tiago, antes responsável pela comunicação da ONG tente explicar que o *IDDHEA*

---

<sup>223</sup> Como não houve entrevista e/ou permissão, manteremos as citações à sua pessoa pela inicial.

nasceu em noventa e seis (1996) do P. e não sei mais quem, mais alguns colegas jornalistas tinham uma atuação junto, queriam fazer um projeto de denúncia e violação dos direitos e de políticos e a corrupção, coisa assim. Fizeram o projeto na *Gazeta do Povo*<sup>224</sup> e acho também um espaço numa TV ou rádio, enfim, o projeto de comunicação mesmo... E disso ele fez algumas articulações com outros movimentos nacionais e aí eles [os outros movimentos] começaram a dar essas dicas: você que trabalha com direitos humanos trabalha na área de prevenção... E aí foi juntando mais gente, assistente social tudo e foi montando alguns projetos para trabalhar a prevenção... (Tiago, 2012)

A fala de outros militantes<sup>225</sup> e outros comunicadores de outros grupos que citam o *IDDHEA* se dá na pessoa do fundador, que é o coordenador da organização desde que foi fundada. Essa é uma das percepções que devemos levar em conta na classificação/conceituação da organização. É bom lembrar o que Montaño (2005, p. 224) reflete como um dos mecanismos que impulsionaram as organizações que nasceram na década de 1990, a saber, “a criação de um vasto número de ONGs cujo objetivo central, senão único, é a própria captação desses recursos (*fundraising*) e geração de (auto)emprego.” Mas, não é possível afirmar, somente com essas informações, que esse é o caso do *IDDHEA* até porque, pelas mesmas conversas, se vê a organização muito atuante juntamente com outras que se firmaram como movimentos sociais. Segundo o site do Instituto<sup>226</sup>, o:

IDDEHA – Instituto de Defesa dos Direitos Humanos atua em vários estados brasileiros na área de Educação para Cidadania e Direitos Humanos. Sua luta é para incentivar as pessoas para a possibilidade de transformação da realidade por meio da prática da Cidadania.

A atuação do IDDEHA está fundamentada em três eixos:

- Fortalecimento Familiar e Comunitário
- Educação para a Cidadania e Direitos Humanos
- Segurança Pública Participativa.

São alguns dos objetivos da instituição:

- Formar jovens protagonistas de uma sociedade mais justa;
- Capacitar líderes comunitários para a luta coletiva;
- Apoiar Movimentos Sociais;
- Denunciar irregularidades;
- E propor soluções para problemas ligados às violações de Direitos Humanos. Desde a sua fundação, em 1996, milhares de pessoas já foram beneficiadas pelos projetos do IDDEHA, em ações voltadas para construir uma sociedade mais justa e democrática.

<sup>224</sup> O principal jornal, conservador, que temos em Curitiba.

<sup>225</sup> As outras entrevistas e mesmo uma conversa informal que tive com uma das militantes do *Intervozes* nessa pesquisa exploratória em fevereiro de 2012 me repassaram essa percepção.

<sup>226</sup> Disponível em: <[http://www.iddeha.org.br/blog/?page\\_id=2](http://www.iddeha.org.br/blog/?page_id=2)>. Acesso em: 15 de maio de 2012.

E diz ainda que sua missão é “Incentivar cada indivíduo para a possibilidade de transformação de sua realidade por meio da prática da cidadania e direitos humanos”. Durante esses 12 anos, o *IDDHEA* desenvolveu mais de 20 diferentes projetos relacionados à prevenção de saúde, à gênero, geração de renda, desenvolvimento e capacitação de jovens em situação de risco, formação para direitos humanos para públicos específicos, como bombeiros e policiais.

Com financiamentos vindos das secretarias de educação e saúde do estado do Paraná e outras secretarias tanto federais quanto estaduais e municipais, além de outros recursos de linhas específicas do *PNDU*<sup>227</sup>, o instituto possui uma forma profissionalizada de elaborar e construir seus projetos que buscam financiamento. Em 2012 trabalhavam 12 pessoas em Curitiba, 2 em São Paulo e 4 educadores que se deslocavam a fim de atender cada projeto. Os trabalhos do *IDDHEA* já se espalharam pelo Brasil, mas os profissionais que os atendem ainda são de Curitiba, a princípio. Todas as pessoas contratadas possuem salário, não há voluntários. Mesmo sendo uma das organizações que parece ter processos mais profissionalizados tanto de busca de recursos quanto de organização e acompanhamento dos projetos, houve uma diminuição na realização dos projetos de 2011 a 2013. Reflexo da mesma fase que outras organizações estão vivendo.

#### **5.4.3.1 A comunicação no *IDDHEA***

Há um *site* institucional atualizado constantemente, com uma boa periodicidade, e outras iniciativas dentro do ambiente digital, como confecção de *blog* para alguns projetos específicos, inclusive o que se chama de *Central Jovem de Comunicação* que já está em seu segundo ano mesmo tendo financiamento de outras fontes que não a que aprovou o projeto originalmente. Esse é um destaque feito pelo comunicador: mesmo quando um projeto acaba eles tentam mantê-lo com financiamento de outros projetos para garantir a continuidade<sup>228</sup> da proposta.

Enquanto tenta explicar as estratégias de comunicação do *IDDHEA*, Tiago aponta o diferencial da presença de um comunicador na instituição, na manutenção da

---

<sup>227</sup> Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.

<sup>228</sup> Não sei se a continuidade aqui é do projeto em si ou dos salários e manutenção do pessoal porque esse projeto especificamente tinha somente seis jovens atuando e não houve citação de reavaliação ou mesmo de uma decisão conjunta entre todos da equipe sobre a manutenção do projeto. Mesmo assim, Tiago explica que a gestão da ONG é feita por uma equipe que fica atenta às possibilidades de financiamentos.

atualização do *site* (o que agora não acontece mais, já que Tiago ajuda somente de vez em quando, agora de maneira voluntária).

[o *site* era] Institucional, e a gente atualizava ali, a cada dois meses... Um boletim que é o que eu mandava pros públicos em torno do *Iddhea*... e antes não tinha nem boletim, né? Às vezes tinha e às vezes não tinha, porque ficou um tempo sem jornalista aqui. Geralmente quando tinha jornalista eu acho que tinha boletim disparado a cada período de tempo, não sei exatamente, mas desde que eu estou aqui a cada dois meses um boletim de *newsletter*... e epublicava no *site*, mas era uma página separada, né, entende? O *site* era estático. (...) Daí a gente mudou a linguagem dele, deixou dinâmico e procura manter atualizado. (Tiago, 2012)

O *site* hoje tem um conteúdo bem completo e atual, explica o que o *IDDHEA* faz e sua proposta de trabalho, descreve seus projetos de maneira resumida e possui outras sessões temáticas esperadas em *sites* que mantenham uma comunicação profissionalizada e atuante. As produções de vídeo e rádio que são realizadas nos projetos e as outras produções em comunicação impressa também realizadas dentro dos projetos são digitalizadas e lá postadas. Há bastante material do que tem sido feito e dos posicionamentos que o *IDDHEA* toma em relação a determinados assuntos como questões de moradia ou mesmo de direitos humanos.

Tiago ainda aposta na Assessoria de Imprensa. Segundo ele, os meios de comunicação de massa *já possuem uma demanda em relação a determinadas matérias que devem ser produzidas para jornais, portais ou revistas*. O *IDDHEA* é uma fonte de informação frequente, segundo ele, e há repasse e indicação de outras ONGs que possuem maior conhecimento do assunto requerido, quando é buscado por jornalistas dos meios de comunicação de massa. Uma pista do direcionamento da organização e da sua gênese e gestão acabou aparecendo quando perguntado sobre quem pensa as estratégias de comunicação, como são realizadas suas escolhas. Tiago hesitou bastante antes de responder e finalmente disse que nunca tinha pensado nisso. E depois pensa um pouco melhor e diz: “é que é muito pelo que o P. acha que deve ser feito. Ele também é jornalista e o presidente da ONG. Então sempre tem uma visão voltada para a comunicação.” Mas na continuação da entrevista, quando pergunto se ele opina ou critica as estratégias de comunicação que desenvolve, Tiago dá um exemplo que pode mostrar um pouco mais da maneira como a organização é conduzida:



Você tem que conhecer um pouco o P. pra isso (risos), ele dá a ideia e fala assim: “vamos fazer um, que nem teve...” Vou te dar um exemplo! Ele queria fazer um documentário que mostrasse a importância dos projetos sociais. Isso daí foi uma ideia que foi mudando assim... “Não, eu quero algo pra arrecadar recursos, que daí a gente mostra lá e os caras vão ver que dá resultado mesmo...” e tal, assim ele falou. A gente ficou assim meio... Ah, tá. Vamos começar então por aí. Aí tinha outros projetos com atividades que eram exigidas pelos projetos. (Tiago, 2012)

O *IDDHEA* possui *facebook*, *twitter* e *blog* dos projetos que desenvolve com jovens, principalmente. As redes sociais são atualizadas pelo comunicador Tiago e os *blogs* específicos de cada projeto são trabalhados pelos próprios jovens, que são público do projeto, com a ajuda do educador responsável. Segundo o comunicador, o *twitter* tem sido menos atualizado. Ele vê mais no *facebook* o retorno das relações com possíveis públicos.

#### 5.4.3.2 A agência de comunicação S.C.<sup>229</sup>

A empresa de comunicação de Tiago, fundada em 2008, funciona num escritório do centro de Curitiba e tem cinco pessoas lá trabalhando. Tiago faz a prospecção dos clientes e atendimento, mas afirma que boa parte deles vem por meio de indicações de outras organizações atendidas. Dessa forma, é bem possível aferir que as estratégias e o *know-how* desenvolvido em outras organizações sociais – uma especialização nesse filão de mercado – tem funcionado. Mesmo assim, Tiago explica que cada projeto e necessidade de comunicação é muito específico e o atendimento é feito de acordo com o *briefing* do cliente.

Não consigo identificar um padrão. Posso te falar um caso. A gente não tem um padrão, atendemos muito personalizado cada um e não tem uma metodologia rígida a seguir, não sei se é o nosso escritório que atua assim ou se, por exemplo... Para passar um exemplo, ligou aqui um instituto que se chama *Tutorando*, faz apoio a projetos sociais, então a gente conheceu ele porque a gente atendia uma fundação na qual o dono desse instituto apoiava de alguma forma, acho que fazia parte do conselho, não sei, então por isso que a gente não foi atrás dele, mas fizemos esse contato, e essa fundação a gente pegou lá no começo que foi o que eu falei com você, que comecei a fazer contato com várias instituições que essa foi uma delas. Hoje a gente não atende mais essa fundação, porque também mudaram a gestão lá e reduziram custos, ou investimentos. (Tiago, 2013).

---

<sup>229</sup>Fazemos a opção por não divulgar a empresa para garantir a liberdade de análise neste trabalho.

A empresa tem seu *site* com portfólio dos produtos já feitos, um submenu com as ONGs atendidas, como já falado, e outras sessões que são padrão de mercado como “Quem Somos” e “Contato”.

A S.C. também possui uma página institucional no *facebook*, onde periodicamente são colocadas algumas notícias referentes a trabalhos desenvolvidos para clientes, tanto na área de comunicação quanto de *design*. E o leque de opções de produtos de comunicação é bem vasto, desde assessoria de imprensa, *website*, mídias sociais, impressos, cartilhas. O que envolver comunicação tanto no impresso quanto no digital é assumido pela agência.

#### 5.4.4 Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador no ambiente digital

Um pouco dos processos de comunicação realizados no *IDDHEA* estão aqui elencados porque fazem parte da trajetória de Tiago e do seu fazer, mesmo que – podemos desconfiar – essas estratégias não eram exatamente elaboradas somente por ele. A organização entende a comunicação como inserida em cada projeto aprovado, com suas demandas específicas que são previstas em cada escopo.

A gente fez [comunicação] das duas [sedes, São Paulo e Curitiba]... mas como o projeto estava em andamento a gente tinha **recurso previsto** pra uma assessoria de imprensa, a gente fez integrado, eu coordenava daqui e um terceirizado lá, uma assessoria terceirizada lá.(...)Aqui a gente, eu procuro pensar sempre em assessoria de imprensa menos como uma divulgação do *IDDHEA* e mais como uma divulgação da causa do *IDDHEA*, mas é porque eu tenho argumento pra isso, né? (...)

N: Quem define: vamos fazer assessoria de imprensa, ah, o *site* tem que ser um pouco diferente, agente precisa dar uma mudada nisso?

T: (...)Bom... o que eu acho... é isso aí é uma pergunta interessante... (...). O que acontece é, acho que de fato né... é muito de como o P... Ele é o Presidente, ele é jornalista também... (Tiago, 2012)

O *IDDHEA* possui um *site* com *layout* profissional, fornecendo diversas informações sobre os projetos realizados e notícias em geral – muitas factuais. Oferece vídeos e *podcasts* dos programas realizados nos projetos desenvolvidos. Tem *link* na página para o *Facebook* e o *twitter* direto. Possui muito mais áreas de interatividade com a possibilidade de comentar vídeos e textos, mas:

É acho que o principal aqui é manter o *site* atualizado... Quando eu fiz estágio aqui em 2001, aí que foi criado um *site*. Até contribuí com ideias mas quem criou foi um voluntário...(...) Até há um ano e meio atrás era um *site* estático, institucional, e a gente atualizava ali, a cada dois meses, um boletim que é o que eu mandava pros públicos em torno do *IDDHEA*, e antes não tinha nem boletim, né? O *site* era estático...(...) Daí a gente mudou a linguagem dele deixou dinâmico e procura manter atualizado. (Tiago, 2012)

Não há uma busca por saber quem acessa o *site*, os públicos. Isso não era parte das práticas de comunicação de Tiago no *IDDHEA*, ainda assim ele vê a mídia como uma possibilidade de debate, já que se abre para os comentários. Mesmo estes sendo moderados por Tiago, ele acredita que é possível uma troca, ainda que essa não seja feita efetivamente. No final das contas, o *site* acaba sendo uma vitrine da ONG.

Não tem um medidor aí sobre isso mas é... mas tem muitos públicos que buscam o *IDDHEA*. (...)Eu vejo como uma possibilidade [de debate], né? Mas não uso assim porque daí teria que fazer muito mais coisas, de produzir conteúdo, buscar outros referenciais de direitos humanos. A gente procura colocar assuntos referentes ao *IDDHEA* como forma de mostrar o que estamos fazendo e também colocar os nossos posicionamentos com relação a coisas que a gente não faz, mas que a gente considera adequada. Adequada nesse caso é interessante porque o *IDDHEA* tem trabalhado bastante com a defesa de população...

N - Não tá planejada uma reação?

T - Não, eu espero. Daí depende o caso: que nem a gente colocou vaga pra educador social e espero uma reação, espero que venha, que venham interessados, né? E vem! A gente abriu um curso aí que veio bastante vaga (Tiago, 2012).

Já no âmbito da agência de comunicação que Tiago montou, as práticas são as mais diversas, mas sempre pautadas por uma estratégia profissional, técnica, do que realmente o cliente/organização pretende e que o informa a partir de um *briefing* inicial. Mas há também uma troca, uma sugestão, um processo de consultoria que aparece no relato de Tiago.

Quando eles entram em contato, é difícil entrar em contato para pedir um serviço mensal, isso é algo que a gente vai vendo e percebendo que precisa disso, mas a gente é procurado mais para fazer *site*, ou para fazer um serviço de folder ou alguma coisa que estejam procurando no momento. (Tiago, 2013).

Em relação ao que os clientes mais “pedem” nesses *briefings* – já que as práticas de Tiago são pautadas por esses pedidos e por uma técnica vinda do mercado que parece

que está embutida no profissional a partir da “experiência” na área - há regularidades, como, por exemplo, a necessidade de todos de fazerem *folder* e o *site*. É como se dissessem, diz Tiago, “fulano tem *folder*, *site*, também queremos”. E esse pedido, talvez por falta de verba para destinar à comunicação, acaba sendo para atualizar o site na própria organização mesmo.

Esse instituto voltou há um tempo e pediu um *site*, a gente conversou e vamos fazer. Daí pediram um *site* e mais um material, um *folder* também, e estavam reformulando a estrutura do instituto e queriam divulgar, modernizar, eles tinham um *site* lá. Era estático, eles procuram porque querem modernizar e a gente conversa com eles propondo como eles podem e propõe inclusive esse serviço mensal [de atualização mesmo]. Muitos não querem, acham que dão conta, mas a gente conversa, a gente fica à disposição, faz um teste depois para tentar, pra ver se a gente consegue contribuir na comunicação. Mesmo tendo uma equipe aqui com jornalista para orientar como colocar as notícias no *site*, para produzir é melhor, mas nem todos querem, querem o *site* para eles mesmos administrar. (Tiago, 2013)

Esse “atendimento” realizado aos “clientes sociais” é visto como a retirada de um pedido. Caminha por um relacionamento mais de busca de informações para atender a necessidade do cliente ou do que o cliente diz que quer. O sentido aqui é mercadológico, das competências comunicativas para informar públicos e conquistar uma determinada imagem na opinião pública.

É, aí a gente, conversando a gente consegue direcionar aquele serviço para a mensagem que ele quer passar para o público que ele quer atingir. Mas isso vale para tudo, para qualquer material que você está fazendo, até um cartão de visitas. A gente precisa dessa conversa para saber o que a pessoa de fato quer. Às vezes chega: “não, eu só quero um *site*”. As pessoas pedem. Na primeira conversa é isso. Ela, geralmente faz o processo inverso: primeiro fala que quer o *site*, e depois começa a pensar o quê que quer. Mas a gente quando faz a pergunta: “você já tem alguma referência, já viu algum *site* que já viu interessante?”, as pessoas já têm essa resposta, só não pararam para perceber que já tinham. “Eu já vi um *site* e queria mais ou menos assim”, só que no começo ela não percebe que isso é importante de passar no pedido. (Tiago, 2013)

Nessa relação com as organizações sociais, Tiago avalia também o papel do ambiente digital nessas práticas comunicacionais, ou serviços comunicacionais prestados aos clientes-organizações. Para ele, o impresso não perdeu a função, mas gradualmente o digital tem tomado esse espaço, com destaque para diferença de agilidade, dinamismo e facilidade das ferramentas na internet. Pelo depoimento dele, a

internet e seus dispositivos comunicacionais podem ser um novo nicho de mercado para quem domina esses afazeres nessa área. Ele aponta uma diferença gradual na maneira de entender e usar essas ferramentas, mas não se ilude com a possibilidade delas serem realmente uma mídia alternativa, livre, que todo mundo pode usufruir.

É, realmente a dinâmica hoje é bem diferente, sabe, até a gente que começou a empresa, faz uns quatro anos, um pouco mais - e não é tanto tempo - já viu uma diferença enorme que a gente pode até propor de serviço na área de internet. Então, as coisas estão bem diferentes. Eu acho que ver uma mobilização, organizada não, mas convocada com tanta rapidez não fosse a rede social, essa rede social ou outra rede social, então, com uma abrangência tão grande, não sei se iria acontecer. Só mesmo desta circunstância que a gente vive hoje, que tem essas ferramentas. E acho positivo, pra falar a verdade, o debate, até que eu estava participando aqui, o meio alternativo, a grande mídia, a comunicação que vem vertical, que é controlado por algumas poucas famílias que é o que a gente abordou, a alternativa, o meio alternativo poderia ser considerado as redes sociais, mas de alguma formas são controladas. Tem uma coisa que foi falada lá que eu não tinha refletido até: que o acesso à internet é controlado por grandes organizações. Você aceita termos de uso, e que no dia a dia, beleza, você usa. Mas que, talvez, se você realmente provocasse essas organizações contra os objetivos delas, você não vai ser aceito. Então, se é mesmo um meio alternativo eu não sei, mas é interessante assim, existir ferramentas em que as pessoas possam produzir comunicação, produzir o seu conteúdo. (Tiago, 2013)

Ele não se mostra um entusiasta das redes sociais, vê como um processo de evolução das ferramentas. Aprendendo na prática, Tiago percebeu que os clientes pediam serviços voltados para o *Facebook*, *fanpages*, atualizações. Ali na agência que ele montou o processo se deu por demanda. Os clientes pediam e hoje a equipe está capacitada para prestar serviços de mídias sociais também. Mas ele reflete nessa contínua evolução dizendo que o “*facebook* é novo, mas logo estará velho também”.

#### **5.4.5 Os sentidos das práticas de comunicação de Tiago e a busca pela cidadania**

Aqui fechamos o capítulo 5 com algumas das reflexões específicas relacionadas a trajetória do Tiago. Uma análise que envolve esse comunicador e os outros dessa pesquisa será apresentada no capítulo 7.

##### **5.4.5.1 Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto**

Essa pesquisa manteve o comunicador Tiago nas entrevistas da fase sistemática porque nos interessava mostrar a mudança que aconteceu na relação do comunicador com a organização que originalmente pertencia. O *IDDHEA* defende temáticas bem voltadas para os movimentos sociais mas possui diferenças sutis na maneira como se posiciona nos seus fazeres e como sua atuação é gerida, o que nos leva a desconfiar um pouco a partir do que Montañó (2005) colocou sobre a “onguinização” dos anos 1990 e do posicionamento e criação de milhares de organizações para, por meio de projetos com tempo determinado, satisfazerem algumas das necessidades que o Estado deveria fazê-lo no âmbito de empoderamento, de capacitação, de garantia de direitos.

Bem, Tiago estava inserido nesse ambiente como comunicador principal e o que ficou claro na primeira entrevista é que o movimento/organização não só determinava sua prática como também provia o direcionamento do como fazer. Isso aparece em vários momentos em sua fala tanto explicando que “havia verba nos projetos para Assessoria de Imprensa” quanto explicando que o líder da organização era comunicador e também “encomendava” determinados projetos de comunicação. Mesmo se referindo à presença de uma equipe que até certo ponto trocava informações, a prática efetiva da comunicação no *IDDHEA* realizada por Tiago era determinada pelo que foi previsto no projeto que buscou o financiamento e tinha como fundamento divulgar, a partir do que foi previsto, o projeto em si, seus resultados como usar exatamente a estratégia ali exposta. Estratégia, sim, no sentido certeuniano. Porque havia um cálculo das ações mais realizadas, do tipo de resposta que se queria e ousou imaginar que essas ações eram colocadas nos projetos com o intuito de dar visibilidade aos financiadores, já que não é raro, quando esses projetos são aprovados para serem financiados, que se exija a colocação da logomarca em qualquer material produzido. Mesmo se estabelecendo que eram estratégias, do que vimos de comunicação no *IDDHEA* realizada por Tiago, não se pode dizer que eram por ele pensadas, apesar de se ter um alto nível de uso da técnica nesse fazer do comunicador em questão. Assim, o que reforça a ideia de que a estratégia se resumia ao que era previsto nos projetos, é a falta de mensuração de público no site da organização. A participação do público em relação à organização não era foco do fazer comunicativo. Tanto que o comunicador afirma que a própria Assessoria de Imprensa era realizada para visibilizar os projetos e não a organização em si.

Ao mesmo tempo em que atuava no *IDDHEA* – onde ele também traz as dificuldades financeiras que vemos presentes nas outras organizações – Tiago viu como uma oportunidade de mercado essa sua “experiência” no terceiro setor. Assim, montou

uma agência de comunicação para atender a esse “nicho de mercado”, que na opinião do comunicador precisa de uma “profissionalização da comunicação e nem sempre tem verba para manter um comunicador”. Pelo que vimos no capítulo 4 e também no relato dos outros comunicadores, o que Tiago coloca é verdade. As organizações sociais estão buscando se posicionar melhor no âmbito da comunicação e precisam de pessoal capacitado para ajudá-los a realizar esse intuito. Por essa razão, o comunicador diz que montou a empresa aproveitando as “oportunidades” que existem nesse setor.

Dessa maneira, no atendimento aos “clientes” da agência, Tiago usa da técnica para atender aos pedidos de processos de comunicação dessas organizações que pagam por isso. As encomendas são de *sites* e folderes em sua maioria, com intuito claro de divulgação institucional, do que a organização faz, produz. Assim, não se pode dizer que esses clientes influenciam sua prática. Eles determinam, estabelecem o que querem e ele realiza. É possível que nessas negociações Tiago se apresente como estrategista sugerindo outros caminhos, como redes sociais, mas no geral são prestações de serviço que precisam ser aprovadas pelo cliente. O resultado é a satisfação de quem contrata e não uma mobilização, esclarecimento, sensibilização de opinião pública. É possível que em determinados projetos esses objetivos possam estar inseridos, mas antes eles perpassam a vontade da liderança da organização muito similar com o que acontecia no *IDDHEA*.

#### **5.4.5.2 Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância**

Como já vimos, Tiago não é militante. Mesmo tendo trabalhado em uma organização que tem um posicionamento ideológico, defende determinadas causas, seu envolvimento com os projetos ali defendidos é técnico. Não que ele não possa acreditar no que está fazendo ali, mas essa crença ou seu posicionamento ideológico não influenciam o seu fazer.

Assim, a cultura profissional de Tiago determina o seu fazer. Essa cultura aponta um nicho de mercado a ser explorado e a vantagem de haver uma especialização por parte do comunicador que atuou na área por bastante tempo. Isto é, a visão de oportunidades de desenvolvimento de projetos de comunicação para uma área necessitada deles pauta a sua prática. E não há distinção do que é realizado pelas organizações, tanto que qualquer empresa/organização que o contratasse e fosse minimamente ética estaria sendo tratada como potencial cliente. Vemos aqui um *habitus*

formatado na universidade sem qualquer reconfiguração realizada pelo meio em que está atuando. É o aprendizado técnico e a aplicação desse aprendizado em um mercado, o que acaba misturando 2º setor com o 3º setor, já que as relações ali estabelecidas podem não ser de lucro por parte dos clientes mas são de prestação de serviços técnicos.

Outro destaque em relação a essa cultura profissional – coerente com a não-militância - é a descrença no voluntariado para atuar na comunicação dessas organizações. Partilhamos do posicionamento do comunicador em partes. Explico: Tiago não vê vantagem na atuação dos voluntários primeiro porque não se estabelece uma relação de prestação de serviços onde se pode cobrar determinado comportamento ou fazer, já que não são pagos. Então, para ele, não havendo uma relação que se estabeleça a partir do capital, não há como manter uma relação profissional e isso acaba por comprometer o fazer em comunicação. Sua ponderação vai também por não se poder exigir nem carga horária, nem continuidade, já que a legislação se opõe a cobranças de horário, o que criaria vínculo trabalhista. Nossa concordância com a visão de que o voluntariado não é positivo não se refere aos argumentos acima, mas com a nossa posição de que esses trabalhos realizados por essas organizações deveriam ser providos pelo Estado e pagos por ele. Isto é, se é da alçada do Estado e esse terceiriza para dezenas de organizações deve prover a continuidade e pessoal suficiente para realizá-lo. É por essa razão que o colocado por Montaño (2005), que denuncia esse projeto neo-liberal de acalmar os ânimos com um Estado que terceiriza serviços pelos quais deveria se responsabilizar, tem sentido.

Assim, Tiago se denomina profissional de comunicação inserido na área social, seja ela qual for, já que sua atuação, como mostrado, é pautada por fazer o que se é pedido, e não se envolver com o que for além, desde discussões ideológicas ou mesmo com as bandeiras defendidas pelas organizações sociais, associações e institutos atendidos.

Coerente com a sua não-militância, Tiago vê que as redes sociais podem ser ferramentas interessantes de mobilização, tanto que estabeleceram a rejeição da *PEC 37*<sup>230</sup> como ele coloca como exemplo, mas não acredita que sejam realmente fermentadores de mudanças reais porque ao mesmo tempo que podem mobilizar não esclarecem e conscientizam já que várias pessoas não tinham informações adequadas

---

<sup>230</sup> Proposta de emenda constitucional que tirava no Ministério público o poder de investigação de crimes fornecendo-o somente à polícia civil e federal. A proposta não foi aprovada em parte pela mobilização realizada nas redes sociais.



sobre a mesma *PEC 37*. Sua visão é aliada a de um mercado, inclusive na internet. Tanto que acredita que dificilmente é possível se falar contra determinada rede social a partir dela mesma, afinal há um dono ali, há alguém que paga e manda naquele espaço.

#### **5.4.5.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais**

O que caracteriza as competências midiáticas/digitais de Tiago é a técnica. É o aprender constante sobre o que as ferramentas podem proporcionar de divulgação para os seus clientes, e isso é claro no *site* de sua empresa, que oferece produtos comunicacionais específicos para essas organizações, como *sites*, *blogs*, redes sociais, etc.

Apesar dele estar satisfazendo uma necessidade estabelecida pelo contexto para que essas organizações sobrevivam, não há aqui o intelectual orgânico na acepção que tomamos do conceito de Gramsci. Por mais que ele seja um estrategista das técnicas de comunicação para divulgar os clientes, a reflexão sobre esse fazer, sobre o significado desse fazer, sobre o alcance do ponto de vista ideológico não é realizada. Assim, não há como pensar em Tiago fermentando possibilidades de desenvolvimento das bandeiras das organizações por meio da comunicação discutida, partilhada, em que realmente se dá voz a todos os grupos. Há um fazer técnico.

Esse fazer técnico se estende à relação com os meios de comunicação de massa por meio da Assessoria da Imprensa. Segundo o comunicador, há uma demanda desses veículos por notícias do 3º setor. Ora, já discutimos aqui que essa relação entre movimentos sociais e meios de comunicação de massa ainda se configura um pouco espinhosa, o que nos faz desconfiar que as notícias demandadas por esses veículos sejam as que não necessariamente mostram o que os movimentos sociais estão fazendo, mas sim notícias de organizações quase filitrópicas, do estilo “para inglês ver”. É fato que há uma aproximação dos veículos com o que organizações sociais estão realizando, mas aí a dizer que há uma demanda natural é algo a se refletir, o que não cabe a esta pesquisa responder.

O fazer do comunicador inclui habilidades gerais no ambiente digital que servem para divulgar seus clientes de maneira institucional também, e sua própria empresa. Assim, tecnicamente irrepreensível, vemos uma *fanpage* no *facebook* que é atualizada de maneira frequente com os trabalhos desenvolvidos para os clientes e também com notícias da área da comunicação e do *design* em geral. Ali também estão expostos os

produtos de comunicação oferecidos, desde assessoria de imprensa, *website*, mídias sociais, impressos, cartilhas. O sentido aqui é mercadológico, das competências comunicativas para informar públicos e conquistar uma determinada imagem na opinião pública. As competências técnicas são aplicadas tanto no digital quanto no impresso (que ele afirma que não perdeu a função, mesmo sabendo que há uma demanda cada vez mais crescente para o ambiente digital, inclusive pelo custo de manutenção baixo), para que os clientes tenham a mensagem desejada chegando aos públicos almejados.

## 6 UM CONTRAPONTO: AS PRÁTICAS DOS COMUNICADORES DE MOVIMENTOS SOCIAIS DE SEVILHA

No dia 02 de outubro de 2012 eu desembarcava em Sevilha, lá pelas 19h depois de mais de 30 horas entre voos e esperas em aeroportos. Ressoava na minha cabeça ainda uma frase ouvida por uma professora muito querida, depois de muitos conselhos sobre a investigação: “Dizem que Sevilha é uma cidade linda!” E era. O táxi que me levou ao hostel previamente agendado desde o Brasil passou em frente a tantos edifícios antigos, medievais, clássicos, realmente fabulosos, que consegui fechar a minha boca somente uns 10 minutos depois. Na verdade fechei para abrir de novo. O taxista entrou nas ruelas medievais e demorou um pouco para parar para uma mãe atravessar a rua com o seu filho. Essa mãe achou um absurdo ele não ter visto ambos com tempo e resolveu dar uma bronca no motorista. Explicou que ele deveria prestar mais atenção, que o filho poderia ter corrido, que todo mundo ficou assustado, que deveria ser mais cuidadoso... O taxista, rude no início, pediu desculpas a ela. E seguimos. Ali começava o meu contraponto. Ali eu comecei a entender o que minha orientadora tinha avisado sobre não dar conta de fazer um estudo comparado em “somente” cinco meses e, sim, buscar realizar nessa experiência um contraponto à minha pesquisa. A partir dali, nos cinco meses que se seguiram, eu descobri que deveria aproveitar cada segundo, cada informação para tentar entender o todo, para tentar entender o contexto em que todas as problemáticas de estudo que eu trazia estavam inseridas. E posso dizer que aqui eu trouxe uma ínfima parte do que poderia ser uma tentativa de entendimento de uma Espanha que borbulhava em movimentos e passeatas por causa da crise econômica<sup>231</sup> que tinha começado havia dois anos e estremecia as bases da União Europeia.

Não posso dizer que, em cinco meses, consegui entender a dinâmica de um país, sua história, de culturas muito diversas que ali se enfrentam/convivem, dessa inserção em uma Europa em ebulição tanto política quanto econômica e social. Mas tenho uma pequena ideia de que fui testemunha de um momento que poderá ir para a história de alguma forma, principalmente pela grande insatisfação com a qualidade de vida dos cidadãos ou com o governo atual. E o mais importante dessa experiência foi olhar a América do Sul e o Brasil com outros olhos. Processo cuja dinâmica autores que

---

<sup>231</sup> Ver, neste sentido, <http://noticias.r7.com/economia/noticias/entenda-a-crise-na-europa-20100209.html> e <http://br.advfn.com/eventos/2012/crise-na-europa>.

trabalham com identidades<sup>232</sup> já estabeleceram há algum tempo: a sua identidade se estabelece quando você é confrontado com o outro, com o diferente. Dessa maneira, o contraponto sevilhano, desenvolvido a partir de pesquisa exploratória com comunicadores daquele contexto, ajudou a enxergar melhor os pontos principais da investigação que estava se desenvolvendo em Curitiba e, principalmente concretizar a importância do contexto nessa investigação, do quanto o estabelecimento do contexto de determinada problemática é fundamental para situar as percepções adquiridas. Nesse capítulo, lanço um olhar para aspectos do contexto em que se constrói minha busca em Sevilha, pontuando elementos da história da cidade, do momento que a Espanha está vivendo e, sobretudo, elementos que influenciaram a busca lá feita. Também descrevo as trajetórias dos quatro comunicadores entrevistados a partir das mesmas dimensões trabalhadas no capítulo 5 com os de Curitiba: a trajetória profissional, a cultura política/militância, o movimento a que estão ligados e as práticas desse comunicador realizadas, principalmente, no ambiente digital.

### 6.1 Aspectos do contexto de Sevilha

Sevilha se encontra no sudoeste da Espanha, a 150 km da fronteira com o país vizinho, Portugal, e a 100 km do litoral em que o oceano Atlântico se encontra com o mar mediterrâneo. Alguns documentos históricos apontam a fundação da cidade no ano 800 a.C.<sup>233</sup>, mas há registros de 200 anos antes. A cidade teve, a princípio como moradores os tartessos, depois os cartagineses e, mais tarde, lá pelos 200 a.C. os romanos. Hoje há uma mistura de influências na arquitetura, mas há sinais dos romanos, que a chamaram de *Hispalis*, em vários lugares. Inclusive, escavações em Sevilha são sempre uma surpresa. Uma delas aconteceu na Plaza de la Encarnación, vizinha ao apartamento em que morei. Em abril de 2011 foram terminadas as construções das *Setas de La Encarnación*, ou o *Parasol*, a maior estrutura de madeira do mundo<sup>234</sup>, obra que causou grande controvérsia porque destoava da arquitetura antiga da cidade. Na época das escavações para as estruturas do Parasol uma completa vila romana foi encontrada embaixo da praça, o que fez criarem o museu *Antiquarium*<sup>235</sup>, mantendo praticamente tudo o que foi encontrado para visitação. A arquiteta brasileira que mora em Sevilha há

<sup>232</sup>Entre eles Stuart Hall e Raymond Williams.

<sup>233</sup> <http://sevilha.es/historia.php>

<sup>234</sup> <http://www.yatzer.com/Metropol-Parasol-The-World-s-Largest-Wooden-Structure-J-MAYER-H-Architects>

<sup>235</sup> <http://www.setasdesevilla.com/antiquarium/>

sete anos, Glenda Dimuro, contou em uma conversa informal que em praticamente todas as obras que se fazem na cidade, são encontrados sinais e construções de outros povos, principalmente os romanos. Muitas vezes os artefatos, por serem numerosos e estarem por todo o subsolo, são catalogados e enterrados novamente onde foram encontrados.

Depois dos romanos, a cidade foi invadida pelos bárbaros, que se ocuparam de destruir praticamente tudo o que poderia ser romano. Depois deles foram os Mouros, que deixaram sinais até hoje em muros e edifícios, como o mais famoso ponto turístico, a Giralda. Eles deram à cidade o nome de *Ishbiliya*, que depois se transformou em *Shbiya*, chegando muito perto do que é hoje. Depois os Judeus viriam de vários lugares também e acabaram sendo isolados no que hoje é um bairro chamado de *Judería* ou, agora, barrio de Santa Cruz. Na Idade Média, esses judeus foram cercados dentro de um bairro a partir de uma perseguição da Igreja Católica, principalmente, aos seus bens. Os mais ricos, que teoricamente tinham se convertido, eram acusados de terem se convertido falsamente e sofriam processos injustos em um Castelo que até hoje ainda está lá, o San Jorge<sup>236</sup>. Ali começaram os julgamentos intolerantes da Santa Inquisição por toda a Espanha.

Sevilha teve momentos de grande abundância, chegando a ser a maior cidade da Espanha, porque era o primeiro porto da chegada das riquezas das Américas. Foi dali de muito perto que Colombo saiu para o “descobrimento” das Américas e a sala onde ele convenceu a rainha Isabel a financiar o seu projeto fica no palácio Alcázar (antiga casa dos reis Mouros e hoje residência do rei em Sevilha). A posição geográfica de Sevilha foi muito favorável ao escoamento das riquezas vindas das Américas, já que a cidade é cortada pelo rio Guadalquivir. Tanto que na beira do rio, em meio ao que hoje é uma passarela turística, há a *Torre Del Oro* onde eram guardados todos os metais preciosos trazidos das Américas.

Nos séculos que se seguiram, a chegada do progresso – que teve como símbolo o trem – fez com que boa parte das muralhas que circundava a cidade fosse derrubada, restando agora somente alguns pedaços no bairro da Macarena. A cidade se expandiu.

Em 1929, Sevilla sediou a exposição íbero-americana, que como para toda mega exposição, recebe investimentos e melhorias em diversas construções, mas logo depois acabou sofrendo com a Guerra Civil Espanhola (conflito entre anarquistas-esquerda-

---

<sup>236</sup> Na “noche blanca”, evento em que museus e galerias em geral ficam abertos durante a madrugada foi possível visitar os restos do San Jorge e saber um pouco da história de perseguição aos judeus.

republicanos com nacionalistas-direita-fascistas) quando o ditador Francisco Franco concretizou o golpe militar no país e impôs uma ditadura de mais de 40 anos. Com a morte de Franco em 1975, o poder voltou à monarquia pelas mãos do Rei Juan Carlo I, mas o governo se estabeleceu como uma monarquia constitucional ou parlamentarista. Mas, em vez de primeiro-ministro, há um presidente eleito de maneira direta com governo de quatro em quatro anos. Os estados, ou comunidades autônomas, possuem mais autonomia do que os estados brasileiros e Sevilha é a capital da comunidade autônoma de Andaluzia.

É impossível fazer um resgate histórico, no mínimo satisfatório, de uma cidade tão antiga a ponto de já ter uma universidade quando o Brasil ainda estava sendo “descoberto”. Mas alguns aspectos desse apanhado ainda precisam ser explicitados para que o caminhar da coleta de dados realizada tenha sentido.

Uma das percepções das incursões locais e informais foi em relação ao poder da igreja católica. Antes mesmo de embarcar para Sevilha, na construção do projeto de pesquisa, já foi possível perceber que a igreja católica, tão presente sempre nas lutas populares aqui no Brasil, na Espanha se alia ao poder político, nem sempre democrático. A principal cisão entre igreja e estado aconteceu em meados da Guerra Civil, onde a proposta dos partidos republicanos e mesmo de esquerda era a laicidade tanto do governo quanto da educação, coisa que em uma monarquia não existia, já que o rei historicamente detinha os dois poderes e a Igreja “governava” a fé do povo de maneira soberana. Assim, se agarrando desesperadamente ao poder, a igreja se aliou ao fascismo de Franco e assistiu impassível à morte de mais de quatro milhões de espanhóis tanto na Guerra Civil quanto durante a ditadura.

Houve uma transição de governos, de 1975 a 1978 ao que agora pode ser chamado de um estado democrático, mas como veremos nas entrevistas realizadas<sup>237</sup> com os sujeitos comunicantes, essa transição não aconteceu efetivamente. Um dos exemplos dessa pseudo-transição é o ainda forte poder que a igreja detém na Espanha, o que é gritante na cidade de Sevilha. A cidade possui 256 paróquias em uma área de 140 km<sup>2</sup> e um pouco mais de 700 mil habitantes. Na região dos bairros centrais (excetuando-se a região metropolitana), não há como andar mais de duas quadras sem encontrar uma igreja, de portentoso tamanho e ricamente decorada, de acordo com a época em que foi construída (muitas são barrocas, com detalhes em ouro retirado das Américas...). A

---

<sup>237</sup> Juanjo e Jessy comentaram sobre a transição de governo, dizendo que ela não existiu porque sinais dessa ditadura franquista ainda são vistos nas atitudes da polícia e em relação aos direitos sociais.

Catedral, que abriga os restos mortais de Cristovão Colombo, é a terceira maior do mundo<sup>238</sup> e foi construída no que restou da mesquita que existia ao lado da Giralda.

Mas não é só pelos grandes edifícios que esse poder da igreja se mostra. A influência dos costumes católicos está firmemente arraigada na cultura do povo sevillano a ponto de, na época do natal, se espalharem pelas casas os tais “beléns” que são presépios ricamente decorados com o cenário do nascimento do menino Jesus recriado em detalhes. A tradição é tão forte que em dezembro há uma feira que dura um mês com mais de 50 barracas perto da catedral que vende somente pequeninas peças para os presépios em geral. Uma vizinha que me deixou visitar o “Belém” (as casas ficam abertas à visitação) me disse que a cada ano a família compra algumas dessas peças, que podem ser casinhas, personagens ou instrumentos de trabalho da época, como se fosse um investimento ao longo dos anos, já que o preço não é tão baixo assim.

Outro forte exemplo dessa influência é a Semana Santa, realizada em abril, e que mobiliza praticamente todos os moradores da cidade. Durante a semana, os santos de cada igreja saem de seus altares e são carregados em procissão pelos *costaleros*<sup>239</sup> em andores com peso aproximado de 200 quilos. Os ensaios desses penitentes começam em janeiro, no período da noite, nas praças de Sevilha. Além da Semana Santa ser um espetáculo único, motivado pela tradição católica, há inúmeras lojas de adereços e vestimentas específicas para essa semana. A presença de estátuas do cristo crucificado, ou da paixão de cristo, com roupas específicas de “torturadores” do cristo ou ainda de penitentes é frequente o ano todo nesse comércio.

Enfim, mesmo descendente de uma família muito católica, essa presença da igreja de um outrora com toda a sua tradição tanto em vestimentas quanto em adereços e costumes me chocou. A pergunta que ficou então foi: como tudo isso é sustentado? O vizinho que tive enquanto morei lá, doutor pela escola russa e juiz de direito, explicou boa parte desses procedimentos. No pagamento de impostos, os cidadãos podem escolher entre ajudar uma ONG ou a igreja, há um formulário que deve ser preenchido. Ainda assim, muita gente levanta e questiona o fato de dinheiro público estar indo para as arquidioceses ou seja, para a igreja católica espanhola. Segundo o programa de televisão *Salvados*, que foi ao ar em novembro de 2012<sup>240</sup>, a igreja recebe 7 bilhões de

---

<sup>238</sup> Perde somente para a de São Paulo em Londres e a de São Pedro no Vaticano.

<sup>239</sup> Homens penitentes que carregam os andores. <http://www.youtube.com/watch?v=mUNfEOPOGuY>

<sup>240</sup> Pode ser visto em: [http://www.youtube.com/watch?v=pZFruM\\_ZRnM](http://www.youtube.com/watch?v=pZFruM_ZRnM)

euros todos os anos e, mesmo com todos os “recortes” sociais que foram anunciados neste mesmo ano, ela não foi atingida.

Para finalizar a rápida visualização do contexto em que a pesquisa do estágio sanduíche se desenvolveu, importa lembrar que, com essa história, Sevilha chega até nós, na América do Sul, a partir de alguns personagens e produções artísticas que se eternizaram. Uma delas é a famosa ópera Carmen: sua história teve uma origem real, na fábrica de tabaco cujo edifício ainda existe imponente na região central da cidade e que hoje sedia um dos campi da *Universidad de Sevilla*. Discute-se ainda o personagem, Don Juan, que também viveu não exatamente ali, mas na região. Sevilha carrega seus séculos de história nas paredes dos edifícios e no povo.

Por outro lado, sediar a *Exposición Universal*<sup>241</sup> em 1992 provocou na cidade um processo de gentrificação<sup>242</sup> agressivo do qual falaremos mais à frente e ofertou um bairro totalmente novo, construído do outro lado do rio Guadalquivir. Este novo bairro leva o nome de um mosteiro ali localizado (que depois virou fábrica de cerâmica), o *La Cartuja*. Neste bairro fica o *campus* que abriga o curso de comunicação, o que me fazia realizar uma viagem no tempo todos os dias. Eu saía do Cáscuo Antíguo, do lado de onde estive uma vila romana e caminhava até um bairro artificialmente construído, com dezenas de edifícios modernos e centros de exposição, alguns com uma manutenção deixando a desejar.

O projeto desenvolvido para a investigação exploratória neste contexto foi construído dentro da problemática amadurecida até julho de 2012, um mês antes da qualificação do projeto de investigação em banca, o que aconteceu em 30 de agosto de 2012.

Para iniciar o processo de exploração empírica a fim de obter um contraponto ao que foi pesquisado no Brasil, e para a construção do plano de pesquisa, foi realizada uma exploração prévia pela internet, principalmente, para tentar entender parte da dinâmica dos movimentos sociais específicos de Sevilha, inclusive seguindo a seleção e os critérios utilizados para os movimentos de Curitiba (os movimentos sociais deveriam ser locais e utilizarem a ambiência digital como uma das formas de comunicação). Nessa prévia chegou-se ao conhecimento de um fenômeno bem comum na Espanha e

---

<sup>241</sup> <http://www.expo92.es/principal/index.php>

<sup>242</sup> Esta expressão será explicada mais à frente.



raro em Curitiba<sup>243</sup>: as ocupações de casas vazias para se tornarem centros sociais autogeridos (autogestionados) e lugares de encontro e reunião de movimentos e associações. Ainda a partir do Brasil e a título de planejamento, escolhi dois desses coletivos chamados de *Centros Sociales Okupados Autogestionados (CSOA)* “*La Huelga*” e “*El Pumarejo*”<sup>244</sup>. Os dois coletivos estavam funcionando em casas históricas de Sevilha. No *La Huelga* as reuniões aconteciam todas as segundas-feiras à noite, segundo informação no *site* do *CSOA*. Ambos reuniam movimentos sociais de diversas bandeiras: feministas, vegetarianos, de estímulo à cultura, entre outros. No plano, as explorações iniciais realizadas no ambiente digital permitiam ver que os dois coletivos eram muito atuantes, possuíam blogs e *websites* atualizados, tendiam a motivar a mobilização por meio do ambiente digital e tinham ligação com o *site Indyamedia Estrecho*, o *Centro de Mídia Independente da Espanha*.

Chegando em Sevilha, comecei a desenvolver meu trabalho em duas frentes: buscar comunicadores inseridos em Movimentos Sociais para realizar os primeiros contatos e poder selecionar alguns para essa quarta fase exploratória e explorar os repositórios teóricos tanto da biblioteca da Universidad de Sevilla e do grupo de pesquisa *Compolíticas* ao qual meu co-orientador estava ligado. Além disso, o contexto específico do momento que a cidade de Sevilha vivia – os efeitos do que toda a Espanha estava sofrendo - me traziam diversos sinais de que eu deveria mergulhar nele antes de mais nada. E ali eu entendi que cinco meses não seriam nada perto do mundo de informações que eu tinha pela frente. Por isso, aqui estão as pequenas fatias de um todo, pequenas “lascas” de um mundo de informações e de entrelaçamento de percepções que se relacionam com o problema de pesquisa aqui proposto, mas que não se pode dizer que foi esgotado. Ali tive um contraponto que me ajudou a ver com outros olhos o que estava acontecendo em Curitiba.

### 6.1.1 Chegando ao contexto

A primeira semana em Sevilha já me deu pistas das pré-noções que eu tinha antes de ir para lá. Primeiro tentando entender um pouco da crise econômica que assolava o país e a lógica com que o povo entendia essa crise (já que sabemos que a explicação

---

<sup>243</sup> Em São Paulo essas ocupações são mais comuns, realizadas pelo Movimento dos Sem Teto, Movimento dos Sem Moradia ou Frente de Luta por Moradia.

<sup>244</sup> <http://www.pumarejo.es/?width=1280>

adequada é bem mais complexa, mas as razões se voltam para decisões políticas, bancos e ciranda financeira). Duas arquitetas brasileiras que estão morando lá, Glenda Dimuro, que faz o doutorado na Universidad de Sevilla estudando as hortas urbanas e Luciane Mendes Leal, que é casada com um sevillano e trabalha em um bar, tentaram me dar um apanhado geral de como estavam as coisas. Dessa conversa informal, duas ideias ficaram mais tempo para serem digeridas: a primeira explicava sobre os investimentos realizados pelo governo no âmbito da promoção do emprego que não foram assim tão adequados do ponto de vista das arquitetas:

Imagine duas cidades no interior do país. Eles resolveram construir duas estradas, às vezes três estradas ligando as duas cidades simplesmente porque havia dinheiro e porque aquilo gerava emprego. Hoje essas estradas não são usadas e não possuem manutenção. Estão ali. Outra questão que salta aos olhos é a “obrigatoriedade” de todas as cidades terem o seu aeroporto. Um baita investimento que hoje ninguém praticamente usufrui porque as companhias aéreas não vêm como lucrativo. Outro grande investimento que vemos como dinheiro jogado fora. (Glenda Dimuro<sup>245</sup>)

Esse “cenário” era partilhado pelo professor de Ciências Políticas da Universidade *Pablo Olavide*, Jesus Sabariego, quando tentava me explicar uma mudança que estava acontecendo nas universidades. “Há um tempo os jovens não precisavam estudar. Um pedreiro ganhava 3 mil euros por mês trabalhando em construções em geral. Tinha um super carro, pagava uma casa decente e o consumo estava altamente estimulado.”<sup>246</sup> Segundo o professor, esse mesmo jovem estava desempregado – os índices, quando cheguei lá em outubro, já superavam os 50% de desempregados entre jovens<sup>247</sup> – e lotava as universidades atrás de bolsas de estudo. As mesmas que o governo estava planejando “recortar” ou suspender<sup>248</sup> no final de 2012.

Os sinais da crise econômica estavam em todos os lugares. Muitas lojas e empresas em geral estavam fechadas. Edifícios em pleno centro histórico abandonados. Imigrantes deixando a cidade. Mas ainda assim, foi difícil entender algumas questões culturais, que dizem ser específicas da localidade. O Estado de Bem Estar buscado na Espanha e em toda a Europa promovia seguros-desempregos e garantias de alguns

<sup>245</sup> Conversa informal em 12 de outubro de 2012.

<sup>246</sup> Programa Salvados: “cuando éramos ricos” [https://www.youtube.com/watch?v=W9MY\\_7KVCyE](https://www.youtube.com/watch?v=W9MY_7KVCyE)

<sup>247</sup> <http://blogs.estadao.com.br/radar-economico/2012/04/02/desemprego-entre-jovens-na-espanha-supera-50-pela-1%C2%AA-vez-desde-1986/>

<sup>248</sup> Aqui vou usar bastante o vocábulo “recortes” no lugar do que seria as suspensões em pagamentos de benefícios ao povo espanhol. Penso que os recortes, mesmo sendo em espanhol explicam melhor as ações que estavam sendo realizadas. Não era uma suspensão. Era um corte, um recorte do que o povo tinha.

direitos sociais básicos que não são comumente vistos na América do Sul. Ainda em conversas informais soube que, dependendo do tempo de trabalho, os espanhóis poderiam ter até dois anos de seguro-desemprego sem estar produzindo nada, sem precisar trabalhar, mostrando que está buscando, vez ou outra, um trabalho. Ainda, nos tempos de “vacas gordas”, jovens profissionais costumavam trabalhar por seis meses e viajar por outros seis meses, porque eram muito bem pagos, a ponto de poderem se sustentar com as economias realizadas<sup>249</sup>. Essa bonança estava acabando já há algum tempo quando cheguei ali e ainda assim, a impressão que eu tinha, conversando com as pessoas em geral, é que o desespero não tinha ainda batido às portas. Susan, a vendedora de artigos para cabelo que trabalhava na esquina da minha casa e com a qual eu praticava meu espanhol de vez em quando, me disse que estava indo para Cádiz em janeiro de 2013. Ganhava 800 euros ali – um bom salário – mas não estava feliz. Perguntei se ela já tinha visto um emprego lá e por isso estava indo e ela me respondeu que não, mas que ia encontrar algo. Que podia cobrar “el paro<sup>250</sup>” e iria ver lá o que faria da vida. A reflexão que eu fazia como sul-americana era que a menina era, no mínimo, louca. Mas eu estava somente entrando e tentando entender um pouco o que era, enfim, aquele Estado de Bem Estar Social<sup>251</sup> que estava na mente das pessoas, mas que elas estavam perdendo. Enfim, não havia um noticiário que não falasse sobre os planos relacionados aos recortes – o governo estaria retirando os benefícios e isso será visto nas entrevistas realizadas – mas o fato mais marcante que estava acontecendo eram os “desahucios”, ou desalojamentos. Veremos mais a frente que esse problema específico, em meio a essa dinâmica de diversos outros problemas que a crise geral trouxe, foi o que alimentou os principais movimentos sociais estudados nesse período.

A Espanha possui um dos conjuntos de leis hipotecárias mais protetivos a bancos no mundo, no que se refere ao financiamento de um imóvel<sup>252</sup>. Sem entrar nos meandros jurídicos da lei e nos detalhes, vamos à explicação na prática. Uma família qualquer resolve assumir a hipoteca de uma casa antes da crise. Como o mercado estava

---

<sup>249</sup> Bruna Colchón – brasileira, bailaora, vive em Madrid há seis anos, me contou que foi testemunha desse processo.

<sup>250</sup> Seguro-desemprego

<sup>251</sup> Há algumas questões a se discutir em relação ao Estado de Bem-estar Social. A princípio esse é um conceito que prevê que o Estado é a instituição reguladora das relações e que pretende-se além de garantir os direitos básicos aos seus cidadãos, como saúde, educação e alimentação, regular as relações de mercado. Nações que possuem esse tipo de organização são as da Escandinávia, como a Noruega e a Finlândia. Vendo do Brasil, a Espanha, por meio de políticas públicas, provê (Estado providência) muito mais do que pode-se atestar no Brasil, mas a simples não garantia da moradia, pode colocar esse conceito por terra.

<sup>252</sup> Ver Ley Hipotecaria -decreto de 8 de febrero de 1946.

em franca expansão e os imóveis se valorizando de maneira rápida, os bancos ofereciam hipotecas sem a necessidade de valores de entrada e com prestações que iriam aumentando no decorrer do tempo. A partir de 2007<sup>253</sup> quando do início da crise até o início de 2012, 400 mil famílias haviam sido retiradas de suas casas porque perderam seus empregos com a crise e não puderam honrar as prestações do empréstimo. O problema é que, com o preço desvalorizado desses imóveis, devolvê-los não pagava o débito, fazendo com que a família ficasse sem casa e ainda em dívida com o banco. As pessoas de Sevilha em geral, que tentavam explicar a conta, diziam que a lei hipotecária era muito antiga e que há tempos está se pedindo que modifique para algo mais justo para ambos. Mas na atual situação da Espanha os problemas tomaram rumos tão absurdos que suicídios estavam se repetindo por todo o país por pais de família ou casais que perdiam suas casas.<sup>254</sup>

Dessa problemática específica podemos ver nascerem diversos movimentos sociais cuja configuração responde ao conceito explicitado por Touraine (1998), aquele em que um movimento social origina-se em um conflito gerado entre dois grupos de interesse e é normalmente estabelecido quando da privação de direitos básicos de determinada parcela da população. Em nível nacional, nasce a *Plataforma dos Afectados por las Hipotecas* e a proposta de lei de iniciativa popular que propõe a “dación em pago” isto é, a devolução do imóvel quitaria, pelo menos, o débito<sup>255</sup>.

Em Sevilha, localmente, este problema dos “*desahucios*”<sup>256</sup> provocou a ocupação coletiva de imóveis sem uso e sem comercialização que chamavam-se de *corralas*. Sevilha, enquanto essa investigação estava sendo feita, possuía três *corralas* que se destacavam do ponto de vista de comunicação e de mobilização entre mais de 10, somente na cidade: a *Corrala Utopía*, a *Corrala Alegria* e a *Corrala Ilusión*<sup>257</sup>, essa última ocupada no dia 22 de novembro de 2012, em uma região central e praticamente nobre e que teve uma reação violenta da polícia, como poderá ser visualizado nas entrevistas com os comunicadores.

É importante ressaltar que a ocupação de casas no meio urbano para uso de movimentos e coletivos em geral e para moradia é algo que não nasceu com a recente

<sup>253</sup> <http://raquelrolnik.wordpress.com/2013/02/21/crise-das-hipotecas-na-espanha-se-agrava-isso-pode-acontecer-no-brasil/>

<sup>254</sup> <http://veja.abril.com.br/blog/ricardo-setti/vasto-mundo/espanha-suicidios-de-pessoas-que-perdem-suas-casas-por-falta-de-pagamento-tornam-agudo-o-drama-e-levam-a-reuniao-de-emergencia-governo-oposicao-523-familias-sao-desalojadas-por-dia/>

<sup>255</sup> <http://www.quenotehipotequenlavidia.org/>

<sup>256</sup> Desalojamentos

<sup>257</sup> As famílias foram desalojadas em abril de 2013 com o blog avisa: [corralailusion.blogspot.com.br](http://corralailusion.blogspot.com.br)

crise econômica europeia e nem é característica específica dos movimentos espanhóis. Martinez Lopez (2001, p.115) aponta os movimentos de contracultura dos anos 60 como o berço do associativismo urbano na Espanha. Segundo o autor, outros analistas preferem separar vários ciclos de protestos: ditadura, transição e democracia. Assim, a partir dessa análise, a ditadura de Franco foi terreno fértil para os *Novos Movimentos Sociais*, entre eles estando: o urbano-vicinal, o estudantil, e os nacionalismos históricos (apud García, 1989). O autor, a exemplo da concepção que aqui propomos de movimento social, entende que esses coletivos enfrentam as dominações globais, mas atuando de maneira concreta em requisições locais. “Não são misticamente globalistas nem funcionalmente monotemáticos” (2001, p.65). Ele explica que o caso específico da “*okupación*” – no âmbito Espanha – aparece a partir de problemas que a juventude enfrenta com o desemprego, a precariedade e ao trabalho assalariado, juntando-se a aspectos da crise urbana como a especulação imobiliária e a carência de moradias e locais acessíveis à participação da juventude. Esse movimento é uma reação ao que está disposto pelo sistema, é mais uma das lutas. Para López (2001, p.66), o *Movimento Okupa* foi o único que, de maneira não institucionalizada, interferiu no mercado imobiliário, esse mesmo que gerou mais desigualdades sociais e econômicas em torno de direitos básicos, como o da moradia. Mas esse estudo de López refere-se à Espanha como um todo citando, inclusive, ocupações e a criação de Centros Sociais em Madrid e Barcelona. Detendo-se em Sevilha, temos um cenário que traz similaridades, mas também especificidades.

Sevilha é uma cidade que possui mais de dois mil anos, como já mencionado. O espaço público e privado foi se alternando no decorrer dos diferentes povos que ali estiveram, mas recentemente é importante ressaltar algumas das forças que estabeleceram e regularam esse espaço de acordo com quem deveria usá-lo. Veremos que alguns dos movimentos aqui estudados foram formados por essas decisões. García García (2006, p.46), resgata documentos em um estudo histórico sobre o uso dos espaços públicos e mostra que essa sempre foi uma preocupação dos governantes. Em alguns deles descobre que, no começo do século XII, já se pensava na proteção das margens do rio Guadalquivir, por exemplo, em evitar buracos na rua ou ainda planejando que feirantes não se instalem em ruas muito estreitas. Para o autor, o espaço público em Sevilha sempre foi de alto valor:

A lo largo de la historia de Sevilla el espacio público ha tenido un papel capital en el plano político y ciudadano: el simbolismo de foro en la urbe romana, la animación de la medina islámica, el saqueo de la judería, la potencia de la actividad portuaria y comercial con las Indias o el terremoto de 1755, cuando la calle fue refugio de muchos vecinos. Transcendencia que se mantiene en la ciudad moderna, tanto en grandes acontecimientos como las exposiciones iberoamericana y universal de 1929 y 1992 respectivamente, claves para la creación y rehabilitación de numerosos espacios públicos, como en muchos hitos del último siglo, por ejemplo las manifestaciones por el referéndum de autonomía en Plaza Nueva. (García, 2006, p.45).

Díaz (2010) observa que, em 1992, a *Exposição Universal* levou uma enxurrada de investimentos a Sevilha. Esses investimentos, como em qualquer mega evento, não foram direcionados ao aumento da qualidade de vida da população, mas evidentemente possuem características de autopromoção e estímulo ao empresariado urbano. Os esforços dos agentes sociais hegemônicos, em nível local, foram encaminhando Sevilha a uma transformação em lugar-mercadoria a partir da década de 1990. Dentro desse processo, a gentrificação – noção que fui conhecer somente lá – começou a se tornar presente na cidade. Díaz explica que a palavra “gentrificación” vem do inglês e faz referência ao radical *gentry*. O significado de *gentry* é: pessoa de status social elevado. Ainda segundo o autor, essa é uma expressão usada no mundo anglosaxão para falar de processos de valorização de antigos setores urbanos e às dinâmicas de substituição de população que esses processos provocam. Os estudos voltados para esse processo são mais volumosos na segunda metade do século XX. Díaz<sup>258</sup> discute diversas acepções e conceitos que podem tratar da gentrificação, mas há características em comum: determinam um processo em que uma população de baixa renda ou originária da localidade sai do ambiente e este é ocupado por uma outra população de poder aquisitivo maior, mas com a ajuda do Estado e do capital.

As principais transformações começam com o século XX em que trabalhadores foram alojados no centro histórico de Sevilha, começando pelo bairro de Triana. Em 1936, a resistência dos trabalhadores contra os militares foi violentamente combatida. Há uma expansão para o sul da cidade por conta da Exposição Íbero-Americana, que acontece em 1929 e que provoca, inclusive, uma mutação na morfologia do rio

---

<sup>258</sup> Sua publicação posiciona os movimentos geográficos e de classe ocorridos em Sevilha e que explicam, de maneira histórica, boa parte da ocupação da cidade e da dinâmica geodemográfica no decorrer dos anos. Aqui vamos nos ater ao que o autor explica em relação ao que foi trazido pelos comunicadores entrevistados e que afete os movimentos em que eles se inserem.

Guadalquivir que tem um braço passando dentro da cidade.<sup>259</sup> Essa mesma exposição motivou a construção de diversos edifícios que estão lá até hoje servindo de consulados, principalmente, e que foram centro de exposições dos países participantes; de grandes avenidas rodeando principalmente a Plaza de España que era o “pavilhão de exposição” da própria Espanha<sup>260</sup> e do parque Maria Luísa que, segundo Díaz, poderia ser maior, mas por causa da especulação imobiliária não foi (DIÁZ, 2010, p.93).

Nas décadas de 1920 a 1950 as construções burguesas concentraram-se ao leste, sul e sudoeste e, como consequência, o centro ou casco antigo começou se desvalorizar e a ser ocupado por classes mais baixas, principalmente nas décadas de 1970 e 1980. A partir de 1980 o mercado imobiliário passou a crescer de maneira rápida e com tendências inflacionárias, levando a sobrepreço. Perto de 1992, a *Exposición Universal* e as *Olimpíadas* promoveram uma alta especulação do mercado, fazendo com que a "bolha imobiliária" tivesse seu decréscimo em 1996 passando o mercado a se recuperar novamente num segundo super ciclo como lembra Díaz (2010) até 2007.

Ainda em 1992, a *Exposición Universal* traz um movimento crítico ideológico da celebração – os 500 anos do espólio da América Latina – e a completa falta de objetivos sociais nos investimentos. Constrói-se um bairro inteiro, uma “ilha” – Isla La Cartuja - com direito, inclusive, a parada do trem de alta velocidade dentro do parque de exposição, além de arquitetura e urbanismo altamente modernos como cabe a um parque tecnológico. Hoje esse bairro, que é só institucional, abriga em torno de 13 mil empregos, muitos deles subempregos e instáveis, e possui vários dos pavilhões em situação de abandono e com paisagismo que denotava linhas arquitetônicas futurísticas sem manutenção. Isla La Cartuja destoa gritantemente do medieval casco antigo, ou centro histórico.

Um inmenso espacio antagónico del casco histórico, una pequeña y postmoderna Brasilia donde frente a las calles estrechas, tortuosas y populosas del espacio histórico, propone otro centro de grandes avenidas de amplios escapes visuales y edificaciones heterogéneas hasta rayar la esquizofrenia, sin ninguna relación fuera de sus aspiraciones trascendentales. Un espacio que se asemeja a una ciudad fantasma, muerta, carente de apropiación. Un monumento al trabajo solitario en una oficina, apenas compensado por el campus universitario allí establecido, y un parque de atracciones que es la idea

<sup>259</sup> O *tour* realizado no edifício da antiga indústria de Tabaco e que hoje é a US explica que os carregamentos de cigarros eram realizados ali do lado, pelo rio.

<sup>260</sup> E as “más línguas” dizem que, no projeto, o edifício era para ser redondo e não a meia lua que hoje é e que por falta de dinheiro não foi finalizado.

del ocio enlatado que defiende la ideología hegemónica. Un espacio público inmenso, de grandes aceras, verde urbano y buenos equipamientos, que sin embargo resulta ser impotente a la hora de conseguir que los sevillanos se apropien de él. (DÍAZ, 2010, p.139)

Essa impressão de “cidade fantasma” para esse bairro inteiro acabei tendo quando, buscando os “rocódromos” ou as paredes de escalada de Sevilha, descobri que uma delas era do lado do Campus da US que abrigava os cursos de comunicação, na Isla Cartuja. Essa parede de escalada foi construída em 2010 por um grupo de escaladores e é considerada a maior parede artificial de escalada do mundo. Ela situa-se embaixo do viaduto do Alamillo e é realmente um lugar interessante para escaladas<sup>261</sup>. Mas fora os carros passando em cima e o estacionamento, não há nada de movimento de pessoas. É um lugar altamente amplo e isolado que, em pleno dia, não testemunha nenhum pedestre<sup>262</sup>.

Aqui cabe colocar algumas informações também colhidas em conversas informais e que convergem em sentido quanto à memória que alguns sevillanos têm do evento. Quando perguntei sobre a segurança da cidade, ouvi que, para a exposição de 1992 o centro da cidade e a Isla Cartuja precisavam estar “limpos” do perigo para os turistas. E o que houve foi uma ação não só de gentrificação imobiliária para mudar o cenário do centro histórico, promovendo a fixação de mais hotéis, principalmente, mas também uma “guetização” do crime e da prostituição, empurrando-os para um bairro chamado “3 mil”. Sobre esse bairro recebi avisos contundentes para não me aproximar, como se tudo de ruim da cidade estivesse lá localizado.

A partir desse desenho esboçado sobre aspectos históricos da cidade de Sevilha vamos nos deter ao centro histórico, na Alameda Hércules (que também está na fronteira entre o centro histórico e o bairro de Macarena) e na localidade onde se encontra o *Centro Vecinal del Pumarejo*, numa área também ao redor da rua Feria. Díaz explica que uma das formas de acumulação de capital mais representativa da cidade pós-industrial mediterrânea passa a ser a requalificação dos espaços históricos, esses mesmos que podem oferecer a gentrificação, a exploração turística, a especulação imobiliária e o fomento da indústria cultural. Assim, o abandono do centro histórico nas décadas anteriores permitiu operações de reforma do espaço público, como a Alameda e a Plaza de La Encarnación e, por outro lado, um aumento da renda fruto da diferença da

<sup>261</sup><http://aprietabicho.blogspot.com.br/2010/02/cuando-se-comienza-cualquier-proyecto.html>

<sup>262</sup> O isolamento do viaduto remete a sensação de insegurança que sentiríamos em lugares amplos e sem segurança no Brasil, como viadutos e terrenos baldios.



renda gerada por um espaço desvalorizado e a gerada pela intervenção reabilitadora (2010, p.154). É dessa forma que a Alameda Hércules, que era um estacionamento com árvores e chão batido rodeado de comércios baratos, dá lugar a um parque moderno, um espaço para *playground* e chafariz saindo do solo para refrescar os passantes nos dias quentes<sup>263</sup>.

Ao redor da Alameda Hércules, os bares que eram pontos de encontro das diversas tribos jovens, dão lugar a restaurantes de grife e outros cafés elitizados, empurrando os bares baratos e as tribos, já clientes tradicionais, para outras localidades como o que aconteceu com El Bárcon, ponto de encontro da minha primeira entrevista com Maca. Um dos lugares que mais mudou depois da Ley Antibotellón, de 2006 foi esse espaço público. A gentrificação tornou-o nobre, caro e de classe média. Assim, os jovens que ali se reuniam pra beber, cantar um flamenco ou tocar um instrumento foram retirados. Na verdade, o espaço para isso não é mais amigável. E para garantir segurança, o posto policial (comisaría) fica também ali. Enfim, a ordem do limpo e do correto, “das pessoas de bem” estaria garantida. Mais uma observação de Díaz em relação à gentrificação dessa localidade e a “venda” como mercadoria:

Resulta indiferente que el producto que se está vendiendo sea totalmente falso. Espacios como la Plaza de Altozano en Triana o la Alameda de Hércules se venden como lugares históricos, relacionados con el arte popular, el flamenco, la farándula y incluso con el lumpen, que tan bien se vende entre la burguesía bohemia; y poco importa que para hacer el lugar habitable para esta clase se haya tenido que barrer precisamente con todo el subproletariado urbano que había generado esa cultura. (DÍAZ, 2010, p.157)

Outro lugar transformado sob muitos protestos foi a Plaza de La Encarnación. Uma praça rodeada de casarios antigos em que tradicionalmente havia 450 barracas do que se chamava “el viejo comercio” de La Encarnación. Díaz (2010, p.144) conta que o projeto de remodelamento da praça começou em 1960 mas, quando foi descoberto o sítio arqueológico romano, tudo foi paralisado. Em 2004, o projeto anterior, que era um edifício com estacionamento subterrâneo, foi substituído pelas Setas ou o Parasol, que hoje se tornou a maior estrutura feita de madeira no mundo. A construção destoa de tudo que está ao redor e não somente por essa razão teve tanta resistência, mas o projeto “se livrou” de boa parte dos comerciantes que antes ali estavam. As 450 barracas se

---

<sup>263</sup> Importa ressaltar que nessa remodelação da Alameda todos os edifícios ao redor da área foram avaliados, a alguns decretado a ruína, houve desalojamentos e remodelações. Por questões econômicas, nem sempre se respeitando uma história de vida de quem sempre ali viveu.

tornaram somente 40 lojas instaladas de maneira luxuosa na parte de baixo dos cogumelos. Yessy, uma das comunicadoras entrevistadas, conta que o aluguel da posição que rodeava os 300 euros subiu para 1200 euros mesmo tendo sido prometido a comunidade que não subiria. Por fim, o complexo ainda possui um restaurante, mirante e, embaixo, um museu com a vila Romana. Tudo explorado por uma empresa privada. Como eu morava praticamente do lado das Setas, era comum conversar com os vizinhos sobre a obra. E as opiniões se dividiam nas conversas que aconteciam na azotea<sup>264</sup>. Claro que quem tinha imóvel ali gostou da valorização e nem se incomodava com sons de *shows* que de vez em quando aconteciam ali. Mas boa parte deles sabia que muita gente teve que “sumir” dali para tudo isso acontecer.

Por fim, outro símbolo que precisa ser citado em meio à rica história da cidade para contextualizar os movimentos sociais ali estudados é o *Palácio Pumarejo* ou *Casa del Pumarejo*, que tem, ao seu redor muita história de mobilização acontecendo na atualidade. Por essa razão, foi possível localizá-la a partir do Brasil como um ambiente onde eu encontraria movimentos que pudessem ser estudados.

A *Casa del Pumarejo* é um palácio do século XVIII. Já foi casa do conde Pedro Pumarejo. Conta-se<sup>265</sup> que depois de comprá-lo, o conde mandou destruir 70 moradias que estavam nos arredores para que o palácio fosse melhor visto. Por essa razão, hoje há uma praça em frente à casa que leva o mesmo nome. Ela também já foi colégio de crianças e depois “corrala” de vizinhos. No final do século XIX, o andar de cima do edifício foi dividido para fazer mais moradias e o de baixo foi partilhado para servir de comércio.

A principios de la presente década se encontraba en la misma situación que tantos corrales del centro histórico. Una población envejecida y de bajo poder adquisitivo y un edificio deteriorado con la propiedad eludiendo el deber de conservación, esperando que cayese a pedazos o a que no quedase un solo vecino para remodelar el edificio. En el 2006 quedaban sólo nueve viviendas habitadas ya que la propiedad se niega a renovar los contratos y a hacer otros nuevos. Algo similar ha sucedido con muchos de los locales de la planta baja (DÍAZ, 2010, p.318).

<sup>264</sup> Terraço comunitário do edifício que eu morava – onde todo mundo pendurava as roupas - e que dava visão para as setas.

<sup>265</sup> Site da prefeitura de Sevilla e blogs de colonistas da cidade. [http://es.wikipedia.org/wiki/Casa\\_palacio\\_de\\_Pumarejo](http://es.wikipedia.org/wiki/Casa_palacio_de_Pumarejo); <http://www.iaph.es/patrimonio-inmueble-andalucia/resumen.do?id=i19439&ids=410910428>

Mas, diferente das outras localidades, a *Casa del Pumarejo* ganhou uma associação de vizinhos – a *Plataforma dos Vizinhos de Pumarejo* - que resolveram lutar primeiro para que parassem os desalojamentos e que o edifício não fosse convertido em hotel. Depois, se solicitou a expropriação do edifício dos seus proprietários porque esses não o estavam conservando como era previsto. Outra vitória foi a declaração do edifício como monumento e, mais tarde, como Bem de Interesse Cultural. Em 2004, a parte de baixo começou a ser ocupada pelo *Centro Vecinal de Pumarejo*, que eram os vizinhos dos arredores.

Atualmente, *Pumarejo*<sup>266</sup> é ocupada pelos vizinhos tradicionais que ainda moram ali, os nove resistentes, e a parte de baixo é usada por diversos grupos e movimentos, mantendo salas de reuniões, biblioteca e diversos tipos de cursos e de capacitações. As organizações ao redor da casa foram se fortalecendo e não se pode dizer que há uma associação que defenda a casa, mas sim, que há pessoas e diversos movimentos que se integram ao redor da casa e da necessidade de realizar a manutenção da mesma, como se fosse um símbolo de resistência. A comunicação/divulgação da casa é realizada por diversos militantes que se ajudam e se organizam em comissões e a última mobilização girava em torno de conseguir materiais e dinheiro por meio de um *crowdfunding*<sup>267</sup> para a compra de materiais, pois a obra seria realizada pelos próprios associados.

A *Casa del Pumarejo* é um dos exemplos de organização urbana que conseguiu barrar o processo de gentrificação pelo menos ali, na casa. E hoje pode ser vista como o símbolo e local de reunião e de luta entre os movimentos de Sevilha, de diversas temáticas e de variadas demandas. Foram diversos os momentos que estive na *Casa Pumarejo*, diversas mobilizações e encontros aconteceram partindo dali. Uma delas foi a que mostrou a não-institucionalização dos movimentos. Quem quiser participar é bem-vindo não importa se pertence a algum movimento ou se estabeleceu com alguma função. Há comissões que trabalham com diversas frentes e uma delas era o *grupo do afeto*<sup>268</sup> que estava preocupado em renovar as plantas da casa, que também não têm dono. Estão ali. Fui ajudar. Apresentei-me e vi que ali poucas pessoas se conheciam de

<sup>266</sup> <http://www.pumarejo.es> ou [www.facebook.com/pumaruge](http://www.facebook.com/pumaruge)

<sup>267</sup> Fundos de coletividades para financiar projetos. É uma iniciativa recente em que um grupo grande de pessoas, doando um pouco de dinheiro cada, consegue financiar projetos de grande custo. Esse é o exemplo de um site de financiamentos coletivos brasileiro: <http://catarse.me/pt>.

<sup>268</sup> Havia vários tipos de grupos que se mobilizavam para assuntos diversos. Alguns cuidavam das comidas em geral, outros das manifestações e pelo que me parece, esse era um grupo que cuidava do afeto. Nos sábados quando havia reuniões de pessoas e feira na praça na frente da Casa Pumarejo, as integrantes desse grupo distribuíam abraços.

antes. Elas chegavam e ajudavam a partir de um aviso de outro amigo. Mesmo assim, em outras mobilizações vi rostos repetidos. A exemplo do que acontece no Brasil, os militantes sempre são os mesmos, quem está envolvido em uma causa está em outras e, assim, a comunidade acaba se fortalecendo. O sentido construído ao redor do *Pumarejo* era de contribuir e de ajudar e boa parte dessa sensibilização acontecia pelas mobilizações e pela comunicação provocada também nos veículos de massa, muitas vezes pelos comunicadores que entrevistei.

A *Casa Del Pumarejo* é tão congregadora de forças que a moeda social mais famosa na Andaluzia é o Puma, inspirado no nome da casa e no trocadilho do animal felino, o puma. Por essa razão, o nome na página do *facebook* é *Puma Ruge*, para dar a noção de que esses grupos ali ao redor da casa estão rugindo por melhores condições em diversas instâncias. Praticamente em todos os finais de semana são realizadas feiras de troca na praça em frente a casa. Passeatas das diversas *corralas* se encontram ali também.

Bem, assim que comecei a buscar informações para poder decidir sobre os possíveis entrevistados que participariam da entrada exploratória em Sevilha, fiquei sabendo que o *CSOA La Huelga* tinha acabado de ser desalojado, me restando poucas opções das informações que trouxe do Brasil. A ideia, então, era buscar a *Casa Pumarejo* que integrava diversos movimentos. Ao mesmo tempo, entrei em contato com alguns comunicadores que foram indicados pelos integrantes do grupo de pesquisa *Compólicas*<sup>269</sup> e que tinham uma boa entrada com esses atores sociais. Não havia tempo para fazer a minha seleção já que a coleta de dados precisava se iniciar muito rápido por conta das possíveis agendas de fim de ano. Ouvi também de outros estudiosos dos movimentos que a *Casa Pumarejo* em si já estava sendo estudada por diversos *vieses* e que havia outras casas, outros *CSOA* que poderiam servir de base para a procura dos comunicadores a serem entrevistados. Assim, deixei de lado a *Casa* como possível cenário de seleção de comunicadores para a minha pesquisa, mas durante a coleta de dados praticamente tudo me levava a ela novamente. Por essa razão a contextualização. Ela será citada nas entrevistas.

## 6.2 Chegando nos comunicadores

---

<sup>269</sup> Grupo de pesquisas integrado pelo meu co-orientador e outros pesquisadores da Universidad de Sevilla.

A partir da reflexão realizada na banca de qualificação, que sugeria focar os esforços em recuperar as trajetórias das práticas dos atores comunicantes tendo os movimentos sociais como braço norteador, resolvi que iria receber as indicações de comunicadores de Movimentos Sociais de Sevilha que estariam atuando, podendo ser formados na universidade ou não e que se relacionassem/trabalhassem com movimentos locais usando de maneira prioritária o ambiente digital para realizar seus trabalhos de divulgação. Assim, teríamos parâmetros similares aos de Curitiba para poder selecionar os entrevistados. Esse último item não foi difícil. Por questões contextuais de acesso facilitado à internet, a comunicação de praticamente 90% dos movimentos locais era realizada de maneira digital. Exemplo disso foi o rastilho de pólvora chamado *15M*, do que já falamos um pouco e estará presente nas entrevistas.

Foram em torno de seis comunicadores indicados de início, mas muitos deles trabalhavam em equipes no mesmo movimento ou, ainda, em movimentos fora da cidade. Desses, foram selecionados quatro que, ao meu ver, poderiam representar distinções em termos das ações comunicativas dos movimentos que borbulhavam na atualidade. Foram dois rapazes, “Ozecai” e “Juanjo”, e duas mulheres: “Maca” e “Hazeina”. As formações eram diferenciadas, o que trazia diversidade à amostra em termos deste aspecto. Com cada um foram realizadas entrevistas que duraram em torno de duas horas, com o roteiro de questões anteriormente preparado para a última exploratória em Curitiba, mas que foi traduzido e adaptado depois de discussões com a orientadora.

Importa ressaltar que todos os comunicadores foram bastante solícitos em atender ao pedido da entrevista, apesar de serem muito ocupados, e que o roteiro de perguntas serviu somente como um norte, como uma possibilidade, o que se preferiu foi dar vazão ao que os comunicadores traziam, inclusive para ajudar a construir o contexto onde estavam inseridos, já que o tempo para conhecer a fundo leis, necessidades, cultura e relações político-econômicas e sociais era realmente escasso. A cada contato realizado por email para o agendamento da entrevista, já era perguntado quais os movimentos aos quais esses comunicadores se ligavam para uma exploração dos produtos de comunicação publicados na Internet.

### **6.3 A coleta de dados**

Para realizar a coleta de dados, tive algumas dificuldades em tomar decisões sobre o quanto deveria estar junto dos movimentos e das mobilizações. Como Sevilha estava fervilhando com os desalojamentos de famílias inteiras de suas casas e esses comunicadores estavam envolvidos com questões bem práticas dos movimentos não me sentia à vontade de simplesmente entrar em uma caminhada como alguém de fora que está lá para passar um tempo, sem um compromisso maior. Mas via a necessidade de observar para poder entender. Como ser humano/militante a luta me doía, eu queria estar com eles, como pesquisadora sabia que tinha me proposto a fazer várias coisas que, se não tivesse disciplina, não conseguiria cumprir. Assim, no início de novembro eu já tinha percebido que o tempo estava passando rapidamente e que deveria investir de maneira agressiva na coleta de dados, nas entrevistas. A busca teórica que vinha até então fazendo para me situar, caso me faltasse, eu poderia buscar depois com certa ajuda. Mas as entrevistas relacionadas ao momento e às trajetórias dos comunicadores eu precisaria fazer pessoalmente. Por essa razão, deixei de lado os conceitos de movimento social e de ambiência digital que pesquisava na biblioteca e fui atrás dos comunicadores, que claro, bem ocupados, estavam sem agenda.

A primeira a ser entrevistada foi Maca, que acabou desmarcando comigo duas vezes porque era a semana da *Huelga General*<sup>270</sup> (14 de novembro) e por causa das mobilizações em relação à *Corrala Utopia* – movimento o qual ela assessorava. Marcamos para o dia 16 de novembro, uma sexta-feira, mas houve uma concentração/acampamento de famílias da *Corrala Utopia* em frente à sede da Ibercaja, no centro turístico de Sevilha, do outro lado da rua da Reitoria da US. Ela precisaria estar lá. Já que eu tinha tudo preparado para entrevistá-la, resolvi aplacar a ansiedade indo lá para ver a mobilização. Sem conhecê-la, fui me aproximando, ouvindo, entendendo e, quando notei, já estava há três horas pedindo assinaturas dos passantes na rua explicando as situações dos desalojamentos. Ali pude entender o entrelaçamento dos movimentos e das associações e o poder do simbolismo das falas, dos significados. Estava frio. Houve uma roda de declarações e movimentos feministas, de trabalhadores, associações em geral resolveram verbalizar o apoio à *Corrala*. Comida e outros insumos vinham de vários lugares. E as famílias ficaram em frente à sede da Ibercaja, o banco

---

<sup>270</sup>A greve geral que mobilizou um número assustador de sindicatos e associações e que percorreu a cidade com em torno de 40 mil pessoas. <http://www.cnt.es/noticias/sevilla-huelga-general-14n-primeravaloraci%C3%B3n>; <https://www.diagonalperiodico.net/andalucia/voce-huelga-general-sevilla.html>; <https://www.diagonalperiodico.net/andalucia/40000-manifestantes-sevilla-y-huelga-empieza-trascender-sector-industrial.html>

que poderia negociar com eles a possibilidade de ficarem no imóvel que ocuparam porque estava vazio. As famílias não queriam favores. Queriam negociar um aluguel adequado e a possibilidade de morar ali. O que se percebe é que se lutava contra a falta de senso de ter tantos prédios vazios com tanta gente sem casa para morar. Um “conflito” local e atual.

As entrevistas todas foram realizadas no final de novembro, em lugares diferentes, muitas vezes indicados pelos comunicadores.

## 6.4 Os comunicadores

Dois homens, duas mulheres. Um formado em *Jornalismo*, um formado em *Publicidade*, uma formada em *Jornalismo* e outra com *Cursos técnicos em audiovisual*. As Idades variaram de 29 a 34 anos. Os dois homens têm vida estável, sem casamento no papel mas vivendo com namoradas. Um tem filha<sup>271</sup>. As duas mulheres vivem sozinhas. Uma com o cachorro. Nenhum deles nasceu em Sevilha. Todos moram em Sevilha e estão inseridos em movimentos locais. Muita coisa em comum entre eles. E especificidades interessantes em relação ao sentido que dão para a comunicação que deve transformar.

### 6.4.1 Maca

Na primeira sessão de entrevista, nos encontramos no bar *Él Barcón* que fica em uma região central, mas mais simples e menos turística de Sevilha. Descobri que o local é um bar alternativo, que reúne os movimentos sociais da cidade e que já foi localizado na Alameda Hércules. Vários cartazes sobre grupos diversos nas paredes, sobre ocupações de casas vazias, de grupos feministas podiam ser ali vistos. Havia também camisetas com frases de efeito para vender e o jornal *Diagonal* (alternativo) também estava disponível à venda.

Minha entrevistada chegou com seu cachorro *Pincho*, o labrador negro que tinha acabado de ganhar uma coleira nova, laranja. Com roupas largas, calça saco e bota, blusa jogada por cima, um cabelo vermelho longo com parte raspado e uma franja

---

<sup>271</sup> Nasceu a segunda enquanto eu escrevia o texto final da tese.

curta<sup>272</sup> ela me cumprimentou meio sem jeito, meio tímida. Pediu um chá para a dona do bar que é velha conhecida e sentou-se.

Enquanto fazia as perguntas, ela se mostrava incomodada, como se precisasse encontrar qual era a resposta certa para cada pergunta. Expliquei que faria perguntas do passado, da vida dela, contei da minha investigação no Brasil e um pouco da minha vida. Ela se mostrou disponível e fomos em frente.

Na segunda sessão de entrevista, tínhamos marcado para o mesmo bar mas, chegando lá estava fechado por falta de água. A entrevista foi realizada em uma mesa de outro bar, perto da igreja São Marcos, na rua. *Pincho*, sempre acompanhando Maca, ficou rodeando as mesas e carros por ali. Ela estava mais tranquila em relação a dar-me as informações, talvez porque já soubesse que eu teria entrevistado seus outros colegas – não era mais a primeira nem única.

Maca nasceu em Cádiz (cidade que dista uns 100 km de Sevilla e é litorânea), tem 32 anos e é a única filha do pai e da mãe. O pai acabou tendo outra mulher e ela tem dois irmãos por parte de pai.

Lia muito quando era pequena. Tudo o que tinha por perto ela diz que lia, desde revistas a livros em geral. Não via muito televisão, gostava mesmo de ler. Se fosse para assistir algo eram filmes por meio do canal assinado. Com 15 anos, começou a participar da *Juventud Libertaria (JL)* uma sessão jovem de um sindicato anarquista, a *CNT (Confederación Nacional del Trabajo)*, e participou desse grupo até os 17 anos, quando mudou para Sevilha para cursar a universidade (US). Ainda enquanto estava na *JL* leu muitos livros sobre anarquismo. Não lembra de ter tido influência de alguém especificamente no ensino médio em relação a sua escolha militante, mas recorda ter produzido com amigos uma revista que criticava determinados processos sociais. No ensino médio, era sempre a líder da classe, a que organizava as greves. Não localiza o motivo real de estar militando "*(rindo) No sé. Tú estás viendo las cosas y tampoco te puedes quedar quieto. Si, y además creo que siempre coincidió que hemos ajuntado (las personas que quieren cambiar)... Si, vamos coincidiendo, entonces, por bueno, vamos hacer algo...*"(Maca, 2012)

Não entende claramente porque se envolveu com a JL quando era mais jovem. Em casa ninguém falava de política, segundo ela. A mãe sempre trabalhou na área

---

<sup>272</sup> Mais tarde fui atrás do estilo para poder nomear a tribo a que se vinculava; descobri que é possível classificar tal estilo como *perro-flauta* (um flauteiro de rua que anda sempre *com* um cachorro ao lado e tem um estilo bem específico de vestir, quase como um *hippie*) ou *cani* (que aqui seriam os vileiros).



administrativa de um hospital e o pai tinha um pequeno negócio de venda de lâmpadas. Com o advento dos grandes supermercados, ele acabou tendo que mudar de ramo pois perdeu os clientes. Hoje trabalha no departamento comercial de uma grande empresa. A mãe entrou na internet antes dela. Preocupa-se com a filha e com que se envolve, mas sabe que não pode interferir. Maca se sente responsável pela mãe e, por isso, diz que nem sempre conta tudo o que acontece com ela, como por exemplo quando houve a ocupação da *Corrala Ilusión* em que a polícia enfrentou os manifestantes com cacetetes e ela e *Pincho* estavam no meio. O pai já vê com mais tranquilidade. Pensa que se ela está feliz, está tudo bem.

#### 6.4.1.1 Cultura profissional/trajetória/consumo midiático

Em Sevilha, aos 18 anos, depois do preparatório, Maca foi cursar *Jornalismo e Produção Audiovisual* na *Universidad de Sevilla*, mas se decepcionou com os conteúdos oferecidos:

A mí me gustaba escribir. Y la fotografía, desde chica... pero el principio me gustaba ser periodista. Lo que pasa es casi en principio al entrar en la facultad, no me gustaba lo que enseñaba en la facultad. [Por que?] Existe mucho la idea de que el periodismo tiene que ser la actividad periodística... Las noticias, muy central, y sonaba mal, bastante falso, la actividad periodística ny un sitio, evidentemente tu siempre está tomando una posición y otra... entonces... y había cosas que era muy mecánica, muy lo que pasa es que después había... Lo que pasaba es que no llamaba la atención de pasar escuchando en 8 clases diferentes que la comunicación consiste en un emisor, un canal y un receptor. Cuando empezaba a ver comunicación para el desarrollo a mí me gustaba más, empezó a me interesarme mucho más. Que eso que me interesaba: entender la comunicación como un proceso, una cierta forma de... [cambios]. Claro. (Maca, 2012)

Foi dessa forma que Maca entrou para o grupo de pesquisa do prof. Francisco Sierra e ali teve contato com a internet a trabalho, quando ficou responsável por tabular dados de revistas e outros periódicos de comunicação. Mas na verdade, quem a apresentou à internet em 1997 foi a mãe, que aprendeu a lidar com os *chats* e pediu para a filha abrir um email para poderem se comunicar.

Enquanto estava na faculdade, seu consumo midiático era de periódicos um pouco mais politizados, alguns assinados, e TV só via no refeitório da universidade durante os almoços porque não tinha em casa. Na verdade durante a entrevista pareceu

que ela não sentia falta de televisão, porque lembrou como que de repente que não tinha TV nessa época.

Si porque aquí, si no corriera el *ABC* era un periódico demasiado de derecha, y *El País* tampoco que fuera (bom, imparcial)... y.... durante una época sí que empezaba a comprar al *Diagonal*, pero a esa época, era *Molotov*, que era el precursor de *Diagonal*... y así...llegaba como una subscripción y llegaba a casa. (Maca, 2012)

Depois de formada, Maca resolveu ir passar um ano em Londres. Morou em uma casa ocupada, inclusive onde levou a mãe, que foi visitá-la e se envolveu com movimentos anti-globalização, além de fazer um curso de *Final Cut*<sup>273</sup> em que um documentário era o produto final.

Voltou à Sevilha e foi trabalhar para a prefeitura de Palomares Del Rio (povoado próximo) em um projeto de participação cidadã. A ideia era fazer um plano de organização urbana em que a comunidade realmente participasse e, junto com a equipe, Maca estava encarregada de trabalhar a estratégia de comunicação para envolver os vizinhos do bairro. O plano era resistir de alguma maneira a toda exploração imobiliária que acontecia com um crescimento fora do controle. Segundo Maca, havia povoados que triplicavam suas populações em quatro anos. Então, o que ali se pretendia (o governo era da *Unión de Izquierda*) era que o povoado fosse desenhado pelos próprios moradores. Ela ficou no projeto por dois anos e meio e avalia como positivo o resultado porque foi um dos poucos povoados em que não se construiu em absolutamente toda a área.

O trabalho seguinte de Maca (importa ressaltar que de maneira voluntária ela sempre estava envolvida em diversas outras empreitadas com movimentos sociais que explicaremos mais adiante) foi no canal de *TV Canal Sur*. Era a roteirista de um programa de leituras: *El público Le*. Nas palavras dela: “eu estava muito feliz ali! Tinha que ler um montão!”<sup>274</sup> Em geral, os contratos duravam dois anos porque as empresas legalmente podem considerar como temporário um contrato com esse tempo. Depois disso ou se contrata definitivamente ou se demite. Como a ideia era trocar a equipe por estagiários, ela foi desligada.

Foi, então, trabalhar na comunicação do gabinete do *PSOE (Partido Socialista Operário Espanhol)*. Ali teve algumas dificuldades pelas questões voltadas à militância.

<sup>273</sup> Software de edição de vídeos.

<sup>274</sup> Tradução livre da autora.

Mesmo sendo de tendência esquerda, o partido deixava a desejar no que Maca entendia ser como coerência. Nesta posição, o estabelecimento do que era militância ou técnico na função de comunicador ficou claro para ela. Sua função era fazer convocações de imprensa, fazer vídeos em geral, outros para colocar na internet, atualizar os perfis do partido nas redes sociais e, no final, ainda escrever os discursos dos políticos.

Maca: En teoría eran 33 horas a la semana (6 a 7 por día), lo que pasa es que la práctica, muchos fines de semana estaba abierto, hacía todo...(…) Cuando empezaba la campaña, empezaba un año antes... Entonces hubo un momento que íbamos subiendo el ritmo del acto, y practicamente casi todo los fines de semana había algo. Tuve dos años trabajando allí y ya hubo un momento que, un cambio de jefe, entró gente nueva que estaba un poco más en planes de tener que sacrificarse por el partido (está muy bien, pero yo soy una trabajadora no soy militante), practicamente, toda la gente que teníamos contrato temporal, a los 2 años, o te hacen fijo o te despiden. Entonces nos despedieron a todos. Hasta le equipo que estaba cuando yo entré, si. 4 o 5 salieron...

Nívea: Estamos en un punto muy importante: como tu separas las cosas de ser militante o trabajadora? Como lo hacías?

M – Pues, mal, eso estaba mal, porque tenía mucha esquizofrenia.

N – Para ti no es bueno que separemos?

M – Es bueno si mi trabajo fuera meramente técnico. Si yo simplemente tuviera que grabar el vídeo. Pero llega un momento que va teniendo más competencia. Yo, en un principio, grababa video, después tenía que llevar los perfiles en redes sociales para internet, con lo cual tengo que interactuar con gente para vender una moto que yo no me creo. Entonces allí ya empieza a... sabe? Yo te puedo asesorar de cómo hacer con los perfiles y tu después lo gestionas como queiras... Entonces ya había ciertas cosas que ahí...

N- Se contradecían...

M – Claro, que se contradicen. Tengo que defender lo que me creo.

N – Tu eres una actriz, entonces... (risos)

M – (risos) Mal! Una actriz mal! Si, si, y a parte también que ha llegado un punto que practicamente, claro, que muy diferente porque era un partido. Entonces muchos de los trabajadores de la sede son militantes del partido. Entonces llega a un punto que, vamos, tiene como una doble vida, que yo realmente no cuento lo que pienso allí.

N – No podías hablar nada, ni criticar?

M – Si, se puede criticar pero de una manera muy... Dentro de lo que cabe, nosotros nos quedamos en el departamento de prensa éramos 3 o 4 que éramos como los técnicos, nosotros somos trabajadores e no tiene porque ser militantes del partido. Pero se supones que tú estás allí, tiene que como una confianza que tu tienes acceso a todo los materiales, todo los argumentarios, que no tiene una línea muy diferente, se supone... Vamos... Yo intentaba no hablar mucho, pero siempre: “tu como eres muy radical”... (Maca, 2012)

A comunicadora revela com a descrição do trabalho no PSOE que amadureceu a reflexão e o processo em relação militância/trabalho técnico na comunicação. Depois de

sair dali, ficou um ano “em paro” (seguro desemprego), fazendo diversos trabalhos para movimentos diferentes. Depois disso começou um processo de elaboração de uma cooperativa de comunicação para prestar serviços em geral. Aqui vamos focar essa atuação para análise: a cooperativa que ela resolveu montar com um amigo de militância.

#### 6.4.1.2 Cultura política/Militância

Maca se viu envolvida com movimentos quando participou da *Juventud Libertaria*, grupo com tendências anarquistas. Depois disso, chegando em Sevilha, se envolveu com as discussões sobre o *Informe Bricall*<sup>275</sup>, proposto pelo *PSOE* antes do *Tratado de Bologna*, que reorganizou o sistema de ensino superior na Europa a fim de promover o intercâmbio entre os alunos de diversas universidades. Nesse mesmo processo, começou a participar dos movimentos anti-globalização. Mas uma mobilização que deixou marcas foi a que aconteceu dentro da US contra a *Ley Organica Universitaria (LOU)*. De maneira resumida a *LOU*, como era chamada, modificava questões relativas aos processos universitários a fim de se adaptar ao espaço europeu de ensino superior. Naquele momento se reuniram 50 manifestantes que ocuparam a reitoria e, nessa ocupação, uma das portas históricas do edifício foi danificada. Sevilha possui uma legislação rígida em relação ao patrimônio histórico e, por causa dessa mesma porta, boa parte dos colegas de Maca foi processada, suspensa de frequentar a universidade e, até 2012, não sabia se iria para a prisão.

Ela reflete sobre as estratégias e entende que precisa utilizar mais os meios de comunicação para envolver um número maior de pessoas, mesmo que essas pessoas não sejam exatamente militantes. Para Maca, a comunicação precisa atingir também adeptos, o público em geral, para que se sensibilize em relação às causas e façam pressão de maneira mais adequada.

M: Cuando tuvimos la *LOU*, por ejemplo, hubo un momento que iba haber una asamblea de... era una junta de facultad, de universidad, que se decidiría se iba aplicar una de las medidas de la *LOU*. Nosotros entramos en el rectorado y se nos acusó de asalto el rectorado. Hubo gente que fue detenida, a juicio, y eso era de unos de los temas más gordos porque había unos juicios que tardaron 10 años para celebrarse, entonces mucha gente ha estado con el agobio de saber que tenía un proceso judicial que, podría ir a cárcel, por, yo creo que eso.. Lo que pasa es que, justo hace el verano pasado, si celebró el juicio y

<sup>275</sup> <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/uepei/au.html>

salieron al sueltos todos. Entonces, bien, pero tardó 10 años. Pero no siquiera eso lo veo como así, “no deberíamos haber hecho”. No, a lo mejor, deberíamos sido más inteligente en conseguir más respaldo en que se hace no hubiera sido 50 personas, pero si 500. Porque probablemente hubiera habido mucho menos represalias.

M – Bueno ahora, yo creo que tiene que dar la oportunidad, se tu quieres transformar las cosas cuanto más gente mejor. Dentro de unos mínimos de pensamiento... Es claro que vale más con más gente, y más trabajo, porque es más fácil trabajar cuando todo mundo lo piensa lo mismo, de primera. Pero empezar a hacer más fuerzas, mejor conviene hacer 6 meses de asambleas con gente muy diversa pero... hasta llegar en un momento que tiene más gente.

N -Entonces puedo decir que tú piensas que para trabajar en algo que es social tiene que militar, tiene que ser militante?

M – No, no...

N – Tu piensas que una persona de derecha puede hacer la comunicación de la *Corrala Utopia*?

M – No (risos), no. Hay ciertas cosas, claro, que tú tienes que creer lo que está haciendo. Tiene que creer lo que está contando... en cierta...

N – Cual es la frontera entre el técnico y el militante?

M – Claro es que, por ejemplo, si fuera un buen técnico es verdad que tú puedes llevar la comunicación de la *Corrala* o de que sea. Si tú eres un profesional, tú te limitas a hacer... Yo llevo la comunicación en el *PSOE*, y lo hago súper profesionalmente, y no me la creo. Y soy capaz de hacer el mejor perfil, con los videos, sabe todo va estar correcto. Lo que pasa es yo creo que hay un anadino cuando tú crees en un proyecto y este implicado en el tema, hay un poco más allá de lo estrictamente laboral. Yo, en el *PSOE*, soy una técnica que hace me trabajo bien. Ahora, más allá del límites de mi trabajo, no. No quiero saber nada. Yo no voy a implicarme personalmente, ni voy hacer un esfuerzo, ni voy a intentar que... Creo que allí hay la diferencia.

N – La diferencia de qué?

M – De la manera como tu trabajas o de que tú estás dispuesto a dar. Cuando tú te lo cree, estás dispuesto a dar mucho más. No estrictamente: voy a hacer mi trabajo y listo.

Outra militância/voluntariado que Maca desenvolveu enquanto esteve trabalhando no *PSOE* foi em relação à ocupação dos espaços públicos em Sevilha. Importa lembrar do que foi dito antes, nesse mesmo capítulo em relação à gentrificação e a *Ley Antibotellón* que impedia concentrações de jovens para beber e cantar/dançar em lugares públicos.

M – Pues, durante esa época, ahí, estaba en la “Calle es de Todo”. Fue un movimiento que se empezó cuando se sacó la ley anti botellón que la policía empezó a reprimir (montón) casi toda libertad de los espacios públicos, no se podían hacer... vamos, de hecho no se puede... empezó como una ley contra el botellón, pero también se impedía concentración de gente en los espacios que ellos designaban, por ejemplo, la alameda de Hércules...

M - gentrificación... Claro, eso también empezó un poco así. Se empieza ya... De repente se quiere que la alameda sea un barrio un poco más moderno, de clase media, de no sé qué, entonces se empieza

a echar la población tradicional, a los vecinos antiguos, a las putas, que era un barrio *donde* siempre había...(muchas putas) desde hace tiempo e de echo había varios centros (sociales) lo que trabajaba con ellas, de hacer taller, a dar la asistencia y se la empieza a expulsarse de esa zona. Y también se intenta a hacer una limpieza de la alameda cuando se pone la comisaria e se empieza con la ley anti botellón. Pues “La Calle es de todo” intentaba trabajar con el tema de defender el uso del espacio público. Y, también, durante esa época estaba en el *CS La Huelga* y, (...no me acuerdo...) sobretudo en *La Huelga*...

Na atualidade, Maca está desenvolvendo o projeto da Cooperativa de Comunicação *Buenaventura* para auxiliar outros movimentos (tratados aqui como clientes da cooperativa) e também está envolvida nos levantes da *Corrala Utopia*, porque vive ali, além de outras corralas.

#### **6.4.1.3 Movimento Social em que está envolvida**

Na entrevista com Maca resolvi aprofundar a coleta de dados voltada à cooperativa que ela está desenvolvendo com um colega porque os outros movimentos em que está envolvida possuem também o trabalho dos outros comunicadores. É importante aqui se desenhar a organicidade dos comunicadores entrevistados: todos sabem e ajudam em diversas mobilizações, mesmo estando organizados como responsáveis por determinadas missões em cada uma. Por essa razão, aprofundar fazeres de Maca na cooperativa e analisar os sentidos da sua comunicação desenvolvida ali para aqueles clientes não significa que a comunicadora esteja desenvolvendo somente este projeto, mas que foi uma escolha da pesquisa aqui em questão, já que seria impossível para essa pesquisa e com o tempo destinado para estar em Sevilha conseguir entender todas as mobilizações a que cada comunicador estava vinculado e também como dito, porque os outros comunicadores entrevistados estão também envolvidos nesses outros movimentos.

A cooperativa *Buenaventura Comunicación Social* é uma organização composta por Maca e um amigo que entende de programações de *sites* e que, por enquanto, está “ilegal” por conta das altas taxas que o governo espanhol cobra para a organização de uma empresa. No caso da cooperativa, eles precisariam estar pagando 250 euros por mês em taxas. O escritório é alugado de uma amiga que não necessita do espaço em um edifício subvencionado para artesãos (onde se tem a moradia e o ateliê) e o aluguel é de 100 euros por mês. De início, a ideia foi planejada e pensada entre os dois parceiros de negócio para que tivessem em conta quem realmente gostariam de atender e como.

Nota-se um fundo militante e crítico na aplicação desses conhecimentos e dessas estratégias de comunicação, inclusive na escolha dos "clientes" a serem atendidos.

M –Una de las cosas, cuando estábamos decidiendo se montara la cooperativa o no, una de las cosas que teníamos clara era que queríamos trabajar en proyecto que nos sintamos implicados de cierta manera. O, por lo menos, que no estebamos en contra. Que no choque frontalmente con lo que pensamos. Entonces, había veces que, alguna vez... nos ofrecían... Había un chaval que quería hacer una página **web** para recorrer datos de la gente para después mandarles publicidad... No. Lo veíamos... No... (...) No aportaba nada, no era un proyecto social... y encima se estaba aprovechándote como de datos que estaba recorriendo por otro lado por un par de publicidad para sacar dinero de la gente que no tenía trabajo, en realidad... No le veíamos... No parecía muy ético. Entonces, por ejemplo, a él le dijimos que no. No trabajábamos... Tampoco no ofrecíamos muchas cosas con la que no estamos de acuerdo... Si que hablamos, en un principio eso. (Maca, 2012)

Entre os clientes atendidos no momento está uma associação chamada *Unión Romaní* que é um coletivo de ciganos. As temáticas abordadas são para difundir a cultura cigana, aumentar a auto-estima, divulgar cursos em geral e o que existe para esse povo além de, com a comunicação, tentar romper os estigmas que existem nos meios de comunicação regulares. Para esse cliente se está construindo uma página *web* e uma plataforma de trabalho interno. Outro “cliente” é o projeto de uma agência de notícia chamada *Intermedia News* com companheiros conhecidos dos outros movimentos que querem montar uma cooperativa de notícias. Ali também se está desenvolvendo a página *web*.

Uma ideia interessante que também está sendo apoiada pela cooperativa é o *Flamencón*, um projeto que junta turismo e aulas de flamenco. Esse “cliente” quer propor a estrangeiros que visitam a cidade estudar flamenco com a comunidade realmente tradicional e mostrar o que não está no roteiro comercial das agências de turismo em geral. Para esse projeto se está desenvolvendo também uma plataforma na internet.

Claro, que aqui en Sevilla, por ejemplo, se mueve mucho turismo con el flamenco, pero hay muchas veces que los cursos e las actividades son bastante artificiales entonces saliendo al flamenco comercial... nosotros nos movemos por muchos sitios donde hay gente que canta flamenco que cualquiera turista que llegue no va a conocer (Maca, 2012).

Outro projeto em andamento é a comunicação para uma loja de roupas ecológicas. Por meio das etiquetas de roupas pode-se buscar pela internet toda a caminhada que a roupa fez, como foi produzida, onde se colheu o algodão, quem interveio na produção.

Si, está muy guay. Eso también que está empezando, estamos haciendo la pagina web y un poco la aplicación para eso. Y... ah, y otro que conocemos que tiene un hostel pequeñito en Barbata en Cádiz, (un hostel, una pequeña pensión chiquitita...) pues también le vamos a hacer... Eso es que tenemos ahora. Es el momento que más trabajo tenemos (Maca, 2012).

Fazem ainda cartazes para o mercado social, em Pumarejo, e ali trocam por outros produtos que se estão oferecendo na troca solidária. Por fim, algo que está desenvolvendo por iniciativa própria e dos amigos é um *site* em que se pode denunciar os abusos policiais de maneira anônima. É uma maneira de proteger manifestantes (seus próprios colegas das violências que têm sofrido).<sup>276</sup>

A maneira de cobrar depende dos projetos. Como o propósito da cooperativa segue a lógica do sustentável e da economia solidária (mesmo que ela não tenha usado essa expressão) a maneira de cobrar é diferenciada. Ela explica que aos que têm dinheiro, como o hostel, paga-se o justo pela comunicação desenvolvida. Aos que têm algum tipo de permuta, como uma cooperativa de advogados que sempre os auxilia quando há questões jurídicas envolvendo os movimentos sociais, o preço do serviço é bem reduzido, praticamente simbólico, e há ainda os movimentos em geral para os quais os projetos são realizados gratuitamente, como para a *Corrala Utopía*. O que fica claro nessa lista de clientes da cooperativa é que projetos de grandes corporações que não tenham um comportamento social justos não são atendidos. Ela deu o exemplo da *Indra*, uma empresa de tecnologia que contribuiu para a produção de armamentos. Houve a proposta de trabalhar para eles, mas declinaram.

#### **6.4.1.4 Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador**

Maca é autodidata. Pelo comportamento durante as entrevistas, percebe-se que não é o tipo de pessoa que fica parada. Gosta de explorar, de pesquisar, de entender. Boa parte do que sabe em estratégia de comunicação aprendeu sozinha e com a

---

<sup>276</sup> <http://www.librerred.net/?p=30506>



experiência. O curso que fez, fora os conhecimentos da faculdade, foi o de edição em Londres. O restante foi tudo por meio de tutoriais ou vendo os colegas (o sócio, agora) fazer.

Es de toquetear... No, a mi me gusta a leer tutoriales y toquetear. Yo me acuerdo, por ejemplo, hombre, yo creo (pensando)... no, de *photoshop* aprendí con un libros y tutoriales, a editar video igual, con libros y tutoriales, HTML, lo aprendí leyéndome tutoriales... Por ejemplo ahora en la cooperativa hago un montón. (feliz, satisfeita) Hago página web. Yo hago con Drupal, hace 3 meses, yo empecé a aprender en agosto. Yo no tenía ni idea de hacer pagina web con Drupal<sup>277</sup>. Lo que pasa es que, como se nos estaban acumulando las páginas web y Albert estaba ya agobiado... me voy a poner!! Empecé a leer los tutoriales, a mi me gusta mirar los foros y como se soluciona (y preguntar, y contestar) Claro... (Maca, 2012)

Em relação ao fazer a comunicação nos movimentos, Maca entende que, estando dentro do processo e das lutas de cada um, é bem melhor de se estabelecer a sensibilidade para fazer uma abordagem mais criativa e mais perto do que realmente acontece.

Si, tu llegas mucho más. Igual, Mariano, cuando empezó a grabar, a grabar los videos de la corrala, dijo: en este proyecto yo no me voy implicar, eh? Yo voy a grabar... (y solo...) Y después, y a los dos meses estábamos riendo, Mariano y yo, porque llega allí, y come en casa de todo mundo, todo mundo lo conoce, y no sé qué, si queda muchas veces para dormir en mi casa en la corrala... Es como uno más de la familia. Entonces, yo le dice: que al final, y a parte también lo decía: que a ti, tus videos te salen mucho mejor porque tus videos son más buenos que al mejor de los periodistas que llegan de la tele5. Tú convives con las familias. Cuando te sientas a hacer una entrevista, evidentemente no te que van a contar lo mismo a ti que a uno que llegan dos mil periodistas al día, le ponen el piloto automático y dicen: a mi me desahuciaron.... Con él, ellos se sueltan y la gente le cuenta normal también (Maca, 2012)

Para ela, desde que a internet apareceu as coisas se alteraram de maneira radical. Antes, para se ter voz, era importante ter determinados meios que não eram acessíveis a qualquer pessoa. Por exemplo, para fazer um vídeo custava muito caro, diz ela. Agora, com a digitalização, com um computador e uma câmera se faz tudo. Ela avalia como algo fabuloso porque passa-se de não se ter acesso algum a se poder fazer de tudo, com pouco e ainda divulgar aos quatro cantos por meio da internet. Mas, mesmo sabendo da

---

<sup>277</sup> Ver neste sentido <https://drupal.org/>

grande entrada da internet nos países europeus, ela entende que as estratégias precisam ser combinadas dependendo do público que se quer alcançar e do acesso que esse público tem aos meios. É muito claro que estratégias que envolvam a comunicação por internet sejam em alguns casos como apoio para outras e, principalmente, para se provocar notícias nos meios de comunicação de massa regulares.

Se facilita mucho más. Lo que pasa es que siempre de una manera hay que estar combinando más estrategias. Por ejemplo: si queremos trabajar, yo qué sé, si queremos hacer cualquier movida que nuestro público que venga los vecinos de lo barrio San Jerónimo, no voy a tener internet. O si lo puedo poner en *facebook*, no sé qué, y mandar algunos correos pero como una cosa más residual, sabe? Lo que tienes que hacer allí es pegar carteles en la calle, y los bloques y ir a la asociación de vecinos... Que siempre hay que ir calibrando... Que internet está estupenda para un montón de cosas, por ejemplo, para recorrer firmas para la corrala, puedes conseguir 35 mil firmas en una semana. Pero siempre calibrando... a los que están en internet no está tan extendido como creemos... Lo que pasa es que, por ejemplo, igual cuando tú quieras lanzar algo, una campaña y tú puedes conseguir un *trend topic* en *twitter*. En el momento que tu consigues, yo que sé, imagínate... Cuando empezamos con la negociación con la Ibercaja<sup>278</sup> también una cosa que promovimos fue que la gente utilizara el *hashtag alquilersocialya*. *Ibercaja alquilersocialya*. Eso se convirtió en *trendtopic* y, aun que, si solo se queda allí, lo ve el mínimo tanto por ciento que los *freaking* informaticos que utilizamos *twitter*... lo que pasa es que los medios hacen eco. Porque “ahora está en *trendtopic* en *twitter*, se ha hecho una campaña”, y no sé qué se convierte en noticia en los medios tradicionales y se retroalimenta también. (Maca, 2012)

No geral, segundo ela conta, as estratégias de comunicação são discutidas com o grupo, com o movimento e as pessoas, aos poucos, têm entendido um pouco mais sobre determinadas formas de comunicar. E ela insiste em dizer que não há uma estratégia. Que sempre vai se depender dos objetivos e que ela entende este momento como um em que se está tentando trabalhar mais com a comunicação como uma necessidade central do movimento. Ela oferece dois exemplos em relação às decisões voltadas para determinados públicos e estratégias. O público do *CSOA La Huelga* era um público mais restrito, limitado. Ela entende que um centro social ocupado não é algo que a sociedade vê com bons olhos. Já quando se fala da *Corrala Utopía*, o público é mais amplo. Assim o discurso em relação a *La Huelga* era de mostrar que no capitalismo é necessário se tomar os espaços que não estão sendo usados. Já em relação à *corrala* se

<sup>278</sup> Negociação que se estava fazendo para o pessoal conseguir morar na corrala utopia.

estabelece uma ligação com famílias que estão sem teto, que não há nexos em se ter tanta casa vazia e gente sem ter onde morar. No final das contas se está dizendo o mesmo, mas de maneiras diferentes para realmente tocar públicos diversos. Na *corrala* se amplia o público e, mesmo colocando no *facebook*, é possível alguém de direita chegar e questionar: como assim as famílias vivem sem água e sem luz? Então, a estratégia é chamar para visitar mesmo. É uma forma de usar as técnicas de *Relações Públicas* para argumentar e convencer.

Nesse trabalho com os movimentos ainda há o treinamento dos integrantes. Ela deu como exemplo uma associação de moradores que estava distribuindo panfletos e notícias todos os dias sem o devido planejamento e foco. A equipe de comunicação fez uma reunião então para explicar as lógicas dos veículos, decidir em conjunto se iriam responder ou não, mediram as consequências e definiram estratégias. Maca entende que se deve explicar sobre as ferramentas de comunicação (fazendo alusão a capacitação em comunicação popular), mas também sobre a existência de uma estratégia por trás de cada ação.

Hombre, la estrategia se decide entre todo mundo. La estrategia en el sentido de, pues, queremos hablar con los medios y dar esa mensaje. Nuestro mensaje es esa y queremos dar por los medios. Y la gente que somos de comunicación siempre: venga, el equipo de comunicación! Pues ya decimos el video, vamos a hacer una roda de prensa, una nota, o vamos mandar un comunicado, nos vamos a inventar una asociación para lanzarlo... (Maca, 2012)

#### **6.4.1.5 O sentido das práticas comunicacionais de Maca e a busca pela cidadania**

A seguir colocamos algumas reflexões em relação às práticas da comunicadora e as dimensões de pesquisa estabelecidas.

##### **6.4.1.5.1 Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto**

Maca entende o fazer comunicação dentro dos movimentos como algo necessário e determinante. Sua opção por atuar ali tem pouca influência do movimento em si. Parece-nos que é mais a comunicadora quem decide pelos movimentos e onde quer trabalhar a partir de sua ideologia. O processo participativo e a sua consciência técnica do que é necessário fazer para conseguir determinados resultados é que estabelecem esse fazer.

Na trajetória de vida, a experiência inicial na *Juventud Libertaria* pode ter sido uma determinante na sua caminhada e suas opções, mas a identificação e trabalho com movimentos que questionam e que pretendem romper com o modelo atual faz parte da sua vida como um todo. A preparação teórica dentro do movimento anarquista dá determinado fôlego teórico e ideológico que não vemos sendo tão comum nos comunicadores do Brasil. O contexto espanhol, não tão de confronto com os veículos de comunicação de massa, também configurou uma outra relação da comunicadora com o que poderíamos chamar de sensibilização da mídia<sup>279</sup>, o que não é Assessoria de Imprensa.

#### **6.4.1.5.2 Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância**

A comunicação nos movimentos não é um trabalho, um fazer somente. Vivendo na *Corrala Utopía*, abrindo mão de trabalhos na cooperativa que poderiam fornecer um salário fixo ou uma condição de vida melhor, ela leva às últimas consequências a sua militância que envolve sua morada, sua vida, seus amigos, seu fazer e seus projetos de futuro. Para ela, racionalmente, é possível separar a militância do fazer técnico, mas ela não consegue fazê-lo, tanto que passa mal quando não concorda com as diretrizes de determinadas empresas ou clientes. Por essa razão, está montando a sua cooperativa junto com outros militantes e atendendo a “clientes” em cujos projetos acredita. Sua cultura profissional se mistura com o que acredita. Ela escolhe passar necessidades a trabalhar em projetos que não se coadunem com o que acredita. Por essa razão, como descrevemos, seu *habitus* está configurado a partir de um posicionamento ideológico que poderíamos pensar como quase anarquista.

#### **6.4.1.5.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais**

A internet, na visão dela, finalmente tem trazido voz a quem não tinha acesso ou a quem não tinha os meios. Mesmo usando de maneira majoritária o ambiente digital para realizar seus projetos de comunicação e para os seus clientes ela vê que certas estratégias devem envolver outros meios, como cartazes e impressos e ainda tentar-se,

---

<sup>279</sup> Estabelece-se uma ação mais de provocação dos meios para o que está acontecendo estimulando notícias espontâneas do que necessariamente entrando em contato com as redações, fornecendo *releases*, etc.

de maneira planejada, provocar pautas nos meios de comunicação de massa. Sua visão é bastante estratégica dos processos de comunicação, apesar de conscientemente ela estabelecer que é mais tática porque advém das decisões conjuntas dos movimentos. Mas se formos refletir as atitudes de abrir para a discussão, decidir em conjunto, estabelecer linhas de ação (inclusive bem estratégicas como transformar um assunto em *trendtopic* no *twitter* para provocar os meios de massa), vemos que há muito de estratégia em todo esse fazer. Por ser autodidata, então vai aprendendo como trabalhar com os *softwares* para ajudar o sócio a atender os clientes. Ainda produz vídeos, fotos e o que for necessário em cada caso. A internet não tem os problemas de acesso que temos aqui, por essa razão é um dos meios mais utilizados.

No próximo capítulo vamos aprofundar essa análise comparando com os comunicadores de Curitiba.

#### 6.4.2 Juanjo

Fui entrevistar Juanjo em uma manhã chuvosa de quarta-feira. Marcamos em seu apartamento em um bairro próximo do meu e ele se dispôs a me buscar em um café ao lado do Hospital da Macarena. A impressão de alguém muito educado no telefone não se desfez quando o encontrei. Pareceu-me muito planejado, pontual e organizado. Com 33 anos, Juanjo vive com Marilu, sua namorada de mais de 11 anos em um apartamento muito organizado e grande, que pertence à avó dela. Para entrar, é importante tirar os sapatos. Peço para ver, pela janela, o bairro, já que estamos no sexto andar, e pergunto o motivo de todas as azoteas (tetos, terraços) de Sevilha serem vermelhas. Ele me explica que aquela cobertura é especial para afastar e espalhar o calor. Impressiono-me com sua calma.

Juanjo nasceu em Umbrete, um povoado de aproximadamente 8 mil habitantes que dista uns 14 km de Sevilha e viveu lá até o segundo grau. Tem duas irmãs e os pais moram lá ainda. Brinco que ele, então, era o mimado da casa já que era o único filho e ele pára para refletir:

Bueno, depende, a ver... Yo siempre, na verdad, es que en mi casa... Creo que sí, que debería analizar eso, ah? En mi casa no es una familia machista. Porque mi padre, por ejemplo, hace las mismas cosas que mi madre en casa siempre. Y, pero hay que decir que siempre fue muy flojo en mi casa. Si, bueno, tampoco mis hermanas hacían tanto... No sé.[tus padres haciam todo?] Hacían más, pero tampoco, hace mucho

tiempo que no vivo con ellos, entonces... Sí, eso sucedía cuando era pequeño. Tampoco... (Juanjo, 2012)

Uma das características que se repetia nas entrevistas era que o entrevistado estava também pensando no que deveria responder. Quando entendeu que tudo me interessava, Juanjo fez análises interessantes tanto das questões de sua própria vida quanto das voltadas para os movimentos, para as estratégias de comunicação.

Saiu de casa definitivamente aos 26 anos - começou a fazê-lo quando tinha 18 - mas mantém uma ligação próxima com os pais, ousou pensar que ainda não se desprende totalmente porque vai, de carro, pelo menos três vezes por semana almoçar lá. A namorada também está envolvida com os movimentos e trabalha com edição de vídeos. Faz parte também da equipe de comunicação da *Corrala Utopia*.

#### 6.4.2.1 Cultura profissional/trajetória/consumo midiático

Quando adolescente, Juanjo jogava basquetebol prioritariamente. Fez, inclusive, parte da seleção de basquete de Sevilha e participou de campeonatos pelo estado. Diz que mantém até hoje os amigos de infância e adolescência que eram os que faziam parte da rua, do bairro. Com uma família católica, chegou até a fazer a comunhão, aos 10 anos, mas desde então não foi mais à igreja como praticante. Vai a um casamento ou funeral quando há questões sociais somente, explica. Sua visão da igreja é crítica, entende que o poder da igreja na Espanha atrasou boa parte das mudanças que ali deveriam existir, mas também vê muitos grupos que apóiam os movimentos sociais nascerem dentro das igrejas, a partir de linhas de atuação muito parecidas com as da Teologia da Libertação.

J – Sí, aquí, es que también decir que hay mucho que dentro de la iglesia católica, está muy bien, es decir, desde mi punto de vista. (Sí?) Si, mi padre empezó en la política en la *Juventud de Acción Católica*. Porque aquí hubo un momento en que la única forma de hacer política era en la iglesia. En la época de la dictadura.

N – Ah, sí lo mismo. Tienes aquí la Teología de la Libertación?

J – Si, si, hay algo parecido. Hay algo parecido como, por ejemplo, toda la gente de pro-derechos humanos viene desde ahí, Sanchez Gordillo, el fundador SAT<sup>280</sup> fue un cura Diamantino Garcia y por ejemplo todo el PT [Partido de los Trabajadores] en su época se organizó a partir de la *Juventud de Acción Católica*. Hubo curas, que en un momento determinado, hacen algo parecido a lo que paso en

---

<sup>280</sup> Sindicato Andaluz de Trabajadores

sudamerica, con la teología de la liberación y hacen algo parecido. Eso sin hay que reconocerlo. Lo que pasa es que pesa mucho esa moral catolica, ese... (los dogmas...). (Juanjo, 2012)

Seu *consumo midiático* quando mais jovem era o de todo mundo da mesma idade, diz. Via TV, séries em geral e gostava dos romances que seu pai tinha na biblioteca. A biblioteca do pai teve muita influência no que ele leu, porque era dali que ele ia pegando os livros que queria ler. Rádio não era um forte, mas gostava de música em geral, de determinadas bandas que fizeram sucesso na época, como *rock* em geral e bandas predominantemente espanholas. Seu estilo de vestir é muito parecido com o de Maca, inclusive, podemos dizer que ambos fazem parte do que é considerado alternativo.

O ensino médio fez em um povoado ao lado, Lucas la Mayor, e acredita que sua identidade foi forjada na sua adolescência e juventude que é quando decidimos a que tribo vamos nos integrar. Mudou-se para Sevilha para fazer Jornalismo, mas ficou pensando que talvez fosse mais honesto e coerente fazer Publicidade, já que a maneira como os veículos estão tratando os jornalistas e como as notícias são vendidas se assemelha mesmo a um negócio, não ao reportar informação ou a busca pela checagem e imparcialidade.

Ali, na Universidad de Sevilla, esteve em meio ao grupo que entrou no reitorado, no fatídico dia em que a porta histórica foi arranhada quando da mobilização contra a *LOU*. Disse que não chegou a ser levado à delegacia, mas durante três dias foi seguido por homens que ele não conhecia. Com medo, resolveu se entregar e dizer que estava em meio aos que invadiram o reitorado.

Em relação ao conteúdo fornecido pela universidade, Juanjo tem o mesmo posicionamento crítico de Maca. Como não há cobrança de presenças nas aulas que deve participar, em vez de ir para as aulas ele ia para a biblioteca ver filmes. Alugava-os e ficava praticamente o período todo vendo filmes de todos os tipos. Dessa forma, estudava somente no momento de fazer os exames para passar nas disciplinas. Um dos problemas enfrentados por ele por participar do movimento contra a *LOU* foi ter que ficar por dois anos afastado da universidade como penalização. Esse posicionamento também mostra algo que é frequente nos comunicadores de Sevilla: a universidade não é fonte de conhecimento prático para eles. Mesmo assim, o nível de leitura e de cultura geral em relação ao contexto que os rodeia é mais destacado e mais crítico em geral se compararmos com as entrevistas realizadas no Brasil. Muito se deve isso à cultura geral

de estudar ou trabalhar. A lógica – com raras exceções – é de que enquanto se estuda não se trabalha, logo sobra mais tempo para leituras variadas ou outros tipos de conhecimento geral.

Juanjo trabalhou em projetos diversos como estagiário na universidade e hoje está em tempo parcial trabalhando em uma biblioteca. Diz que quer se dedicar mais à comunicação da *Corrala Utopía* e, por essa razão, pediu para trabalhar menos tempo. Pergunto em relação ao dinheiro para sustentar a casa, como faz. Ele me explica que gasta menos de 100 euros por mês, que tem despesas muito baixas, que almoça nos pais quase sempre, que não gasta com roupas. Fico impressionada e insisto. Ele lista as despesas de luz e água e diz que para ele não compra coisas. Suspeito que a namorada deve sustentar boa parte das despesas e os pais devem ajudar.

#### 6.4.2.2 Cultura política/Militância

O envolvimento com mobilizações e com grupos de esquerda se deu em casa por obra e influência direta do seu pai, que foi prefeito de Umbrete pelo PT (também Partido dos Trabalhadores) que, me explicou, era mais esquerda que o *PSOE* e hoje não existe mais.

J - Si, lo que sucedió es que *PT* desapareció. *PT* era un partido que era más radical que el *Partido Comunista*. Eso era antes que existiera Izquierda Unida. Si, lo único que sucedió es que la gente del *PT* solía tener grandes discusiones con *PC*. Y quizás por ese enfrentamiento llega un momento en los 80 en los que la gente del *PT* pasa al *PSOE* en lugar de *PC* que hubiera sido más normal.

N – Porque era muy radical?

J – En su origen, sí. Después dejaron de serlo. Yo creo que también tiene mucho que ver con la transición, en el sentido de que cuando empezó la transición si la gente era muy más radical, pero en 3, 4 años si volvieron muy pragmáticos. (Juanjo, 2012)

Em casa o pai não forçava à participação política ou similares, mas os ares que respirava eram sempre de revolução. Juanjo explica que desde cedo entendia que ser de esquerda era bom e a direita era má. Na adolescência teve várias discussões com o pai por ele ter ido para um grupo mais de centro, deixando a radicalidade do PT. Coisa de adolescente que tem que ser do contra ou do ultraradical, diz dele.

Explica ainda que muitos desses partidos mais radicais desapareceram porque se institucionalizaram com a “falsa” transição. Para ele, não houve uma transição.



J – Bueno, porque yo creo que cuando una dictadura se acaba hay que hacer, no digo una revolución, una ruptura, hay que decir: esto estaba mal, tenemos que construir desde cero. Pero básicamente, el sucesor que eligió Franco, es Rei Juan Carlos, que todavía es jefe de estado. Y la gente que tenía dinero entonces, las tierras, las propiedades, el poder, sigue siendo igual... No ha cambiado mucho.

N – Pero hubo otra constituyente? Cambió la ley, o no?

J – Si, la gente podía votar a cada 4 años. [solo eso que se cambió, o se cambió más cosas?] Si, se cambiaron más cosas pero, por ejemplo, casi no se respecta. La constitución española de 78 tiene un artículo, por ejemplo, que habla de la vivienda. Que todos los españoles deben tener una vivienda digna, y hay personas en la calle.

(...)

N- Pero por que no se cambia? Ni EUA que es lo más capitalista de todos tiene una ley así...

J – (risos) Pues, buena pregunta. No sé porque no se cambia, pero el problema de ese país es que hemos tenido, sabes, de 1909 hasta hoy en día, la primera república, la restauración monárquica, la segunda república, una guerra civil, una dictadura de 40 años, una transición, una democracia. Es decir que el problema no es, si transición, pero es mentira. O si, república, pero nunca... es decir al mismo tiempo que es mucho elegante hay dos Españas muy marcadas. Una España progresista y una España conservadora, y esa España conservadora jamás ha dejado avanzar la España progresista y este tipo de leyes...

Juanjo esteve envolvido em diversos movimentos desde quando saiu da universidade, sempre fazendo a comunicação e a assessoria de imprensa. Já teve momentos em que atendia o telefone para toda e qualquer mobilização e organizava tudo do ponto de vista de divulgação. Hoje seleciona mais o que vai fazer, tenta priorizar a organização, o agendamento porque teve problemas de saúde com uma gastrite e pensa que toda a ansiedade que essas indignações provocam não valem a sua saúde. Assim, parece hoje mais maduro na maneira de desenvolver a comunicação dos movimentos em que se vê envolvido.

Seu consumo midiático no momento é ler três a quatro jornais por dia, por meio da internet, ver séries de TV americanas ou filmes quando é possível, ouvir a rádio *Ser* no carro (se não tivessem roubado o rádio na semana anterior à entrevista) e tem vontade de ler dois tipos de livros ao mesmo tempo: um técnico e um de ficção, mas não tem tido tempo. Diz que há um ano não tem tido tempo para ler livros.

#### **6.4.2.3 Movimento Social em que está envolvido**

Juanjo, na época da entrevista, era o principal responsável pela comunicação da *Corrala Utopía*. Com um certo distanciamento temporal entre a experiência *in loco* e a análise, podemos perceber que as técnicas de comunicação (e diria de ação também) ajudaram a manter a *Corrala Utopía* mais mobilizada e mais unida já que, mais de um ano depois, mesmo outras tendo sido desalojadas, ela ainda está organizada e atuante.

A *Corrala Utopía* é um grupo de aproximadamente 30 famílias com histórias diferentes, mas com problemas comuns, entre eles a perda de empregos que fizeram com que fossem desalojadas das casas que moravam ou por não pagarem o aluguel ou porque não pagaram a hipoteca. Ao mesmo tempo, por outro lado, o edifício que essas famílias ocuparam estava há mais ou menos dois anos vazio, como várias outras moradias no país<sup>281</sup> e com um imbróglio legal por questões de dívida da empresa proprietária.

Nos hemos realojado en un edificio construido hace un par de años y que, sin embargo, permanece vacío. La propiedad del inmueble correspondía a una empresa inmobiliaria que quebró, no estando aún claro a quién pertenece hoy día (si a un banco o a otra empresa). No hemos entrado en la vivienda de ninguna persona, sino en casas que estaban vacías mientras nosotras nos íbamos a ver en la calle. Es más, estamos cuidando del edificio. (blog da corrala)

Ali, em maio de 2012 as famílias, todas desalojadas de suas casas por falta de pagamento, resolveram que iriam ocupar para morar. O edifício fica na Av. Juventudes Musicales, no bairro Macarena, muito próximo de uma das construções modernas realizadas para a exposição *Universal*, o viaduto do Alamillo sobre qual já falamos aqui.

A explicação para se chamar *Corrala de Vecinas Utopía* traz duas místicas: a primeira, o conceito de cortiço – palavra mais próxima que podemos encontrar no português, mas que não explica o significado realmente de uma *corrala*. Para nós, no Brasil, o cortiço traz uma ideia de pobreza e necessidade, mas também de famílias morando todas muito juntas, dividindo espaços e tratando de determinadas necessidades e obrigações comunitariamente. Pelo que presenciei em Sevilha, *Corrala* é muito mais o segundo significado do que o primeiro. É o sentido do comunitário que aflora ali, nem tanto da miséria partilhada, apesar de todas as famílias ali estarem precisando de casa para morar. Outro sentido importante dado para o nome: *Corrala de Vecinas Utopía* é o gênero feminino utilizado propositadamente. Quem teve a iniciativa da ocupação e do

---

<sup>281</sup> [http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/ha\\_34\\_milhoes\\_de\\_casas\\_vazias\\_em\\_espanha.html](http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/ha_34_milhoes_de_casas_vazias_em_espanha.html)

movimento para negociar com o poder público um lugar digno para morar foram, prioritariamente, mulheres. As mulheres que, de alguma forma, estavam gerindo essas famílias. Talvez por essa razão, a mística em torno da *Corrala Utopía* é muito forte. As ações são sempre carregadas de significados simbólicos, como caminhadas de vizinhos para mostrar apoio, músicas com letras específicas de motivação à luta, assembleia da juventude da *corrala* para integrar as crianças e jovens, cinema ao ar livre ao lado do edifício para assistirem juntos ao documentário de uma ocupação mais antiga, que chega aos sete anos...<sup>282</sup> Enfim, são muitas ações utilizadas para sensibilizar a opinião pública e os representantes das instituições com as quais essas vizinhas precisam se relacionar e negociar, como o banco *Ibercaja* e o estado.

A *Corrala* é um movimento social? Se consideramos o conceito originário de Touraine, podemos dizer que é, porque parte do conflito entre grupos, mas também é possível entender a *Corrala Utopía* dentro de um conceito de novos movimentos sociais proposto por Melucci quando se trata de buscar uma identidade comum, um posicionamento dentro da sociedade a partir do que os identifica. Mas, como outros autores e estudos já nos mostraram,<sup>283</sup> as características de outros movimentos sociais como a volatilidade e o dinamismo estão muito presentes na *Corrala Utopía*. Isso significa que talvez quando as questões de moradia se resolverem ou, enfim, todas as famílias tiverem um lugar digno para morar, o movimento pode se desfazer dessa organicidade que hoje é presente e se imbuir ou de outras lutas – mudando a identidade – ou ainda ser absorvido por outros movimentos e lutas que se estabelecem ao redor, com outros conflitos. O que é claro em Sevilha e que pode ser apontado como uma questão cultural é o alto comprometimento com as outras causas que os movimentos em geral possuem. Quando um lança uma ação, outros atendem, mesmo sendo de bandeiras diferentes, como o feminismo ou outras associações de trabalhadores ou vizinhos.

#### 6.4.2.4 Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador

Antes de ir para a entrevista com Juanjo, dei uma olhada no *blog* da *Corrala Utopía* para entender um pouco da comunicação desenvolvida. Num primeiro momento, institucionalmente não há sinais de equipes de trabalho no *blog*. Não há um expediente

---

<sup>282</sup> Trata-se do Documentário: *San Bernardo 52*. San Bernardo é uma outra *corrala*, talvez a mais antiga de Sevilla que se fez em 2005 por um movimento chamado “las abuelas ocupas”. Disponível em: <http://vimeo.com/42823268>.

<sup>283</sup> Peruzzo, Gohn, Scherer-Warren, Faxina.

ou autores de vídeos e de textos ali. Por essa razão, precisei perguntar a ele quem produz os textos do *blog*. Mostrando-se um bom estrategista, Juanjo me explica que é ele quem faz os textos, mas determina sempre o uso da primeira pessoa do plural para contar tudo. O posicionamento dos relatos é mais uma conversa de vizinhas, simples, contando as histórias sobre pelo que as famílias estão passando, evitando grandes ensaios filosóficos acerca da diferença de classes, injustiças e etc. Ele me explica que o intuito ali é sensibilizar a opinião pública em geral de maneira a entender que essas famílias não querem nada de graça, nada dado, mas sim somente o direito de viver em uma moradia digna. Quer explicar de maneira simples e bem tangível que há algo errado quando tem gente que não tem casa e há um monte de moradias vazias. Ao mesmo tempo, vídeos com os moradores contando suas próprias histórias e filmagens das mobilizações completam o conjunto de informações que são produzidas sobre a *Corrala Utopía* no geral. Há também ações referentes a assessoria de imprensa, mas não tão regulares. Há ainda cartazes que comunicam os motivos de estarem ali, principalmente colocados no próprio edifício para marcar a ação (identidade coletiva). Cada situação específica porque passam as vizinhas é relatada no *blog* da corrala de maneira sucinta, clara e simples, desde negociações com defensores públicos, agradecimentos por apoios recebidos de outros grupos, chamadas para mobilizações, corte de água e luz, entre outras reivindicações.

A imprensa é recebida pelos vizinhos, mas antes esses são preparados pela equipe de comunicação (da qual Maca também faz parte) para decidirem em conjunto o que deverão falar, qual a estratégia a ser utilizada. Juanjo ainda cita uma estratégia interessante (muito voltada para a semiótica e o *experience marketing*) para sensibilizar também repórteres e comunicadores. Uma história que conta é que ele pediu, em uma determinada visita de uma equipe de televisão, que uma vizinha estivesse passando um pano molhado no chão enquanto eles entrassem no edifício. “É para fazê-los tomar uma outra atitude, sentirem-se culpados por estarem sujando ali e terem um outro posicionamento na cobertura das notícias que saem dali”. Eu ri. Mas também entendi que ali as estratégias de comunicação eram pensadas para terem resultados concretos, retornos claros, ganhos mensuráveis como, por exemplo, a solução da ilegalidade dessas famílias ou da ausência de moradia digna para eles. Está claro para a equipe de comunicação e para Juanjo onde querem chegar.

Como boa parte dos vizinhos ali são pessoas que não chegaram a fazer uma universidade, é possível que essa equipe seja respeitada pelos conhecimentos técnicos

que possui. Prova disso é que, quando pergunto a ele sobre como são decididas as comunicações, como são feitos os textos, quem decide de que forma ou abordagem será falado, ele responde que nem sempre isso é decidido em conjunto e explica que entende que precisa ter autonomia para poder responder algumas situações de maneira mais rápida. É claro que há muitas assembleias para decisões em geral e elas acontecem entre todas as famílias da *corrala* e que também a equipe de comunicação, que é composta por ele, Maca, Marilu e um outro colega que trabalha com vídeo, Marino, sempre se conversa e sempre se põem de acordo. Mas no fazer diário, depois de traçadas as linhas maiores, a construção do conteúdo para o *blog* ou mesmo o contato com meios de comunicação de massa é feito de maneira autônoma.

Juanjo engrossa também o grupo dos que acreditam em uma voz mais democrática propiciada pela internet. São poucas as outras possibilidades de meios de comunicação (com impressos, jornais, etc) usadas na *Corrala*. Ele entende que pelo *blog* que é livre de custos é possível esclarecer as intenções da *corrala*, mostrar quem são as famílias ali lutando por uma moradia e qual é a vida que cada um leva e ainda responder a possíveis dúvidas de pessoas que querem se integrar, saber mais ou mesmo criticar. O comentário ali é livre também, como deve ser a comunicação em geral. Comento sobre uma situação de uma repórter de televisão que usou a *corrala* para promover uma notícia sensacionalista (tinha visto no *blog* antes de ir para a entrevista) e os comentários que se fizeram depois<sup>284</sup>. Pergunto qual o posicionamento da equipe em uma situação assim conflitante com a grande imprensa, coisa comum com os movimentos sociais no Brasil. Ele diz que prefere ter uma relação de parceria com os meios massivos porque nessa situação especificamente, de famílias sem casa, é mais fácil caminhar pela sensibilização pelo problema do que pelo comportamento combativo em relação ao tipo de cobertura que se faz. Dessa maneira, o retorno tem sido dado em coberturas adequadas.

A *corrala* ainda possui uma busca identitária e de pertença interessante por meio do *marketing*. A exemplo de grandes organizações sem fins lucrativos, o grupo da *corrala* trabalha também com a construção de marca. Mas essa não é uma atitude pensada de maneira mercadológica. É como se fosse "natural" criar uma logo para representar o movimento e fazer dessa logo o símbolo dos que apoiam as vizinhas da *Utopía*. Em momentos diversos, quando aconteceram mercados solidários na praça em

---

<sup>284</sup> <http://corralautopia.blogspot.com.es/2012/06/aida-nizar-la-lia-y-genera-un-problema.html>

frente à casa *Pumarejo*, havia também camisetas à venda com a logomarca da *corrala*. Comunicação simbólica, é claro, para agregar força ao movimento, mas isso não é sentido como estratégia de comunicação pelos envolvidos porque nem é citado como parte de estratégia.



Figura 1: A logomarca da Corrala de Vecinas La Utopía.

#### 6.5.2.5 O sentido das práticas comunicacionais de Juanjo e a busca pela cidadania.

Destaco na sequência alguns pontos principais do que pode ser analisado da entrevista com Juanjo.

##### 6.5.2.5.1 Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto

Da mesma forma que Maca, Juanjo não parece ter sua prática determinada pelo movimento. O que acontece é que entende o que deve ser realizado em determinada necessidade do pessoal da *Corrala*. Tanto que deixa claro que necessita de autonomia para ir produzindo comunicação. É claro que esse fazer tem o trabalho e a participação de outros comunicadores militantes, já que todos fazem parte de um grupo ali. Uns fazem os vídeos, ele concentra os textos e a relação com a imprensa. Mas não é só na *Corrala Utopía*. Esses comunicadores estão envolvidos e se apóiam também em outros movimentos. A formação na universidade deve ser revista, também pelo comportamento de Juanjo. Ele resolveu buscar seu conhecimento a partir dos filmes e livros lidos (reforçando uma grande diferença do cenário visto em Curitiba) e não a partir das aulas. Assim, sua ideologia é construída teoricamente antes mesmo da entrada na universidade e são suas relações sociais com os outros colegas que determinam seu trabalho voluntário no movimento.

#### **6.5.2.5.2 Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância**

Com um pai envolvido em questões políticas, é possível se pensar como natural a reflexão e definição por uma linha ideológica e atuação política e militante. Tanto que, mesmo pensando na própria universidade e na atuação dos jornalistas na sociedade, ele questiona criticamente a própria profissão dizendo que talvez fosse mais coerente se tivesse estudado publicidade. Mas um aspecto destacante da trajetória de Juanjo é a decisão por ter um emprego de poucas horas com algo que não determine militância (na biblioteca) porque, na opinião dele, militância deve ser sempre voluntária. Aqui, a separação não se dá tanto entre o que é o fazer técnico e militante, mas também entre os fazeres. Ele buscou um trabalho “neutro”, que não seria em um meio de comunicação de massa ou em uma agência/empresa de comunicação. Ele sai da área para poder aplicar seu conhecimento técnico somente na militância. A sensação que tive foi que também estaria “dando um tempo” dos confrontos em geral por causa dos problemas de saúde (gastrite), que a exemplo de Márcio, em Curitiba, no Brasil, podem ser ocasionados pelo mergulho na militância.

#### **6.5.2.5.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais**

Juanjo navega entre realizar as provocações com a mídia de massa, atuar na internet por meio dos textos em nome dos moradores da *Corrala Utopia*, mas também trabalha com *mediatraining* com os possíveis entrevistados da *corrala*. Tem estratégia bem desenhada por trás do seu fazer, inclusive conhecimentos de comunicação semiótica são usados para sensibilizar equipes de televisão que vão cobrir a mobilização da *corrala*. Seus objetivos são claros: sensibilizar a opinião pública para apoiar a *corrala* e explicar, de maneira simples, para que haja mais adesão, os motivos das ações das pessoas que vivem na *corrala*. Para isso, nada melhor do que um *blog* e vídeos na internet que, além de ser livre, tem o menor custo.

#### **6.4.3 Ozecai**

Ozecai é um nome-exemplo de como os andaluzes “cortam” e “encurtam” as palavras quando falam. Seu primeiro nome é Jose, nasceu em Cádiz, e falar “Jose, de

Cádiz” virou Ozecai dentro dos movimentos. Tem 32 anos, uma filhinha e esposa sem casar no papel. Tem duas irmãs, uma mais velha que é enfermeira e outra menor, que está fazendo intercâmbio na Itália, por meio do programa *Erasmus*. O pai trabalhava construindo barcos no estaleiro do porto de Cádiz e a mãe era dona de casa e costureira. Quando era pequeno, já presenciava as lutas dos trabalhadores do estaleiro por meio do pai. Descreve o pai como uma pessoa tranqüila, calma, mas que se envolvia bastante quando o assunto era o estaleiro. Tentaram fechá-lo por várias vezes e os trabalhadores se mobilizavam para impedir esse fechamento. Os anos 80 foram os piores e Ozecai, ainda pequeno, via pai e mãe envolvidos nessas lutas. Por essa razão, entende que deve ter nascido ali essa ânsia por se envolver.

A entrevista aconteceu em meio a uma concentração na casa *Pumarejo*, onde grupos de diversas demandas e necessidades saíam em passeata para dar apoio à ocupação de mais uma corrala, a da *Ilusión*. Ali a comida era comunitária, acontecia o mercado de rua (mercadillo) e as trocas solidárias. A moeda *Puma* estava sendo usada.

Com a lucidez e objetividade de quem tem refletido por muito tempo a sua posição, Ozecai contou que estava um pouco afastado da militância para poder terminar a tese de doutorado e porque a filha tinha nascido. Foi ele o integrador/ indicador dos comunicadores que entrevistei mas como sua vida estava um tanto confusa no momento demorou umas três semanas para encontrarmos esse espaço de duas horas em que ele descreveu sua trajetória de vida.

#### **6.4.3.1 Cultura profissional/trajetória/consumo midiático**

Em Cádiz, Ozecai estudou em um colégio privado de padres subsidiado pelo estado. Mesmo estudando em um colégio confessional, é ateu, mas ainda assim mantém uma opinião imparcial da igreja e sua influência na Espanha.

Yo creo que la iglesia es tan amplia que hay muchas corrientes de pensamientos. Entonces, bueno, yo simpatizo con la religiosidad popular, no? Es decir, yo comprendo la religiosidad popular, aunque no lo comprenda racionalmente, me parece que racionalmente es absurdo, pero creo que también hay mucha gente para la que es un alivio, y por supuesto apoyo, no, y mi considero compañero de, por ejemplo, los teólogos de la liberación y los curas populares, aunque no crea, aunque sea en contra de sus creencias. Aunque no comparta su creencia en Dios, ni bueno, en Cristo como figura histórica, muy manipulado después de su vida, no, porque tampoco hay fuentes... los respecto. Y también soy consciente que también hay otra parte de la



iglesia sobre todo la jerarquía que es completamente un brazo del poder. Una forma de coacción de la población. Bueno, no tengo una imagen anticlerical, digamos, más que anticlerical, antirreligiosa. No? Quizás porque los sacerdotes de cole con los que me crié no eran los más duros, eran bastante permisivos, no? Bueno, tenían siempre el argumento de que, bueno, la iglesia siempre cambia lentamente, pero no nos han aleccionado en temas morales, respectaban, dentro de lo que cabe, respectaban bastante... (Ozcai, 2012)

Ozcai relata que se tornou, dentro do colégio, o desenhista. Tinha talento para isso. Conta que uma vez teve problemas com a diretoria porque fez um desenho sarcástico em uma revista interna dos estudantes criticando o colégio por não permitir a bebida alcoólica nas festas de final de ano. Não era muito de leitura quando mais novo. Demorou para pegar o gosto. Sua mãe o levou para ter aulas de desenho com um desenhista famoso, comunista, que foi exilado no franquismo, Andre Vásquez de Sola, que lhe dizia que tanto para desenhar quanto para fazer carreira política era importante ter muita cultura, saber de tudo mesmo.

Até a adolescência Ozcai gostava de brincar com os colegas na rua mesmo, no bloco de edifícios onde moravam. Fez esporte também um pouco mas realmente era algo que não o atraía. Depois se envolveu com um grupo de amigos mais festeiros, que fumavam e bebiam. Gosto pela leitura foi desenvolver aos 16 anos. O instituto (ensino médio), levava sempre na brincadeira e estudava por dois dias antes das provas e conseguia tirar um “notable”. Os colegas ainda brincavam com ele sobre essa sorte ou facilidade de estudar, mas na verdade a escola sempre foi muito entediante para ele. Ozcai passava de ano e era o suficiente, mas quando viu que precisava de uma determinada nota para poder fazer *Jornalismo* – o que ele já tinha decidido – em Sevilha, passou a levar mais a sério o ensino médio. Mas já era tarde, a nota para entrar na universidade levava em conta a média de notas do ensino médio. Dessa forma, sua escolha foi para cursar *Publicidade* em Málaga, que era onde (curso e localidade) ele podia passar com a nota que obteve no ensino médio.

Em Málaga, cursando *Publicidade*, Ozcai era sustentado por seu pai, que via no estudo do filho aquela esperança dele se desenvolver melhor na vida. Coisa que hoje em dia virou uma falácia, diz Ozcai, porque os pais daquela época viam no estudo uma saída de sucesso para os filhos, coisa que não se concretizou na Espanha de crise dos dias atuais. Como ele diz, talvez seja por isso que a juventude está tão revoltada. De qualquer forma, havia a opção de retornar ao *Jornalismo* em meio aos estudos mas não quis.

Y tuve la opción de cambiarme pero decidí un poco de forma maquiavélica quedarme en publicidad. Porque yo era crítico con la publicidad obviamente, no, y creía que estaba un poco en la boca del lobo. Había poca gente con mi inquietud, claro, con mi inquietud que conociera eso entre sí. Porque realmente publicidad lo que te enseña a manipular para vender, de hecho ahora voy a dar clase de publicidad intentando meter a mis alumnos un poco de crítica, no? (Ozcai, 2012)

Em Málaga, Ozcai entende que começou seu ativismo também em resultado da *LOU*. Era praticamente o único representante do curso de *Publicidade* que estava com os jornalistas ou os alunos de cursos de rádio e tevê. Ali, diz, entendeu que sua inquietação era de muito antes. Fazia os desenhos para os movimentos e cartazes, continuava com a vida de festas na casa de estudantes (tanto que foi expulso), lia todo tipo de leitura, como mitologias, livros de comunicação. Televisão via de fundo, nada muito de prestar atenção e a rádio ouvida era a *Ser*. Ainda em Málaga trabalhou um tempo montando cozinhas. Esse dinheiro ganho com o trabalho era mais para luxo mesmo, segundo ele, porque seu pai ganhava muito bem na época e ele também trabalhava nas férias como construtor de barco ganhando muito bem. O pai pagava a universidade e o alojamento e o restante, que era um bom salário no estaleiro, ele usava para as coisas próprias, festas na maioria.

Depois de Málaga foi fazer mestrado na *Complutense de Madrid*. Não que ele almejasse fazer parte da academia, mas não se via trabalhando com Publicidade e tinha em mente – esta geração, segundo ele – que ter algum título sempre era melhor. Já pensava em trabalhar em uma organização social, por isso a ideia de fazer mestrado em comunicação política foi o convencendo. O plano era fazer mestrado e trabalhar. Mas para o mestrado precisava passar em uma seleção, então decidiu que iria se inscrever também em um doutorado caso não fosse selecionado. Acontece que foi selecionado nos dois e seu pai o convenceu a fazer ambos dizendo que o manteria financeiramente já que teria aulas de manhã no doutorado e à tarde no mestrado, sem poder trabalhar.

O mestrado era mais prático, voltado para mercado, e para se formar era necessário fazer estágio em alguma empresa, coisa que Ozcai evitou no primeiro ano já que tinha aula o dia todo. Mas no ano seguinte um amigo o informou que o *Comisiones Obreras* (maior sindicato no país) estava precisando de alguém para estagiar na assessoria de imprensa. Era para ele ter trabalhado por seis meses e acabou ficando nove.

Ali conta que mostrou um pouco da sua rebeldia em duas situações específicas. Tinha o costume de fazer *clippings* dos noticiários para uso próprio e aquilo ajudava a produzir materiais de conteúdo em geral. Em uma situação específica, alguns veículos fizeram entrevistas com um secretário geral que era de direita e de quem, parecia que o sindicato estava se aproximando. Então Ozecai produziu um artigo próprio criticando essa aproximação. Esse texto foi cortado pelo seu chefe para a publicação final. Ele não se contentou e resolveu fazer várias cópias do artigo e ir distribuindo pelo prédio do sindicato, deixando nas escadas e paredes. O chefe, que era um profissional técnico do sindicato, acabou por entender o posicionamento dele. Outro momento de destaque nesse trabalho no sindicato foi quando houve o atentado terrorista em Madrid, o *11 de mayo*. Enquanto todos os meios estavam muito preocupados com os colegas que pegavam aqueles trens e assistiam ao *show* pela TV, Ozecai começou a ver as notícias se multiplicarem dando a autoria do atentado ao ETA. Fez um resumo do que todos os jornais internacionais estavam publicando e o entregou ao seu chefe com um questionamento crítico.

Comisiones Obreras fue una de las pocas organizaciones que no mencionaba ETA sino que condenaba los atentados terroristas. Y me apareció además muy revelador, no?, de cómo en un gabinete de comunicación al final fue un becario mirando por internet, a nadie se lo ocurrió contrastar que lo que pasó en ese momento, no? Nadie, dudó, desde un primer momento porque era la versión oficial. Creo que el periodismo es dudar de la versión oficial. Más que eso, trabajar con indicios... Lo de ETA, sabemos todos lo que es, pero no tiene esa forma de actuar. Obviamente y había gente allí que conocía Madrid, que le sorprendió mucho sobre todo la bomba que fue posta en el tío Raimundo, que era una zona obrera que había tenido incluso apoyo a Nacionalismo Vasco en Madrid que es algo muy extraño y que no era la forma de actuar de ETA... (Ozecai, 2012)

O trabalho final de mestrado foi feito de qualquer jeito, num recorta e cola de vários outros textos, segundo ele, porque não o interessava tanto finalizar com algo de mercado. Já no *Doutorado em Comunicação e Sociologia*, a disciplina voltada para o estudo da teoria dos movimentos sociais, em que seu orientador, Félix Ortega, era professor, o motivou a ir trabalhando em uma tese que envolvesse os movimentos sociais e a internet.

Nesse período, seu consumo midiático envolvia os jornais diários todos porque trabalhava com eles, via tevê (noticiários), ouvia a rádio e internet (que já tinha, no último ano em Madrid em casa mesmo).

Em 2004, depois de enviar currículos para os outros escritórios de *Comisiones Obreras* na Espanha toda foi chamado a ir trabalhar em Sevilla. Ainda não tinha terminado a tese (não há prazo final para terminar) e tratou de se inteirar dos colegas do sindicato e dos movimentos que estavam se desenvolvendo na cidade. Foi nesse ano que aconteceu o primeiro *May Day*, mobilização do *Primeiro de Maio alternativo*. Ozecai assumiu a comunicação junto com outros companheiros.

Entonces me llamarón y empecé a ayudar en la asamblea, rápidamente asumí la comunicación también, del tema, y fue la primera vez ya, digamos, que con un buen conocimiento del tema de comunicación que lo aplique en los movimientos sociales de forma seria: hice las rodas de prensa, las notas, hice las paginas, hice un poco de todas las estrategias, hice de portavoz... (Ozecai, 2012)

Em *Comisiones Obreras* de Sevilla ficou mais um ano, quando resolveram que iriam contratá-lo. Decidiu sair porque queria terminar a tese (o horário de trabalho não permitia) e também porque viu muita hipocrisia dentro do próprio sindicato ali. Não concordava com boa parte dos posicionamentos onde se falava uma coisa e se fazia outra.

No ano “sabático”<sup>285</sup>, trabalhou na tese e na militância do *CSO Casas Viejas* como porta-voz e estrategista de comunicação. Manteve-se nesse período com o dinheiro do seguro desemprego, que estava guardado desde a época em que montava barcos nas férias. Depois resolveu procurar trabalho em uma agência de publicidade. Disse que na seleção conseguiu enganar a todos se mostrando imparcial e conseguiu o emprego. Era para uma campanha específica de um partido de uma cidade pequena, mas acabou que a campanha não se desenvolveu e ele ficou trabalhando com outros clientes dentro da agência. Ali também não se manteve mais que nove meses porque, segundo ele, a dona da agência dizia que era tudo uma cooperativa, que ela era de esquerda, mas não praticava boa parte do que dizia. Os contratos de trabalho eram de quatro horas mas a equipe acabava ficando de oito a dez horas em diversos projetos. Acabou saindo dali e levando vários outros colegas com ele. Os que não puderam sair entenderam o processo.

Depois da agência, foi levar a comunicação da *Confederación General Del Trabajo (CGT)*, onde encontrou coerência entre o que era dito e o que era praticado. Aqui ele ainda explica o que pensa em relação ao trabalho de onde se tira o sustento e o na militância. Ao contrário de Juanjo, que pensa que a militância não deve ser um

---

<sup>285</sup> Ano em que ficou concentrado em terminar a tese.

trabalho e, por isso, mantém um emprego na biblioteca, Ozecai entende que seu trabalho pode ser pago e ao mesmo tempo realizar algo em que acredite.

Si, esta (empresa) tiene coherencia. Entonces yo, además de trabajar, digamos, un trabajo de militancia, no como comisiones obreras... Hombre, es siempre mejor trabajar para *Comisiones Obreras* que para el *Corte Ingles*, no? Pero realmente era... y... no sé, yo siempre en mi vida he buscado que todo lo que pueda aportar a activismo, vamos aportar, no? Hay gente que es crítica con trabajar para los movimientos sociales pero yo creo que es mejor trabajar para una organización social que tiene un fin y además hacer militancia que trabajar para una empresa y hacer lo que te diga la empresa y después hacer militancia, no? Si puedo conjúgalo todo pues mejor, es mejor para mí y creo que más útil. Entonces en tesis tenía además 35 horas, porque el sindicato pide – esa era la coherencia – el sindicato pide 35 horas entonces le aplicaba en sus trabajadores y tengo buenas condiciones entonces ya tenía todas las tardes libres y era cuando empecé realmente a estudiar. (Ozecai, 2012)

Depois de seis a sete anos fazendo de tudo um pouco na CGT, inclusive *website*, relações com a imprensa e outras questões administrativas, Ozecai agora foi convidado também a lecionar algumas disciplinas na *Universidad de Sevilla*, no *Departamento de Publicidad*. O doutorado foi defendido em 2010, com o título *Internet en Movimiento: nuevos movimientos y nuevos médios en la sociedad de la información*<sup>286</sup> e recebeu o *Prêmio Extraordinário de Doutorado da Universidad Complutense de Madrid* pelo trabalho.

#### 6.4.3.2 *Cultura política/Militância*

Dentre os outros comunicadores entrevistados, Ozecai é o único que se embrenhou para o trabalho na universidade recentemente, que tem doutorado e o que primeiro que teve consciência de sua militância e do “lado” que gostaria de estar nas lutas sociais.

No seu dia a dia na *CGT*, entende como técnico seu trabalho ali, mas se preocupa em manter coerência no que faz. Suas tarefas ali acabam suplantando os projetos de comunicação, indo também para administrativo e de organização em geral. Diz que não se envolve em decisões políticas do sindicato, que ali realiza um trabalho

---

<sup>286</sup> O objetivo da pesquisa foi questionar as relações entre movimentos sociais e internet e ele usou a observação participante para apreender as produções de diversos movimentos sociais espanhóis na internet, além de realizar entrevistas com ativistas e conviver em reuniões e outras ações mais empíricas com esses movimentos.

de comunicação e só. Mesmo assim, conseguiu militar ao mesmo tempo em *Centros Sociales Okupados*, usando a estrutura da *CGT* pra copiar panfletos ou mesmo o tempo de trabalho dedicado a *CGT* para fazer contato.

Si, de hecho también *CGT* te daba la libertad de además de hacer las tareas podía hacer fotocopias del movimiento de la vivienda que estaba entonces, de Centro Social(textos) cuando fue el desalojo del *Casa Vieja* yo podía irme ser el porta-voz e ir a *Casa Vieja* y no ir a la oficina. En eso *CGT* ha puesto también por eso entonces en un momento puntual y siempre que llevara las tareas en la oficina podía dedicarte a ellos, vamos. (Ozcai, 2012)

O que se vê é que trabalho remunerado e militância na vida dele tornam-se uma coisa só, mesmo que ele não assuma ou não enxergue. Ozcai é militante 24h por dia, sendo que em alguns momentos tem um salário por isso e em outros é voluntário. Durante um período, enquanto trabalhava na *CGT*, se afastou um pouco do voluntariado quando estava finalizando a tese e quando a filha nasceu, como já dito. Foi aí que delegou algumas funções aos outros comunicadores indicados para as entrevistas. Juanjo tomou um pouco o lugar dele nessa missão, ambos confirmam. Os dois funcionam como referência quando se trata de falar de comunicação nos movimentos sociais em Sevilla. Mesmo assim, buscando ser coerente com o que acredita quando “trabalha” remuneradamente, Ozcai entende que deve-se separar o que é militância do que é trabalho técnico dentro da *CGT*.

N – Algunas personas hablan que trabajar en el movimiento no es un trabajo, que tengas que tener un sueldo, tienes que ser voluntario... Que piensas de eso?

O – Hombre, pienso que sí, pero... que además trabajo en un sindicato, vamos, no tiene ninguna contradicción. Hago mi trabajo y después, hago la militancia. La suerte que tengo es que mi trabajo es más coherente con mi vida. Que no critico los otros, porque obviamente cada uno tiene que buscarse la vida...

N – Trabajarías en un movimiento con sueldo?

O – eee, sí. El sindicato es un movimiento. Hombre, yo en sindicato, por ejemplo, no hago política. Sabes? Es decir, yo, en el sindicato, me limito a, porque eso sí es conflictivo, sí, lo que hace política, viva del sindicato. Yo, realmente me limito a lo técnico. Aunque tengo mucha mano porque todo, casi todo lo que... (todo tiene ideología!) todo tiene ideología pero yo no participo de las decisiones del sindicato y yo asumo lo que diga el jefe, aunque a veces no estoy de acuerdo, no? Creo que es muy importante limitar eso. Es muy importante. (Ozcai, 2012)

Para ele, “fazer política” é exercer a militância. Mas assume que muita gente se realiza profissionalmente nos movimentos sociais, tanto que entende que o 15M está funcionando bem por essa razão. Assume ainda que, mesmo tendo trabalhado a vida inteira com comunicação, foi nos movimentos sociais que teve suas melhores experiências de comunicação. Deu ainda exemplo de muita gente que antes mesmo de se formar em comunicação estava militando nos movimentos e que isso deu a esse pessoal muita experiência técnica também. Assim, sua trajetória de vida mostra que sempre tentou ser coerente com seus valores enquanto estava trabalhando – a prova disso é ter trabalhado por pouco tempo, e muitas vezes de maneira rebelde, em lugares com os quais não concordava com a política e o *modus operandi*. Para ele, é possível um profissional se formar a partir do trabalho em comunicação realizado nos movimentos, e não vê nada de errado em trabalhar nesses grupos com salário, tanto que entende o *CGT* como um movimento. Mas também entende que há mais liberdade de ação na realização de um voluntariado nos movimentos e se vê realmente militando quando está fazendo isso fora do horário do trabalho.

#### **6.5.3.3 Movimento Social em que está envolvido**

No dia em que o entrevistei, ele tinha decidido que iria voltar à militância o que, nesse discurso, significava ir à luta mesmo, se responsabilizar pela comunicação da nova *corrala* que seria ocupada naquele dia<sup>287</sup>, a *Corrala Ilusión*. Ao mesmo tempo, como se estava ainda começando a estratégia de comunicação ali, ela seguiria um padrão assumido por esse grupo de militantes que trabalhavam a comunicação em Sevilla, o que se resume em mobilizações, a construção de um *blog* que reúne textos e vídeos das famílias, e a sensibilização dos meios de comunicação de massa e da opinião pública em relação à situação em que se encontram essas famílias.

Tristemente, essa *corrala* teve duração menor do que a da *Utopia*, sendo que essas famílias foram desalojadas em final de abril de 2013. Pelas histórias contadas no *blog* e no decorrer dos fatos, dá para se situar algumas razões para esse ter sido um movimento mais volátil que os outros. Essas considerações são aferições realizadas por mim a partir da construção do contexto da cidade e do acompanhamento das notícias por meio do *blog*.

---

<sup>287</sup>Um pouco da história da *corrala* e do andamento da mobilização pode ser encontrado neste link: <http://corralailusion.blogspot.com.br/2012/11/18-familias-sin-casa-ocupan-18-casas.html>

A princípio, a localidade da ocupação era ao redor da Alameda Hércules. Como posto aqui, essa área foi gentrificada nos últimos anos, “limpada” de moradores tradicionais, mais pobres, e assumida por uma classe média mais abastada. Além disso, a Comisaria de Polícia foi ali instalada para garantir a segurança dessa classe, forçando a guetização dos mais pobres em outros bairros. Essa ocupação afrontou dois grupos: os vizinhos de classe média que não queriam ver aquele problema em frente a suas casas (vide comentário no próprio blog<sup>288</sup>), logo o apoio popular era menor, e afrontou, ainda, o poder de “ordenamento” urbano que a polícia deveria exercer, já que a ocupação aconteceu a poucas quadras de sua sede. Esse afronte à repressão do Estado foi percebido no momento em que se estava ocupando. A ação da polícia foi violenta e isso pode ser visto também no depoimento de Maca que estava com *Pincho* nesse dia e que quase apanhou.

Em outro ponto, o edifício, vazio há mais de cinco anos, diferente do ocupado pela *Corrala Utopia*, não está em vias de debates judiciais entre imobiliária ou bancos. Consta ser de uma empresa chamada *Parque Inmobiliario Costa del Sol SL*, que deve tanto para a prefeitura quanto para o banco e que rapidamente pediu a reintegração de posse. Isso se deu a exemplo de outros edifícios ocupados que estavam nas redondezas também da Alameda Hércules e que são do *Marqués de La Motilla y Valencina*, a *Corrala Alegria* e a *Corrala Conde-Quintana*. Nessa última, o desalojamento foi violento e destruíram os móveis e utensílios das famílias sem dar a chance de que retirassem seus pertences maiores. Esses desalojamentos rápidos feitos pela elite/corte são sinais claros da crise social e de classes em que se vive em Sevilla. E a elite reage com as ferramentas que tem para não dar esperança de negociação a essas famílias, inclusive com as leis e o aparato policial.

Assim, manter a *Corrala Ilusión* a uma quadra da sede da polícia e do parque que foi elitizado é o mesmo que abrir para o uso popular essas áreas que foram gentrificadas. Um risco muito grande à “ordem” do *status quo*.

Ainda sobre a atuação do movimento em que Ozecai está inserido, podemos entender a *Confederación General Del Trabajo* como um deles. O próprio entrevistado afirma que o sindicato é considerado um movimento em sua entrevista, e na visão não dos *Novos Movimentos* de Melucci, mas de Touraine (conflito como base), pode ser assim visto como tal.

---

<sup>288</sup>Notícias podem ser encontradas aqui: <http://corralailusion.blogspot.com.br/2013/03/100-dias-sin-suministros-en-la-corralla.html>



A *CGT* reúne diversos sindicatos de diferentes ramos de trabalho e se intitula “un sindicato de “orientación , es decir ‘de clase, autónoma, autogestionaria, federalista, internacionalista y libertaria’”<sup>289</sup> Fortemente confrontador, o sindicato se coloca ainda como herdeiro da *CNT*, movimento sindicalista anterior ao franquismo e, longe de se ater somente às questões trabalhistas, ainda tem como bandeiras o antimilitarismo, aantiglobalização neoliberal, o feminismo e o ecologismo. O sindicato possui em sua página-web com divisões para as cidades principais da província autônoma da Andaluzia. A título de análise para esta pesquisa, que se propunha local, foi feita uma observação da página local (Sevilla) da *CGT* que é alimentada por Ozecai. O que salta aos olhos são as dezenas de *links* ao lado direito para veículos que o sindicato utiliza, como rádio, o jornal *Barricada*, o site *Rojo y Negro*, que se nomeia como o veículo da web, porta-voz do sindicato, a revista eletrônica *Libre Pensamiento*, que se propõe a ser um veículo de artigos de reflexão sobre a própria *CGT*, e outros veículos específicos. Além disso, há *links* para redes sociais, tanto as hegemônicas como *facebook* e *twitter* quanto as alternativas, como *N-1* e *meneame*. Enfim, Ozecai não é o produtor de todos os veículos de informação e esse documento seria insuficiente se fôssemos descrever em detalhes a *CGT* e sua forma de trabalho. Importante entendermos que em Sevilla é um braço de uma das mais fortes organizações trabalhistas da Espanha e que, se compararmos rasamente com o Brasil do ponto de vista ideológico, seria como a nossa *CUT* (porque *Comisiones Obreras* poderia ser considerada a Força Sindical, se é que é possível traçar esse tipo de paralelo).

#### **6.4.3.4 Práticas de comunicação realizadas pelo comunicador**

As práticas de comunicação para a *Corrala Ilusión* reuniram os cartazes sinalizadores no edifício e o *blog* da *corrala* no qual todas as mudanças, conquistas, mobilizações, negociações e perdas desses vizinhos eram noticiadas. O *blog* foi montado depois da entrevista com Ozecai – já que a ocupação se deu no mesmo dia –, por isso suas estratégias precisam ser vistas no veículo mesmo. O texto segue o padrão de primeira pessoa do plural, familiar, como se os vizinhos estivessem sempre explicando, conversando. Mas, diferente do texto de Juanjo para a *Corrala Utopia*, que era mais afetivo, familiar, ali se vê um posicionamento mais confrontador, inclusive

---

<sup>289</sup> <http://www.cgtandalucia.org/Conoce-la-CGT>

mostrando, em meio às narrações, algumas tendências políticas-ideológicas. Os estilos de ambos comunicadores são claros ali.

Já na comunicação da *CGT*, Ozecai explica sua função:

O – Si, yo llevaba... (todo los medios de *CGT*) de *CGT* de Andaluzia. Pues, estaba en Sevilla entonces yo llevaba todo el tema administrativo al nivel Andaluz y el tema de comunicación.

N – Tenia impreso también, un periódico?

O – Eso hemos sacado después. En ese momento no. No había periódico impreso.

N -Tenia una página web?

O – Tenía una página *web*. Lo que pasa es que yollegué como había habido cambio se había ido esos compañeros estaba casi sin tiempo, había otra chica también con muy poco tiempo y se había tenido que ir rápido,entonces llegué allí, el servidor,la pagina web, estaba montado en el sistema era antiguo, no funcionaba,al poco tiempo reventó completamente la pagina entonces tuve que buscarme la vida. Lo pasé muy mal porque no encontraba nada técnicamente pero tuve que asumir ese papel, tuve que aprender bastante... Bueno, por lo menos es una cosa que estoy más orgulloso porque hoy el servidor funciona, el correo electrónico funciona y la página web funciona. Todas esas cosas técnicas que no son las mías. En verdad, pero, bueno, pero también... Y eso lo que hago allí, el tema administrativo y el tema de la comunicación.

Ele ainda explica que estando ali em meio a vários profissionais mais velhos que não possuem intimidade com a internet, teve que assumir o papel de treinador desses companheiros em enviar *emails* e entender como a rede funcionava.

Sua descoberta da internet se deu em Málaga ainda quando abriu a famosa conta “Ozecai” (que usa a junção do seu nome/localidade). Depois disso, se mostrou um empolgado com as possibilidades da grande rede, como explica:

El potencial de internet para lo que a mí me gustaba hacer... y cuando comprendí en verdad al cambio que suponía la internet fue cuando fue con el movimiento global. A raíz de Seattle. Y después empecé a estudiar y también no era nuevo que aquí en Europa, con los movimientos de Europa, que por otros lados ya se ha utilizado bastante...Pero Seattle fue lo que dije. [...] Digamos que me siento afortunado ahora de estudiar comunicación en el momento histórico que está, es como estudiar comunicación cuando surgió la prensa, creo que es comparable. Yo creo que es comparable.

Y, entonces, pues, dijo yo, la “xixa” está en internet, no, creo que eso era como nuevo para mí pero cuando empecé a buscar bibliografía ya había, ya habían estudiado 20 mil veces, no, bueno... Me puso un poco al día y empecé a estudiar sobre todo... El uso de internet por parte de los movimientos sociales y ya profundizando un poco más, digamos la propia influencia del movimiento social en surgimiento de la internet, el espíritu de la internet, como digamos, que son dos cosas

que se encuentran, no, afortunadamente, pero creo que no depende una de otra, no hay un término tecnológico, sino que la propia internet no surgió también al amparo de una cultura de los 60 los 70, de los nuevos movimientos sociales allí en California, no, y como, influyo en la propia creación de la internet y ahora como influye en la defensa de la internet, no, en estos todos movimiento que defienden la internet. Pero siempre me ha centrado más en los movimientos sociales, desde cá mas que lo usan la internet como también los que defienden la internet. (Ozcai, 2012)

Ele compara, ainda, a chegada da internet com o protestantismo que dizia que o crente deveria interpretar a Bíblia por ele mesmo. Para Ozcai é como se a internet pusesse a voz nas pessoas para que pesquisassem por elas próprias e produzissem seus conteúdos a sua maneira. Mas ele enxerga ali também uma incoerência: traduzir as Bíblias para que cada um a interpretasse fortaleceu o movimento protestante, assim como a internet também, favoreceu a globalização.

Es decir, el movimiento global ha puesto por formas de organización social horizontales y participativas y internet es un medio que permite esa forma horizontal y participativa a grande escala, no? Porque hay otros medios que ya permitían pero no de masa, que se está haciendo ahora es autocomunicación de masas, no? Yo hacia una comparación de hecho con la biblia poliglota y *indymedia*. Que es, digamos, el medio que une esas dos cosas, es decir, la biblia poliglota se imprime por un medio técnico de la imprenta e se le dá unaestimativa por la imprenta y el mismo hecho de traducir la biblia contiene el mensaje del protestantismo. Haz lo mismo con la cultura del *ciberpan*, haz lo mismo con la cultura del *indymedia* que es tu los medios, no? (Ozcai, 2012)

O comunicador se considera ainda um super otimista em relação ao uso da *web*. Até porque tem claro que na Espanha não há os problemas de acesso que existem no Brasil ou na América do Sul. Para ele, “não pecando com um excesso de otimismo, porque é necessário matizar esse processo inclusive na academia, é verdade que muita gente acha que a internet pode resolver todos os problemas do mundo.” É possível que não, diz ele, mas vê que a internet pode fazer grandes mudanças exatamente porque é um meio de comunicação e os meios de comunicação podem mudar o mundo, diz.

Hoje explica que na *CGT*, como nos movimentos, usa praticamente 90% a internet como veículo para a sua comunicação até porque envia aos outros meios, tanto eletrônicos quanto impressos, as notícias por meio da internet. Ali também usa as redes sociais, as listas de sindicatos, de ativistas, etc, tudo por internet. E continua bem otimista em relação ao futuro do uso desse veículo, tanto nos movimentos quanto no

trabalho como um todo, em confronto com o que se recebe de notícias dos meios hegemônicos.

Pero la juventud ahora mismo, estaba en la encuesta, la juventud española consume más internet, y cuando eso sea a toda la población, y lo será, porque internet crece más sobre los jóvenes, es decir, que dentro de 40 años, internet será el medio de comunicación más consumido. Y es muy distinto la información que puede encontrar en la internet y la información que se encuentra en los medios tradicionales. (Ozcai, 2012)

#### **6.4.3.5 O sentido das práticas comunicacionais de Ozcai e a busca pela cidadania.**

A seguir colocamos algumas reflexões em relação às práticas do comunicador e as dimensões de pesquisa estabelecidas.

##### **6.4.3.5.1 Relações das práticas do comunicador com o Movimento social e o contexto**

Um dos grandes destaques que podemos estabelecer na trajetória de vida de Ozcai é a entrada na academia, continuando o mestrado e o doutorado. Como era “rebelde”, os livros e a preparação teórica só deram a ele mais combustível para as suas lutas. Da mesma forma que com os outros comunicadores, não é possível ver o movimento influenciando seu fazer e, sim, um pensamento altamente estratégico que o leva a atuar em relação ao movimento da *Corrala Ilusión*. Já no seu trabalho – que por ser numa central sindical pode ser considerado um movimento – o fazer técnico se suplanta ao militante. A partir das necessidades da central e como funcionário responsável com o que faz, Ozcai se responsabiliza por conseguir organizar tudo que está sob seus cuidados mesmo que isso signifique ter que aprender sozinho a trabalhar com *sites* ou outras plataformas não tão íntimas ao comunicador no passado. A influência do professor de desenho, anarquista e crítico, e o suporte dos pais para ir atrás dos seus títulos formaram um contexto interessante para o desenvolvimento teórico/ideológico do comunicador.

##### **6.4.3.5.2 Relações das práticas do comunicador com sua cultura profissional e cultura política/de militância**

Ozcai não soube lidar com a sua “rebeldia” a tempo e acabou perdendo a nota para entrar no curso de Jornalismo, o que seria mais próximo ao que ele gostaria de realizar. Perdeu a nota mas “não perdeu o rebolado”. Mesmo fazendo publicidade, sua indignação o levou a militar cedo, o que parece que veio antes de uma escolha efetiva de profissão. Há que se ver que mesmo com a ideologia beirando o anarquismo, ainda assim ele foi trabalhar em uma agência de publicidade, onde não durou muito tempo exatamente por não concordar com o gerenciamento e com o tratamento que se dava aos empregados. O que precisamos destacar do comportamento de Ozcai é que ele entende militância no trabalho também, não só a voluntária, apesar de estar fazendo os dois. Para ele, mesmo desenvolvendo um trabalho técnico, como explica, porque consegue separar o técnico do militante, ainda assim é melhor trabalhar em um lugar em que se acredita. Ele não entende o trabalho na CGT como militância principalmente quando diz que no horário de trabalho eles “deixam” que ele faça materiais para as militâncias, como por exemplo, os *CSOs* em que atuava. Mas entende que precisa trabalhar em um ambiente no mínimo coerente, como é a *CGT*. Como sindicato eles defendem a carga horária semanal de 35 horas e a praticam em sua sede.

#### **6.4.3.5.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais**

O comunicador não deu muito destaque ao relacionamento com a mídia de massa, mas é bastante empolgado com as possibilidades da internet, tanto que foi foco do seu estudo no doutorado. Para ele, a revolução da internet assemelha-se à prensa de Gutemberg ou mesmo à tradução da Bíblia no que concerne respectivamente à atualização/edição de lógicas e costumes da nossa sociedade e à liberdade de consumir e produzir conteúdo. O advento da Internet, segundo o comunicador, sem o problema de acesso que temos no Brasil, é o que efetivamente poderá transformar a comunicação dos movimentos sociais. Vê-se que sua atuação tem muito de tática a partir da sua paixão pelo próprio meio mas, ainda assim, a estratégia se sobressai até pela maneira com que reflete de maneira consciente sobre as formas de uso e atuação no meio digital.

#### **6.4.4 Hazeina**

Hazeina é sorridente e tem 28 anos. Ri o tempo todo, por qualquer coisa, como se com sorrisos fosse resolvendo a vida de gente que precisa de dignidade para viver. Ela é a única que não fez graduação em comunicação. Podemos dizer que é comunicadora popular. Nasceu em Cama, um povoado ao lado de Sevilla, diz que é uma *Cani*<sup>290</sup>, gíria para alguém que é da periferia, vileiro. Seu estilo de vestir e de cabelo pode ser considerado alternativo. Parecido com o de Maca e Juanjo, anda com roupas coloridas, artesanais e o cabelo é comprido de um lado, raspado do outro e com uma franja bem curta. Tem *piercing* no nariz.

Sua vida não é das mais fáceis. Morou com namorados, amigas e companheiros italianos, o irmão é “mala-leche” como ela mesmo diz e tentou roubá-la duas vezes, uma delas morando na mesma casa. Hoje prefere ficar sozinha em uma casa de um amigo que foi estudar em Madrid. Com ele tem um laço de confiança em que pode dizer que não pagará o aluguel quando estiver com dificuldades. Está hoje desempregada dependendo da ajuda para aluguel que o governo determinou cortar no final de 2012. Explica que como entrou com os papéis antes dos “recortes” ainda tem a esperança de ter essa ajuda enquanto não encontra emprego.

Tem um irmão conhecido e dois que não conheceu. O pai saiu de casa para ficar com outra mulher e há alguns anos a polícia bateu na casa dela dizendo que tinha falecido e que precisavam de alguém que se responsabilizasse pelo funeral e pelos trâmites burocráticos. Como o pai nunca contou onde vivia com essa outra família e acabou se afastando também deles, Hazeina conta que tentou já procurar os outros dois irmãos que sabe que tem, mas sem sucesso. A mãe hoje mora sozinha em Cama, tem um namorado, faz serviços aqui e acolá, e está tentando uma ajuda do governo porque trabalhou por anos em um centro de menores que não pagava as taxas a fim de que ela pudesse ter o seguro desemprego. Essa ajuda é chamada de “plan preparo” que consiste em 400 euros depois de 2 anos desempregado. Para se ter direito a essa ajuda, é necessário ir a uma entrevista todos os meses e apresentar muitos papéis, diz. Por isso essa situação da mãe ainda está pendente, ainda porque o governo estuda esses recortes nas ajudas em geral.

Hazeina saiu de casa aos 19 anos para poder morar perto de onde deveria fazer estágios do curso técnico em produção audiovisual. Mas antes seu consumo midiático era de muita leitura. Tanto que a professora falou com a mãe sobre os empréstimos de

---

<sup>290</sup> Aqui há uma descrição do que seria a “cultura cani”. [http://www.frikipedia.es/friki/Cultura\\_cani](http://www.frikipedia.es/friki/Cultura_cani)

livro. Ela dizia que Hazeina sempre pedia novos livros para ler em um tempo muito curto, e que não era possível que estivesse lendo-os, na opinião da professora. A mãe respondeu que lia, sim, que ela via quando a filha estava lendo porque era uma menina que não saía muito à rua, preferia ficar em casa.

Como todos os outros entrevistados, Hazeina não pretende se casar, mesmo tendo morado com vários companheiros. Para ela, é melhor tentar o relacionamento logo para ver se é bom, senão cada um decide a sua vida. A mãe não gosta muito da ideia, mas não interfere. Quer ter filhos, porque pensa que os “maus” estão colocando muitas pessoas no mundo, por isso, para ela devemos educar pessoas boas para combater os injustos. Não se considera uma pessoa religiosa, mas também vê na igreja muita gente que faz as coisas acontecerem na base, no popular e, por isso, respeita.

A comunicadora já visitou o Brasil em 2008 para um encontro sobre trocas solidárias (Portugal, Brasil, Argentina e Espanha participavam, cada qual com um projeto) promovido pelo instituto *Akatu*<sup>291</sup>, mas diz que tem um problema sério em aprender novas línguas. Diz que é muito difícil se expressar em uma outra língua, “ser você mesmo”. Por isso sabe que é uma postura egoísta, mas sente-se feliz de saber que pode se comunicar com boa parte do mundo porque falam espanhol. Então decide que não vai se sentir culpada por ser incompetente em línguas.

Durante a entrevista falamos da transição, da vergonha que sente de ser de um “reino”, entende que vive em uma ditadura bipartidarista e que falta muito para uma democracia ser realmente real no país. Está envolvida com o movimento *15M* de Sevilla, com o jornal alternativo *Diagonal* e presta serviços audiovisuais para praticamente todas as *corralas* atuantes, principalmente no que consiste em foto e vídeos.

#### **6.4.4.1 Cultura profissional/trajetória/consumo midiático**

Hazeina já avisa que não fez universidade porque não teve nota suficiente para entrar. Fez um curso técnico de comunicação depois do ensino médio que durou dois anos. Disse que envolvia um título super grande de produção de rádio, teatro e cinema.

Era como un oficio, el técnico superior. Y, yo, en verdad, no sabía cual la diferencia entre realización y producción y me metí en

---

<sup>291</sup> Akatu é uma organização sem fins lucrativos, um instituto que desenvolve trabalhos de conscientização em relação a sustentabilidade e meio ambiente. [www.akatu.org.br](http://www.akatu.org.br)

producción porque me sonaba mejor, sabe? (risos) así fue... Y en verdad, lo estuvo *guay* porque en producción lo que te hacía era conocer un poco los diferentes equipos que conforman en la hora de hacer un trabajo audiovisual, si en una hora era teatro, una película de cine, una serie de televisión, un radio... Entonces eso me diera la posibilidad de conocer todo que se movía y también decidir luego qué era lo que más me gustaba. Y me gustaba la parte de video, fotografía, radio también me encantaba... que era lo que quería hacer realmente el trabajo, no? Entrevistar y recoger testimonio, eso era lo que me gustaba más. Entonces, cuando acabé el módulo, hice un curso que era para desempleado, que era la que trabajaba en la emisora de radio y televisión municipal de Andalucía y que era la en Cartuja, que enseñaba a grabar, a montar y a trabajar un poco con photoshop, diseño... Y ese fue mi primero inicio, en esos 6 meses, aprender a tocar un poquito las herramientas. (Hazeina, 2012)

Logo depois de fazer esse curso de edição, convidaram-na para ajudar a construir um documentário de maneira voluntária. Nessa época seu trabalho era a limpeza de um bar, então resolveu aproveitar a oportunidade para aprender mais. Ali aprendeu a lidar no *Autocad*, no *Premiere* e a buscar depoimentos de pessoas em geral. O foco do documentário era a vida dos estudantes que saíram da *Educação Secundária Obrigatória*, formados ou que abandonaram. Por ali, relata, já teve uma ideia de como estava caminhando profissionalmente a juventude espanhola.

Depois dessa experiência voluntária, a ONG que estava desenvolvendo esses projetos de documentários, audiovisuais e oficinas relacionadas à comunicação a convidou para trabalhar contratada com jornada de sete horas por dia. Ficou ali por sete a oito anos e está há oito meses desempregada, assim como as 23 pessoas que ali estavam na organização. Reflexo do corte de investimentos nas organizações que estavam direto na base, trabalhando com o povo tanto em pesquisa quanto em comunicação. Isso não quer dizer que esse grupo parou de trabalhar. Continuam prestando serviços de maneira voluntária para manter determinados projetos. É o que Hazeina também faz de casa mesmo.

Atualmente, ela explica que faz fotos e vídeos para os movimentos e mobilizações que estão acontecendo em Sevilla. Nem sempre cobra por isso. É também correspondente do jornal alternativo *Diagonal* e é nessa função que desempenha que vamos nos concentrar nessa investigação, já que seria impossível descrever a relação que mantém com todos os movimentos que está envolvida (incluam-se as *corralas* em geral e o *15M*).



Artículos, fotografía... sobretodo fotografía. Porque voy a un sitio no estamos todos porque no estamos todos organizados, sabes? Hago, por ejemplo, el otro día en la maní, hago las fotos y ahora se empieza a pasar a todo mundo. Algunas salen en *Diagonal*, otras en *Sevilla Toma La Plaza*, otras correo, la propia *Corrala* para ellos, sabe? A mí me da igual, sabes? Mis fotos son libres, mi trabajo es libre, y lo hago para compartirlo. No pretendo lucrarme, pero tampoco... o sea, yo se fuera trabajar de gratis yo voy hacer, así, por una causa. Si cobro algo, igual, porque también necesito comer. Intento buscarme las cosas de comer sin que le quiten a lo otro, sabes? (Hazeina, 2012)

Está desemplegada, mas entende que não vai trabalhar em qualquer emprego que ela não acredite. Comprometeu-se com os projetos da ONG e entende ser de sua responsabilidade dar continuidade ao que cabe a ela.

Claro, no vamos tirar a los jóvenes echados de un proyecto de Pachamama? Y tengo que darle la discusión, aunque les han tirado, los usuarios de info que me hacen preguntas, que son personas, sabes? Entonces... Difusión de actividades, que eso voy a hacer, me pagando o no... De hecho, desde que estoy en paro – otro día hablaba con una colega -yo no he buscado trabajo. Pero por varios motivos: uno no tengo la esperanza de que voy a encontrarlo. Dos: si encontré alguno no va a ser un trabajo que a mí me motive, sabes? Yo, para trabajar para el sistema, prefiero pasar hambre! Te lo digo de verdad. Y recortarme las cosas que puedo y ya está. O sea, yo nunca me voy a poner a trabajar en un Macdonalds. Que para eso voy a ponerme a trabajar en el *ABC* o en un periódico chungo. Sabes? Es que no, es que no. Que para eso me invento cualquier historia. Antes, que me poner a hacer eso. Y tampoco que no tengo tiempo. Porque? Porque ahora, que estoy en paro, se está muchísimo más estresante que antes porque ahora estoy, ahora me puedo implicar en más movidas! Sabes? Y se antes estaba implicada en 20 mil movidas, ahora ya es así como la locura total, sabes? La muerte. (Hazeina, 2012)

Está envolvida na comissão de comunicação do *15M* e quando há jornadas de cursos está partilhando o conhecimento com o restante do pessoal. Diz que não se preocupa em ter títulos de academia, seu conhecimento, como diz, é das ruas, é do fazer é do dia a dia.

#### **6.4.4.2 Cultura política/Militância**

Hazeina é movida pelo coração, pelo que é apaixonada. Diz que tem escrito, no blog dela, em outros *blogs*, em redes sociais mas que realmente prefere fazer fotos e vídeos para os movimentos. Diz que sente muita responsabilidade no que se escreve e tem muito medo – se estressa – de estar falando alguma coisa errada que pode prejudicar alguém.

Enquanto falávamos, ela não citou teorias ou ideologias às quais está ligada. Mas deixou claro como é a sua maneira de trabalhar: participativa, popular. Contou ainda que quando houve as movimentações relativas a *LOU*, ela e uma amiga eram menores de idade e, mesmo assim, quiseram ir às reuniões do sindicato – SAT – que seria o MST espanhol. Lá ela ia para ter aulas de “história real”, diz, porque via que tinha ainda muito que aprender sobre tudo o que houve em seu país. O pessoal do sindicato não sabia como tratá-las porque não podiam ser filiadas por serem menores. Mesmo assim continuaram participando.

Antes disso, Hazeina cita a influência dos professores de filosofia que a fez pensar e de história que fora corajosa por apresentar o grupo ETA (considerado terrorista) sobre outro viés, mostrando que mesmo tendo usado de estratégias não tão aceitáveis, o que eles propunham deveria ser entendido como legítimo. Ela disse que essa professora era, no mínimo, inovadora porque pouca gente falava bem do ETA.

Hoje sua base de informação continua sendo as ruas e os veículos alternativos. Diz que tem uma lista de mais de 400 entre rádios, *sites* e impressos e percebo, na entrevista, que ela construiu sua visão radical de mundo por essa convivência com as pessoas, pela luta na rua mesmo e menos pelos livros. A entrevista foi uma aula de história sobre a Guerra Civil, o movimento contra a monarquia, contra os latifúndios e as ocupações, além de sua experiência com o *15M* e a Democracia *Real Ya!*

#### **6.4.4.3 Movimento Social a que está envolvida**

É difícil definir um movimento social a que Hazeina está conectada porque ela presta serviços a praticamente todos os movimentos que hoje atuam em Sevilla. Tem sua especialidade nas fotos e vídeos e na cobertura das manifestações em geral. Incluem-se aí as *corralas*, *15M*, *radiópolis* e o periódico *Diagonal* além de manifestações outras em geral. Mas faz também coberturas para o *Jornal Diagonal* – na sucursal de Sevilla – e explica um pouco como se fazem essas notícias. Aqui se torna difícil estabelecer somente um movimento para vermos a relação de Hazeina com eles. Como ela navega entre o que está acontecendo, pedi que me explicasse um pouco a relação dela com o *Jornal Diagonal* e com um movimento de *Sevilla 15M*.

O *Jornal Diagonal* é semanal, alternativo, nacional, existem 13 pessoas contratadas em Madrid que editam o que chega de diversas províncias, atualizam as redes sociais e vão atrás de publicidades que são de empresas coerentes com o que todos

entendem ser o que defendem. Existem cinco mil assinantes que mantêm o jornal e ele é também vendido em lugares estratégicos, como o bar *Él Barcón*, onde entrevistei Maca.

Ela explica que não possui um perfil fechado dos assinantes, mas que sabe que muitos são ativistas dos movimentos sociais. Mas a ideia não é fazer um jornal dos movimentos e sim um generalista, como os de massa, mas que não atenda aos meios de poder. Algo independente. Diz ser uma necessidade de, voluntariamente, o pessoal de Sevilla pensar melhor na distribuição. Ela explica como fica a questão da cobertura que ela faz para o jornal:

Hombre, hay veces que nos dan toques de: “oye, que va a pasar a eso, los podéis cubrir que nos interesa” y envía para papel y otras veces somos nosotros que lo proponemos: “mira que va a pasar esto, que entra en papel para el próximo número”. Se habla en la asamblea, porque todo es asambleario y también los tiempos son más lentos, por eso no somos un periódico como de actualidad. Tanto como hubiera sido. (es de reflexión) Y de contextualización, o sea, cuando normalmente un medio a lo mejor te hecha la noticia hoy porque “voy a pasar un ponientazo, hay muertos tanto” nosotros hablamos: “no te vamos a poner, pero vamos a poner la próxima semana y vamos explicar (porque pasó)”. Exactamente, viene todo ese contexto y un poquito de cuáles son las influencias, un poco más de análisis. (Hazeina, 2012).

As assembleias decidem pautas e abordagens e vai quem quer. Não é necessário fazer parte de um grupo específico ou movimento social. Elas acontecem pessoalmente em Madrid e sugestões de pauta são enviadas das diversas comunidades autônomas. Todos os anos também são realizados encontros estatais, mas todas as províncias possuem um grupo que faz as coberturas locais. A ideia e plano para o futuro é fazer um *Diagonal* andaluz, coisa que não é possível no momento porque 90% das notícias seriam de Sevilla. E ela explica que a equipe dali não cobriria coisas que estão acontecendo em Almeria, porque a lógica é de que a pessoa de lá conte sua história. Assim, enquanto não houver “representantes” em todas as principais cidades andaluzas, prefere-se não fazer o jornal regional.

O jornal possui colaboradores pontuais, conhecidos, que enviam os artigos e escrevem suas análises. Alguém os revisa de Madrid e publica. Quem quiser falar de um assunto específico está convidado a participar, é aberto. Pergunto, então, se alguém de “direita” poderia participar. Ela explica que esse tipo de pessoa não vai entender a lógica assembleária e não vai durar muito tempo no grupo. A ideia não é que a publicação cresça exponencialmente, mas sim com qualidade. Hazeina dá o exemplo de

uma menina que tem vindo nos últimos cinco encontros de pauta. Disse que gosta de cultura e gostaria de cobrir esse assunto já que os outros companheiros não conseguem. Todos a receberam bem. O que ela explica é que o “gatekeeper” aqui para esse periódico é a própria assembleia. Mesmo assim, ela aponta situações em que foram publicados artigos com ideias opostas.

Son personas de totalmente confianza. De todas las formas también hemos tenido momento que han salido artículos contradictorios. Es decir: en un número sale un artículo en favor de legalización de la prostitución, y en siguiente, en contra. Porque no hay consenso en ese tema, y hay personas que piensan diferente y quieren aportar... Y mientras la sede de la objetividad el objetivo no se puede olvidar nunca, la veracidad y que lo constan tus fuentes sea reales, porque no va a salir? Hombre evidentemente no vamos a defender los toros, a lo mejor no vamos a defender... porque eso ya entra en... es que el colectivo entero te va a decir que no. Y si por ejemplo alguien siempre podrá participar con cartas de auditorio, sabes que puede participar de otra manera, o con comentarios en la web... (Hazeina, 2012)

Explica ainda que o propósito, a linha editorial do *Diagonal*, é dar voz aos que não têm necessariamente essa voz, que são invisibilizados, os rostos, a história, incluindo aí as mulheres e imigrantes. Assim, o jornal faz uma abordagem mais humana das notícias que já estão sendo publicadas. Algo como mostrar o outro lado da questão saindo da lógica jornalística dura dos grandes jornais.

#### 6.4.4.4 Práticas de comunicação realizadas pela comunicadora

Como já dito, Hazeina possui trabalhos desenvolvidos em diversos âmbitos. Tem um *blog*<sup>292</sup> pessoal em que publica essas questões nas quais está envolvida e que nem sempre aparecem em outros meios de informação. Tanto que o nome do *blog* é “a história que não te contam”. Ela diz que no fazer comunicação não tem em mente muitas estratégias aprendidas nos cursos. Suas produções em geral não seguem um padrão para se chegar a um intento. Assim, não há um propósito no formato, como vemos isso bem consciente em Maca e em Juanjo; mesmo assim, algumas produções são realizadas para seguir um intento como, por exemplo, um texto que ela colocou no *blog* explicando sobre a história das (principais) *corralas*<sup>293</sup> que estavam se mobilizando em Sevilla. Em dois dias teve 360 visitas, o que ela considera um sucesso já que publica

<sup>292</sup> <http://lahistoriaquenotecuantan.blogspot.com.es/>

<sup>293</sup> <http://lahistoriaquenotecuantan.blogspot.com.es/2012/11/las-corralas-de-sevilla.html>

pouco e não divulga o *blog* com frequência. O blog serve somente para que possa organizar as ideias de militância e faça seus desabafos. Afirma que coloca no *blog* porque pensa que se alguém gostar, melhor. Assim há mais gente para a revolução.

Outra forma de comunicação é para o jornal *Diagonal* ou ainda para movimentos em geral como as *corralas*. Ela conta que sempre tem dúvidas se está fazendo o correto, se o texto está adequado e, por isso, tenta sempre trabalhar na linha popular e participativa, pois quando alguém escreve outros revisam e isso acontece com seus próprios textos que vão para *blogs* das *corralas* ou o jornal *Diagonal*. Nada faz sozinha. E esse pensamento é geral nos grupos com os quais interage, eles também possuem esse “código” de trabalho.

Yo pienso así, y muchas más gente piensa así, entonces hemos conseguido que los grupos piensen así de alguna manera, o sea, nosotros desde principios – estuvimos implicados en el grupo *15M* desde el día uno – de la acampada, desde antes de la acampada – y nos metimos rápidamente en el grupo de comunicación porque veníamos todos de ese ámbito, no? Al principio era un caos total, mucha gente nueva, formas de pensar diferente. Conseguimos hacer un protocolo consensual donde al final el lema era: si nadie es por ti que nadie comunique por ti. Y allí conseguimos introducir todos esos valores de talleres de empoderamiento, de que todos podemos ser comunicadores, aunque no todos seamos periodistas... (Hazeina, 2012)

Ela ainda conta que especificamente no grupo sevillano do *15M* pelo fenômeno de tanta gente que nunca foi dos movimentos resolver se envolver, a prática de assembleias e de reuniões para decisões em conjunto eram estranhas a muitos. Exercitou-se a construção de um protocolo comum, onde essas questões sobre quem vai comunicar vêm de decisões comunitárias. Esse protocolo também está postado na *web* para acesso de todos. Hoje ela ainda faz coisas para o *15M* mas já não vai em todas as reuniões por falta de tempo e por estar mais envolvida aos movimentos locais.

Porque en verdad, que en ese tiempo, mucha gente que la llevamos un año currando nuestro partido histórico, por estar con el movimiento *15M*, que estaba surgiendo, que era toda una emoción, que necesitaban también de acompañamiento, que había gente que nunca había escuchado la palabra asamblea en su vida! Es que aquí el tema... Se tu tiene en cuenta que nosotros hemos estado en 40 años de dictadura y 30 años de dictadura camuflada. Donde no he habido debate, donde no he habido la verdadera participación política, donde se no ha dejado posicionarnos de ninguna manera, o sea, todo era una

mentira total. Entonces aquí no he habido debate. Entonces ese ejercicio ha empezado hacer ahora. (Hazeina, 2012)

Todo esse trabalho de exercício de participação aconteceu em um acampamento de mais de mês que se fez na praça “particular” de La Encarnación ou Zetas. Ressalta, assim, o simbolismo do início do discutir, do fazer junto, de maneira participativa, inclusive na comunicação, nesse acampamento do *15M*.

Hazeina ainda tem contato com diversos outros meios de comunicação alternativos (há mais de 400 na Espanha), entre eles a *Radiópolis*. Mas o que realmente gosta de fazer e se propõe a realizar são as coberturas tanto fotográficas quanto audiovisuais, com a produção de pequenos filmes para diferentes propósitos, entre eles para postagem nos *blogs* das *corralas* e sensibilização sobre algum processo que se está vivenciando. A maneira como produz esses vídeos não segue um padrão de produção. Ela entende que seu consumo de séries de TV ou mesmo de filmes pode ter influenciado muitas de suas produções, mas explica que mesmo nos cursos de produção que fez entende que precisa fazer diferente. Por isso, faz de maneira natural, como explica.

Pero otro día estuve en un taller y decía el chaval que vino a darlo: como pretendemos contar cosas diferentes de la misma manera que nos la cuentan los otros? Como vamos a hacer un documental que aparezca los 5 segundo primeros el imagen del hombre, lo ha que titulo de quien es, para contar totalmente lo contrario que los están contado en otros escenarios. Es imposible. Entonces tenemos que romper con esas formas de contar. Bueno yo que sé. Yo tengo hecho documentales y estos rollos que no sé si habrán... entiende que los cuesta... Yo simplemente intento contarlo. De hecho no tengo ninguna regla. Yo cuando me enfrento a hacer un documental va saliendo todo, a mi como un, es como un puzle, no? Me van de repente creando cosas y de repente una música me da los tiempos de plano... Y a lo mejor yo no sabía que iba a poner esa música... simplemente estaba escuchando y digo “ostia, esta totalmente para cabecera, no sé que...” También me encanta coleccionar músicas, tengo la suerte de coincidir con mucha gente en los encuentros donde trabajo, de otros países que me pasaban un montón de música, y música no comercial, música eso de “mira, esto son de mi pueblo no se que que ha ver eso” Igual que les paso cosas de aquí que no van a encontrar nunca porque son muy locales, no? Entonces, también he tenido esa suerte, he tenido mucha material, mucha música que me he creado siempre mucho. Y yo que sé, y yo que sé!! Es verdad que hay unos videos de mani, porque se parecen como al discurso que tienen los movimientos sociales, en la forma de comunicar. Pero yo también intento que todo tenga que ver con todo, que todo tenga (una identidad)... Exactamente. (Hazeina, 2012)

Ainda conta que se questiona dentro do movimento em relação a quanto chegar em determinados públicos. A intenção é sensibilizar, é buscar mais gente para fazer parte da causa. Então as perguntas ficam em relação a como fazer para ter mais acessos, para ser mais visto, mais participado. Que tipo de discurso deve ser feito para que as coisas sejam vistas. E, também, por outro lado, diz que não vai se utilizar da fórmula da TV aberta, que foca em pessoas chorando para fazer o dramalhão. Diz-se muito emotiva, que vai fazendo as coisas enquanto surgem e que talvez prefira menos acessos, mas algo mais original, porque, como diz, “a alguém vai agradar”.

No fundo, Hazeina diz que realiza as filmagens a uma maneira solta, mas pelo seu discurso vemos que há uma ideologia e um consumo e, ou ainda um não-consumo que pauta esse seu fazer no audiovisual.

Especificamente sobre o papel da internet nas estratégias comunicativas dos movimentos sociais, ela entende que há um mundo novo, sem fronteiras se abrindo, principalmente para os meios menores, pequenos, que não têm tanto espaço para se posicionar. Aqui ela explica seu posicionamento, dando exemplos como, o que aconteceu com *15M*:

Los grandes medios son los que ocupan toda la información. A los pequeños medios cuesta mucho trabajo que la gente te lea o que la gente incluso te conozca. Que sepan que existe. Que pasa del *15M*: ha habido dos factores. Uno: que las televisiones se van deslegitimando y la gente ya no cree no que dicen, por lo tanto han tenido que pasarse a buscar información a otros lugares y luego está el tema de internet. En verdad esta es la primera revolución que vivimos con la herramienta de internet por medio. Y esa herramienta consiguió dos cosas. Uno: que las estructuras de fronteras se vayan... O sea, ahora mismo, yo me puedo coordinar con alguien de Brasil en acción y de hecho hacer acciones internacionales súper fuertes que antes hubiera sido imposible coordinar. Entonces elimina un poco el concepto de la frontera y luego que tiene la comunicación al minuto, sabes, de cualquier parte del mundo... Entonces es muy difícil que te engañen porque realmente haya la carga en Madrid y eso va en una foto y no, era un madero infiltrado. Y de repente esa foto se ha compartido 7 mil veces, todo mundo la conoces, y da igual lo que diga la tele, porque todo mundo ha visto la foto del madero infiltrado. Sabes? Y ahí también creo yo, que los gobiernos sobre todo, y después, los medios de comunicación no tanto, pero tampoco, creo que no saben en verdad llevar el tema de las redes sociales porque se escucha mucho por la marca, de cómo lo dicen y todo, y no tienen esa rapidez, esa estrategias de... me da igual eso y tanto... sabes? (Hazeina, 2012)

Outro ponto que ela coloca como interessante é o arregimentar de pessoas que não formam os movimentos por meio de uma linguagem simples e direta. Foi o que

conseguiu a *Real Democracia Yá*, que afastou os pensamentos radicais, com um discurso que carregava pontos básicos, sem ter intenções claras de esquerda ou direita. Ela conta que para os dois movimentos esse discurso chocou de alguma forma, por ser muito simples, muito básico, mas acabou sensibilizando as pessoas que não tinham muita consciência do que estava acontecendo. Para ela é uma solução interessante, pois ou se fica no básico para começar ou se demora muito para chegar em um nível em que as pessoas tenham noção do que realmente está acontecendo.

#### **6.4.4.5 O sentido das práticas comunicacionais de Hazeina e a busca pela cidadania.**

A seguir colocamos algumas reflexões em relação às práticas da comunicadora e as dimensões de pesquisa estabelecidas.

##### 6.4.4.5.1 Relações das práticas da comunicadora com o Movimento social e o contexto

Hazeina não está trabalhando para um movimento. Está "no paro" agora, mas nunca esteve tão ocupada. São fotos, vídeos, documentários, matérias para o jornal *Diagonal* que vão determinando seus dias e seus fazeres. Mais uma vez, vemos mais liberdade no fazer da comunicadora (que aqui é popular, formada na comunidade!) do que os próprios movimentos poderiam determinar. O contexto em Sevilha pode ser definidor dessa liberdade quando provê muito mais possibilidades de suporte financeiro a esses comunicadores como Hazeina, que pode ficar um ano sem trabalho formal. Muito além da escolaridade, as leituras da adolescência e os próprios amigos determinaram uma visão crítica e combativa na comunicadora. Talvez por não ter frequentado a universidade, sua menor preocupação é com a técnica. O que determinou seu fazer até o momento foi a sensibilidade de estar no meio do povo, da comunidade, do movimento. Essa formação na caminhada, a exemplo do que houve na acampada do *15M* em que todos se “formavam” nas assembleias e cursos, foi forjando um jeito de fazer comunicação mais ligado ao sentir do que a técnicas (de vídeo, principalmente).

##### 6.4.4.5.2 Relações das práticas da comunicadora com sua cultura profissional e cultura política/de militância

A comunicadora não se autoidentifica com um título, como o de anarquista, mas se considera uma *Cani*, isto é, da periferia, do povo, o que nos é muito significativo



quando vemos como ela produz seu processo de militância. Ela escreve, mas vê nisso uma responsabilidade muito grande, por isso acaba pedindo a opinião de todos ao redor para analisarem seu texto. Ela faz o vídeo, mas é levada pela intuição muito mais do que por um aprendizado formal. Tático é o fazer de Hazeina que vai se criando no processo. Esse formato fica muito claro em seu depoimento quando ela explica que faz o que sente que precisa fazer e sabe que alguém, alguma pessoa talvez vá gostar disso. Seu intuito não é arregimentar grandes públicos, sensibilizar grupos ou se relacionar com a mídia de massa. Ela vive mais para dentro do movimento. Quando as necessidades aparecem ali, ela ouve e participa para resolvê-las.

#### 6.4.4.5.3 Relações das práticas do comunicador com suas competências midiáticas/digitais

Hazeina sabe fazer vídeos, documentários, tem um blog, estabelece boa parte da sua militância nas redes sociais. Para ela, a internet pode ser a saída para muita gente sem voz, mas principalmente para a denúncia e para mobilização, como ela aponta em relação ao *15M*. Na opinião dela, o digital pode vir para desbancar os meios de comunicação de massa que “sempre mentem”. Mas a maior competência que pode ser visualizada em Hazeina é a que Martín-Barbero aponta como a legitimidade. Quando os públicos reconhecem o comunicador como um mediador, ele tem estabelecido as competências comunicacionais.

## 7 O COMUNICADOR NOS MOVIMENTOS ESTUDADOS

Nos capítulos anteriores fizemos uma caminhada pela trajetória comunicativa de oito comunicadores que atuam em movimentos ou organizações sociais de Curitiba-BR e Sevilha-ES. Neste capítulo vamos nos debruçar sobre estas trajetórias para realizar um esforço de análise interpretativa, dando atenção às dimensões da problemática e à pergunta principal que nos direcionou: como se configuram as práticas comunicacionais digitais de sujeitos comunicantes inseridos em movimentos sociais de Curitiba (Brasil) e Sevilha (Espanha) na perspectiva de suas trajetórias de comunicadores e como se vinculam à cidadania comunicativa? Essas trajetórias estão aqui interpretadas de maneira correlacionada nas práticas dos oito comunicadores em cinco blocos: movimento social/contexto; a cultura profissional/política/militante e o consumo midiático; *habitus*, mediação, táticas e estratégias; as práticas no ambiente digital e, por fim, a correlação com a cidadania comunicativa.

### 7.1 A configuração das práticas dos comunicadores a partir do movimento social e do contexto

Visto que já pontuamos e situamos tanto o contexto quanto os conceitos referentes às organizações e movimentos sociais, vamos aqui aprofundar as principais reflexões que os dados empíricos dos dois contextos (Curitiba, Sevilha) nos suscitam, considerando estas fundamentações.

O contexto é berço configurador do movimento social, já que algumas condições sociais são necessárias para que ele se forme (Ibarra, 2000). A contínua transformação da sociedade produzindo fraturas que criam conflitos; uma lógica estrutural e de desenvolvimento econômico que deixa determinados indivíduos fora das redes de apoio e o fato de que os MS muitas vezes possuem mais audiência midiática e dinamicidade que muitos partidos políticos são fermentadores desses movimentos (Melucci, 2001). Em contextos diferenciados, em que incidem tanto a história das duas cidades e seu tempo de existência e desenvolvimento, onde se verificam culturas e configurações sociais/políticas/econômicas também diferenciadas, é previsível que notemos pontos específicos que configuram esses movimentos. Em Curitiba, vemos que as questões voltadas para o resgate e reforço dos direitos elementares e para o exercício da cidadania voltada para questões concretas (terra, direitos da mulher, privatizações, jovens em situação de risco) é recorrente nos movimentos estudados (*Cefuria*,

*Plataforma Dhesca, Terra de Direitos, IRBrasil e IDDHEA*) mesmo cada um possuindo gênese e identidade também específicas. Já em Sevilha, temos organizações focalizadas em questões relativas à moradia, aos trabalhadores, à democratização da comunicação trabalhando para o estabelecimento de uma lógica de mundo mais ampla, que vai atrás do concreto mas que tem origem em uma preparação teórica e ideológica que já vem de anos. Isto é, há uma anterioridade a esses movimentos. Em Sevilha seus membros em geral sabem de seus direitos e parece que há uma maior politização da própria comunidade (pensando nas *Vecinas de la Corrala Utopia* ou na *CGT*) no que se refere ao que lhe pertence, como o direito à moradia. Em Curitiba, o trabalho que o *Cefuria* desenvolve, por exemplo, em algumas comunidades, é voltado pra a geração de renda, ou seja para o empoderamento de famílias para seu sustento e autonomia.

Os conceitos que permeiam esses movimentos estão alocados no capítulo quatro mas aqui é possível fazer uma correlação entre os contextos que foram se estabelecendo e promovendo a construção e criação dos movimentos. Uma dessas relações pode ser vista na organização *IDDHEA* (que na vida do comunicador Tiago deu lugar à própria empresa de comunicação) e na *Terra de Direitos*. Ambas nasceram no *boom* dos anos 90 que configurou a caminhada de diversos movimentos, mas criou outros focados principalmente na terceirização do que o Estado deveria estar fazendo. Montaño (2005) apontou uma debilidade do conceito de terceiro setor, incapaz de agrupar organizações tão díspares dentro de um mesmo grupo, como o *Cefuria, IDDHEA e Terra de Direitos*. A partir do depoimento de Tiago, vemos o *IDDHEA* como representante dessa "onguinização", nas quais muitas vezes, no lugar de uma direção partilhada se encontram "donos" na liderança dessas organizações, personifica-se a organização em um nome que se perpetua na posição, por meio de um formato de trabalho que tem como foco principal a construção de projetos para a manutenção da estrutura da ONG. A *Terra de Direitos* também tem uma origem nessa lógica, mas é difícil perceber nos depoimentos que haja uma personificação de um líder ou dono. As lógicas de trabalho ali se referem mais a decisões de grupo do que a uma pessoa especificamente. Em um terceiro momento, vemos o *Cefuria*, criado muito antes, com gênese combativa dos anos 80 e que optou por se adaptar a essas novas lógicas do contexto em que é preciso institucionalizar processos para se buscar financiamento. Esses formatos de movimento, consequência das mudanças no contexto, *definem muito da comunicação que ali é feita*. Por esta razão, entre outras possíveis, vemos Tiago sem autonomia nas decisões de comunicação do *IDDHEA* entendendo o que faz muito mais como um trabalho técnico

que precisa ser desenvolvido a partir de um objetivo exposto em algum dos projetos colocados para aprovação. Em um outro estágio vemos a *Terra de Direitos* funcionando também de maneira mais institucionalizada, trabalhando com procedimentos voltados para a imprensa de massa, com sala de mídia estabelecida no *site*, com algumas das ações voltadas para a opinião pública. Mas é importante atentar para a autonomia da comunicadora Elisa que pensa ali estratégias de comunicação. Num terceiro estágio está o *Cefuria*, movimento que se institucionalizou e que precisou se adequar a alguns processos mais atuais sem perder o estilo participativo e de autonomia da comunicação, não a que precisa satisfazer financiadores mas a que capacita seus públicos a se comunicarem. A *Plataforma Dhesca* nasce também nesse contexto de "onguinização" mas como se estabelece como um coletivo mais institucionalizado de diversos movimentos de base carrega características tanto combativas como institucionais. Assim, sua comunicação – encarnada no fazer de Alison – acaba ficando entre um estilo mais combativo pelas questões que defende, não se importando tanto com as estratégias para fora, mas sim com as que são para dentro do movimento, seu público. Em relação aos formatos das comunicações nessas organizações, importa lembrar o que já trouxemos de Mattelart apud Faxina (2012) que explica o que pode ser muito comum: ceder às técnicas midiáticas ou mesmo do marketing sem um distanciamento crítico partindo daquele discurso fechado, focado em um público específico, interno.

Dessa maneira, considerando a incidência do contexto no movimento e na sua comunicação, vemos uma institucionalização da comunicação que era militante no uso das outras ferramentas, o que incorre muitas vezes no risco de fazê-lo sem muita reflexão crítica. Mas há algo mais que incide sobre a comunicação nos movimentos que é a noção de projeto político que está na base da ONG ou do movimento. Essa concepção que orienta, que está por trás, e os elementos da cultura que estão envolvidos determinam essa prática de comunicação também. Talvez por essa razão o *IRBrasil* se preocupe menos com uma comunicação institucional, estratégica e formal e mais em refletir e quando houver reflexão, aí sim, repassar essa informação, já que foi organizado em um propósito de luta e não de institucionalização.

Já no contexto de Sevilha, nessa linha de reflexão sobre como o contexto incide sobre o movimento e sobre a sua comunicação, percebemos uma ação um pouco diferente. Por mais que os comunicadores entrevistados tenham informado que lá houve também o *boom* das ONGs (lembremos que lá o cidadão comum pode contribuir para elas ou para a igreja no seu imposto de renda) nenhuma organização nesses moldes foi

objeto de estudo nesse trabalho, muito menos foi citada uma influência dessa institucionalização em massa. Temos do que vimos lá a Cooperativa de Maca, chamada *Buenaventura Comunicación Social*, a *Corrala Utopia*, de Juanjo, a *Confederación General de los Trabajadores* ou mesmo a *Corrala Ilusión* de Ozecai e o *Jornal Diagonal* de Hazeina. Enquanto na grande maioria dos comunicadores investigados de Curitiba o vínculo com os movimentos/organizações se dá de maneira profissional (é um trabalho, mesmo sendo também militância para alguns), no contexto de Sevilha o que vimos é praticamente o inverso. A relação dos comunicadores com os movimentos é, quase na maioria, de voluntariado militante. Lembremos que Maca está criando agora sua própria cooperativa para atender a clientes, como movimentos e organizações sociais, mas vive e ajuda na comunicação da *Corrala Utopía*. Já Juanjo trabalha em uma biblioteca para poder voluntariamente atuar na *Corrala Utopía*. Ozecai trabalha formalmente na *CGT* mas seu foco de atuação militante foi na *Corrala Ilusión*, como voluntário. E, por fim, Hazeina está em “paro” mas nunca esteve tão ocupada, fazendo materiais para o *jornal Diagonal*, escrevendo para o seu blog, fazendo fotos, vídeos e documentários para outros movimentos, como o *15M*.

Julgo que a partir daí há duas razões para esse fazer comunicacional dos comunicadores investigados em Sevilha ser mais autônomo: primeiro porque são voluntários, segundo porque estão acostumados com um processo de participação coletiva e terceiro porque a formação desses comunicadores no decorrer de leituras e grupos de convivência ajudou a construir um *know-how* que os coloca em uma situação de estratégicos, de intelectuais orgânicos, nos termos de Gramsci. Não foi uma nem duas vezes que esses comunicadores me disseram: “a equipe de comunicação se juntou rapidamente e nos encontramos para decidir quem iria fazer o que.” Eles têm a mobilização já no caminhar. Não por causa do contexto do país ou por sua formação na universidade, mas porque são jovens que tiveram suporte principalmente teórico para se construir coletivamente. Outra questão que precisamos levar em conta é a pouca preocupação desses jovens com a questão econômica. No capítulo do contexto vimos que a Espanha entra em uma crise recentemente, mas as condições anteriores ainda provêm uma garantia de direitos que não se vê no Brasil. Um jovem podia trabalhar por seis meses para desfrutar de seu salário por mais outros seis meses. Um pedreiro fazia um bom dinheiro sem estudo. Esse histórico recente aliado a uma cultura de baixo consumo torna esses comunicadores mais tranquilos quando se refere a trabalhar por dinheiro. Não há, como no Brasil, a necessidade de lutar para ter uma casa própria,

comprar um carro, estabelecer determinada segurança. Ao mesmo tempo parece que há uma “certeza” pairando no ar que pode vir tanto de um estado que provia de certa forma (mas está recortando) quanto de parcerias dentro do movimento em que as pessoas se ajudam, se dão suporte. Mas é possível também ver que em dois casos (Juanjo e Ozecai) os pais foram bons provedores oferecendo uma base de segurança para a escolha profissional e para o estudo e preparação. Isso não é visto nos comunicadores estudados no contexto de Curitiba, que se formaram ou na Universidade Federal do Paraná – pública - ou por meio de bolsa do PROUNI, na Universidade Positivo (excetuando-se Tiago que teve paga sua faculdade pelos pais) não sem estar trabalhando para se sustentar desde novos.

Desses movimentos e organizações sociais aqui elencados, retomando os conceitos vistos no capítulo quatro sobre os movimentos sociais e novos movimentos sociais temos uma confirmação do que fomos desconfiando no decorrer da pesquisa. Assumimos o conceito de Touraine em que um movimento social é, ao mesmo tempo, um conflito social e um projeto cultural e que “em todo conflito e em todo movimento social pode-se ouvir um apelo à igualdade, liberdade, à justiça e ao respeito de cada um” (TOURAINÉ, 2006, p. 140) e depois de ter analisados os comunicadores de movimentos vemos que é possível chamar essas organizações de movimentos sociais a partir do conceito tourainiano. Os movimentos vistos tanto em Sevilha quanto Curitiba estão, de certa forma, fundados em um conflito. Conflito nem sempre que se pode dizer antagônico em relação ao sistema, como Melucci (2001) mesmo questionou, mas há uma contraposição de lugares na sociedade e há um enfrentamento, um fundo de insatisfação, de confronto, que nem sempre é somente antagônico. Como Melucci aponta, há um impulso redistributivo e se reclama, também, por acesso às formas de representação social. Além disso, outros conceitos de NMS propunham que se tinha dois estados desses movimentos que se estabelecem pela latência e pela mobilização (REICHMANN, 1994). Ora, se atentarmos para cada um dos movimentos estudados vamos ver que ainda o conceito de Touraine se estabelece como mais adequado já que há sim, uma contraposição antagônica, muitas vezes ao sistema em boa parte dos movimentos estudados. A cooperativa de Maca não atenderá empresas que sejam fornecedoras de material bélico por não concordar com isso. A *Plataforma Dhesca* tem muito claro que o deputado Feliciano não serve para presidir uma Comissão dos Direitos Humanos. Há um confronto, um combate. As *corralas* da Espanha querem que o estado revogue a lei das hipotecas, há um conflito contra o sistema. O *Cefuria*

historicamente continua sem receber financiamento de bancos porque fazem parte de um sistema com o qual seus integrantes não concordam. Esses movimentos não estavam em um formato de latência para depois estabelecer a mobilização como Reichman (1994) propunha para os NMS<sup>294</sup>. Eles se formaram a partir da presença do conflito central, da ausência de casas, da ausência de direitos humanos ou trabalhistas (*CGT*), da ausência de terras (*Terra de Direitos*) ou da ausência da consciência dos direitos (*IDDHEA*). Por essa razão, mesmo Touraine sendo um dos teóricos dos NMS, não podemos aqui dizer que esses movimentos estudados podem ser considerados NMS tanto no contexto de Curitiba quanto de Sevilha nos termos destes autores. Consideramos, sim, movimentos sociais com características de comunicação que apresentam especificidades voltadas para a sociedade da informação, mas não se pode identificar nessas organizações uma formação de identidade ou mesmo o intuito de representação social como aconteceu com o movimento estudantil, o de mulheres ou pela paz. Essas organizações estudadas demandam questões bem concretas e, por essa razão, segundo a síntese produzida por Ibarra (2000) podemos dizer que são movimentos sociais, do tipo velho. Ou só MS.

Assim, de maneira complexa e dinâmica, o *habitus* de comunicação desses sujeitos aqui estudados é configurado por suas trajetórias nesses contextos (diferenciam-se os de Curitiba e de Sevilha como já colocamos) que atravessam tanto a prática comunicativa quanto o próprio movimento social e seu formato de atuação.

Questões relacionadas ao ser mais ou menos combativo, à sua gênese, à sua institucionalidade, às bandeiras defendidas, à maneira de ser gerido fazem com que os movimentos incidam diferentemente sobre os processos de comunicação ali gestados e sobre as práticas dos comunicadores. Retomando sinteticamente aspectos das práticas dos comunicadores de Curitiba, vemos que Alison, na *Plataforma Dhesca*, traz um pouco da identidade do *Cefuria* e faz uma comunicação para os seus, ou internamente, deixando, às vezes, a relação com a mídia de massa ou mesmo com a opinião pública em um segundo plano (690 curtidas no *facebook*). Elisa navega entre o estilo combativo e pé no chão do *Cefuria* e o mais institucionalizado e “para fora” da *Terra de Direitos*, imprimindo maneiras diferentes de comunicar para cada um (um elemento que aponta neste sentido é o número de curtidas no perfil da *Terra de Direitos no Facebook* - 4700

---

<sup>294</sup> Esse conceito tem melhor adequação ao caso da *Frentex-PR*, movimento sobre o qual falamos anteriormente e que reúne diversas organizações para tratar da democratização da comunicação. Há uma latência (rede) que sustenta a *Frentex* quando não está mobilizada e é essa mesma rede formada por diversas organizações que estabelece a mobilização e rapidamente forma o movimento.

e no *Cefuria* - 2200). Márcio orbita ao redor do *IRBrasil* sem muita estratégia ou mesmo plano de comunicar porque não há essa obrigatoriedade impingida pelo movimento, e Tiago, como não tem mais vínculo com o *IDDHEA* como funcionário, foca-se na sua agência (que, para deixar claro, não é um movimento social) e voluntariamente atualiza alguns materiais do Instituto mais pelo vínculo que criou lá do que por militância ou crença. Em Sevilha, Maca está fundando sua cooperativa que tem uma linha bem definida de que “clientes” quer atender mas atua na *Corrala Utopía* (mora lá), Juanjo trabalha em uma biblioteca e voluntariamente faz a comunicação da *Corrala Utopía*, Ozecai está na central de sindicatos trabalhando mas estabelece-se como voluntário na *Corrala Ilusión* e Hazeina está envolvida com dezenas de projetos de movimentos sociais, dando destaque para seu trabalho no *Jornal Diagonal* (alternativo).

As escolhas de determinadas estratégias e táticas de comunicação também trazem a marca dos movimentos e de sua identidade, mas essa influência se dá em conjunção com o que o comunicador está trazendo para esse movimento, com constantes reconfigurações. E por termos nessa pesquisa comunicadores que acabam se deslocando entre movimentos, às vezes simultaneamente, como é o caso de Elisa, foi possível realizar algumas constatações e obter pistas relativas a dimensões implicadas na constituição dos estilos de comunicação e dos *habitus* dos comunicadores em termos da formação, classe, trajetória nos movimentos e consumo. Em vista disso, podemos entender que Alison, mesmo formado em jornalismo e relações públicas, acaba por adquirir um estilo de comunicação que tende mais para o alternativo à mídia de massa. Essa comunicação alternativa, longe de ser algo amador é, na verdade, uma comunicação pensada para não seguir a lógica da comunicação institucional, de mercado (ensinada nos cursos de Relações Públicas) nem a que formaliza uma relação com a mídia de massa. Alison faz comunicação para dentro: para os movimentos e seus integrantes, para o público que entende da sua bandeira e das suas lutas, para o povo que precisa saber o básico de comunicação. Isso ele fazia no *Cefuria* que coadunava com seu sentido de fazer comunicação e acabou levando um pouco para a *Plataforma Dhesca*. A plataforma, por ser um organismo de reunião dos movimentos e que se relaciona com órgãos do governo e com instâncias internacionais, precisaria ter uma comunicação institucional mais estratégica, mais aberta ao externo. E não é o que vemos, o que nos faz entender que Alison carrega seu estilo comunicativo-*Cefuria* para dentro da Plataforma. Tanto que em sua fala ele admite: “não me vejo ainda na



plataforma”. Ao contrário, Elisa, mesmo formada em jornalismo, navega entre *Cefuria* e *Terra de Direitos*, adaptando-se ao estilo das duas organizações. A uma comunicação mais interna, para os seus, no *Cefuria* e a uma comunicação mais institucional, mais para opinião pública/imprensa na *Terra de Direitos*. Elisa faz assessoria de imprensa porque pensa que deve “tentar de tudo” e também porque no seu *habitus* não carrega a marca dos antigos militantes mais combativos, como Márcio que reflete o *habitus* do militante que apostou na comunicação alternativa por estar sempre envolvido com os meios mas também foi o único do grupo que trabalhou em um veículo de massa. Para ele, se estivesse na luta (está de licença, é importante lembrar) a comunicação serviria para mobilizar, como ele mesmo afirmou em relação aos emails enviados sempre pela lista. E, por fim, formado em jornalismo praticamente como os outros, temos Tiago que é o exemplo do *habitus* de classe que não foi reconfigurado pelo seu trabalho no movimento. Ele faz o que se espera dele como comunicador formado: encontrou uma área em que se destaca (vê como uma especialização o conhecimento voltado para a área social) e está trabalhando no mercado para seu sustento usando as técnicas aprendidas tanto na universidade quanto no fazer na área social ou terceiro setor. Entendemos que o *habitus* de classe de Tiago não passou por reconfigurações de militância ou mesmo do movimento social em que esteve inserido já que o sentido das práticas comunicativas é técnico.

Já os comunicadores de Sevilha apresentam certa regularidade nas práticas de comunicação. Altamente voltados para a militância, autônomos e com mais tranquilidade para voluntariar nos movimentos sociais, eles imprimem uma lógica participativa e de combate também em seus formatos. Alguns entendem que o trabalho deve ser coerente com o que acreditam, misturando-se militância com sustento, Juanjo é exceção e entende que militância deve ser realizada de maneira voluntária. A produção de comunicação de todos, por meio dos depoimentos, mostra-se bem independente de influências dos movimentos. É como se as práticas todas fossem praticamente as mesmas, apostando em uma convergência midiática no ambiente digital e em conteúdos compartilhados pelos integrantes dos movimentos, a partir de procedimentos assembleários.

## **7.2 Cultura profissional/política, de militância e o consumo midiático nas práticas dos comunicadores investigados**

Dentre os comunicadores estudados todos, de alguma maneira, se formaram em comunicação. Os quatro profissionais de Curitiba são formados em universidades. Entre os de Sevilha, temos somente Hazeina que percorreu os caminhos da formação técnica, deixando a universitária de lado. É possível deduzir que todos, de alguma maneira, tiveram acesso às técnicas de comunicação “ensinadas” na academia, mas pode-se perceber nos depoimentos que pouco se falou da influência desse conhecimento técnico no fazer desses sujeitos. O que se deve destacar aqui e que percebemos que foi determinante para a reconfiguração do *habitus* de muitos desses profissionais foi o ambiente militante que muitas vezes se forma em determinados grupos na universidade. É inquestionável que o ambiente universitário deva proporcionar provocações, mas nos casos aqui vistos elas não se deram dentro das disciplinas especificamente, dentro dos conteúdos curriculares. Vemos que em Sevilha, Ozecai, Juanjo e Maca estiveram envolvidos nos movimentos contra a *LOU*. Inclusive Hazeina, que nem universitária era, aponta que esteve em algumas reuniões que foram feitas em meio ao seu grupo de amigos para se posicionarem sobre a *LOU*. Em Curitiba, Alison começa a participar de um grupo de pesquisas, Elisa se envolve com amigos que proporcionam essa reflexão no primeiro curso que tenta – Ciências Sociais - e ambos encontram em um professor específico da universidade mais estímulo para a reflexão. Márcio, antes mesmo de fazer a universidade, carrega a rebeldia em si, sentindo na pele a luta de tantos trabalhadores já que teve um extenso leque de atividades desempenhadas antes mesmo de mergulhar na militância, o que o sensibilizou principalmente para a situação de tantas minorias brasileiras. Tiago teve influência da mãe para participar de atividades no terceiro setor, não houve sensibilização por parte da universidade ou de professores do ensino médio, o que o levou a uma especialização e não militância.

Alguns desses comunicadores tiveram influências de grupos/pessoas anteriores à formação universitária/técnica, como a *Juventude Libertária* de Maca, o desenhista de Ozecai ou a igreja e o pai de Elisa e o pai de Juanjo o que deve ter contribuído para o posicionamento militante deles. No geral, as formações dos comunicadores possuem similaridades e não se vê contribuições efetivas de militância, mas sim, ofertando a base técnica para o fazer. Aqui dois comunicadores se destacam como já falamos: Tiago que tornou seu trabalho uma especialização da profissão e Hazeina que, nomeando-se “cani” ou da periferia, assumiu o que poderíamos denominar de papel de comunicador popular. Sem formação universitária, Hazeina é uma das mais críticas e sensíveis entrevistadas, o que nos faz entender que talvez o conhecimento fornecido pela universidade não figure

como algo imprescindível na construção do fazer destes comunicadores dos movimentos sociais. Um curso técnico em especial a ajudou a entrar no mundo dos documentários e o restante foi fazendo por exploração, por convívio, por ouvir o que está ao redor. Então a “cani” da periferia propõe uma prática muito similar a dos formados nas universidades. Dessa maneira, estes dados nos convidam a uma reflexão sobre que tipo de conhecimento está sendo fornecido nas universidades e se tem feito alguma diferença na construção do *habitus* de um comunicador efetivamente ativo e crítico.

O *consumo midiático* dos comunicadores não mostrou ter influência direta no processo de construção das práticas cotidianas no que concerne aos formatos de produção. Mais à frente refletiremos sobre os conteúdos consumidos. Vejamos um exemplo: Alison, Elisa e Juanjo reforçaram que necessitam do rádio para se informar, tanto em termos de trajetória de vida (adolescência) quanto na atualidade. Mas nenhum deles volta sua produção para o rádio. O rádio acaba servindo como fonte de informação para ser aplicada em outros meios. Os comunicadores de Sevilha, na quase totalidade, manifestaram ter privilegiado a leitura de livros variados desde a adolescência. É fato que ainda precisamos caminhar muito no Brasil para fazer da leitura uma prática arraigada e vê-se que a visão crítica e pensamento reflexivo nos comunicadores de Sevilha perpassa um processo mais aprofundado, mais complexo. Isso não significa que os comunicadores brasileiros estejam com menos preparo teórico, mas é clara a atitude presente no discurso com mais “ócio criativo” nos comunicadores de Sevilha e mais empírica aplicada nos comunicadores curitibanos. Explico: os comunicadores sevilhanos possuem mais tempo para estudar, assimilar as informações e discutí-las pelo que já mostramos aqui: o contexto proporciona um tempo maior de estudo efetivo. Em Curitiba cedo os comunicadores precisaram trabalhar para o próprio sustento. E pondo a mão na massa é que foram assimilando as lutas históricas, não tanto pelos livros, mais pela experiência dos colegas. Uma grande diferença é a própria produção e sistematização de conhecimentos. Como já tinha dito, há em Sevilha uma livraria inteira específica para publicações de movimentos sociais e assemelhados. Em Curitiba o que há para documentar as lutas são materiais esparsos no arquivo (CEDOC) do *Cefuria* com poucos exemplares. Assim, a formação escolar, formal, não parece ser determinante nessa caminhada, mas a formação realizada na trajetória de vida e no consumo midiático nos dois contextos determina diferenças gritantes de preparo para o trabalho, não necessariamente de aplicação desse consumo nas práticas de comunicação.

Ainda em relação ao tempo destinado para a preparação e o fazer, vale ressaltar aqui a diferença contextual entre Ozecai e Elisa. O comunicador sevilhano mostra que há uma reflexão acontecendo para a diminuição da carga horária de trabalho efetivo e que o sindicato onde trabalha tem dado exemplo propondo uma carga horária de 35h/semanais para seus funcionários. Essa é uma luta que está sendo encampada na Espanha há algum tempo. A carga horária de trabalho de Ozecai oferece a ele um pagamento justo para seu sustento e, ainda, como ele mesmo disse, há tempo para militar em algumas outras causas, mesmo que o trabalho no sindicato o requirite a realizar múltiplas funções. Comparando com o contexto curitibano/brasileiro, vemos aqui um movimento para que a carga horária de trabalho seja estabelecida em 40h/semana porque há ainda diversas profissões que realizam carga semanal de 44h. Elisa trabalha 40h por semana<sup>295</sup>, dividindo-se entre duas organizações, *Cefuria* e *Terra de Direitos* e reclama que não consegue fazer o que realmente gostaria de fazer em cada uma das organizações por falta de tempo. Denuncia também que não há dinheiro para o pagamento do piso salarial do jornalista e que, no fundo, isso não é uma opção dos movimentos, mas uma falta de opção.

Voltando à discussão sobre o consumo midiático, pode-se estabelecer também linhas de percepção em relação ao conteúdo que é consumido. Se formos notar os depoimentos, como bons comunicadores que são, todos se informam por vários veículos, inclusive os da mídia hegemônica, talvez para ter uma visão geral do que está acontecendo. Já o consumo de informações específicas é feito por meio de veículos alternativos com dois objetivos claros: informar-se, mas também apoiar essa mídia que, na opinião da maioria dos entrevistados precisa de suporte, apoio para se desenvolver mais. Outro ponto determinante para os comunicadores principalmente curitibanos é o consumo voltado para o fazer. Alison e Elisa deixaram claro que focaram seu consumo em veículos e informações que os ajudariam no trabalho diário tanto para produção de reflexões quanto para o posicionamento estratégico dos movimentos em que atuam. Lembremos que Alison se informa e espalha seu *clipping* informal para toda a equipe saber o que está acontecendo. Elisa ainda entende que os movimentos poderiam estabelecer mais apoio às mídias alternativas, como o *Jornal Brasil de Fato*, cedendo seus comunicadores para contribuir com informações em parte de tempo que destinam a essas organizações. Há aqui um comparativo interessante entre o jornal *Diagonal*, que

---

<sup>295</sup> Se formos avaliar os eventos de final de semana ou oficinas aplicadas até mesmo à noite, essa quantidade de horas de trabalho, nem sempre computadas, pode ser maior.

possui diversos voluntários ao redor do país e pretende estabelecer comunidades locais de produção (sucursais) e o *Brasil de Fato* que nos últimos anos tem, finalmente, conseguido se fortalecer com uma periodicidade regular e produções reflexivas e de qualidade.

Por fim, falemos da questão *militância x profissão*. Vimos posicionamentos interessantes entre os comunicadores entrevistados. Tiago não é militante. Considera-se especialista em comunicação para o terceiro setor, ou para a área social. Seguindo pelos outros comunicadores, vemos níveis diferenciados de comprometimento com as bandeiras que defendem. O interessante é que Bassfeld (2009) tinha razão. Não há como estar trabalhando em uma determinada área com posicionamento ideológico definido sem concordar pelo menos em parte com estas concepções. Assim, vemos Maca reclamando do seu trabalho no *PSOE*, se auto nomear esquizofrênica porque via que não concordava com o que ali estava sendo posto e resolver montar sua cooperativa em que, junto com colegas da mesma linha ideológica, estabelece um trabalho e militância ao mesmo tempo. Ela quer trabalhar no que acredita, o que não deixa de ser parte da militância mas também milita voluntariamente na *Corrala Utopía* e em outros movimentos. O mesmo acontece com Ozecai, que trabalha na *CGT* onde, de certa forma, faz um trabalho técnico (ele deixa claro que sua função não é política), mas que compartilha das linhas ideológicas da instituição e também milita voluntariamente na *Corrala Ilusión* e em outros coletivos. Nessa linha de atuação, vemos também Elisa, que está de acordo ideologicamente com os trabalhos desenvolvidos no *Cefuria* e na *Terra de Direitos* mas que considera militância o que faz voluntariamente, como sua participação no coletivo *Consulta Popular* e na *Frentex-PR*. Num nível um pouco mais radical, vemos Juanjo que entende que sua militância deve ser voluntária e tem seu trabalho separado dessa militância. Para ele, ganhar dinheiro com os movimentos está fora de cogitação. Numa linha ainda mais radical vemos Hazeina e Márcio. Ela deixa claro, enfaticamente, que prefere ficar desempregada do que trabalhar em algo que não acredita, o que agora está acontecendo já que presta serviço para inúmeros coletivos mas nenhum deles é considerado trabalho. Márcio, por fim, tem sua vida ditada pela militância, tanto que ela vem antes de outras áreas da sua vida como família e trabalho. Há que se ressaltar que a militância contribuiu com alguns efeitos colaterais em Márcio e num menor teor em Juanjo, já que os dois passaram (Márcio ainda passa) por problemas de saúde relacionados ao envolvimento com as questões de militância. Ambos, à sua maneira, estão tratando desses problemas e vemos isso claro nos

depoimentos quando Juanjo afirma que está tentando levar a vida de forma um pouco mais tranquila e que Márcio tem se dedicado a trabalhos manuais para poder recuperar o equilíbrio.

### **7.3 Sentidos das práticas de comunicação: *habitus*, mediação, táticas e estratégias**

No sentido de aprofundar os fazeres comunicacionais dos comunicadores aqui investigados, vamos olhar por diferentes vieses essas práticas inseridas nos movimentos sociais. Identifica-se uma reconfiguração dos *habitus* originalmente construídos e estabelecidos nesses comunicadores e vamos entender como esse processo se deu.

Entendemos que *Jornalistas*, *Publicitários* e *Relações públicas* possuem um determinado conhecimento tanto técnico quanto humanístico oferecido pela universidade que acaba estabelecendo também padrões de lugares sociais em que esses profissionais devem atuar. Como já falamos, pouquíssimas universidades propõem a possibilidade desse comunicador ver a atuação em movimentos sociais como uma perspectiva profissional. Teoricamente e de maneira simplista espera-se que *Jornalistas* trabalhem em meios de comunicação, *Relações Públicas* nas comunicações institucionais e *Publicitários* no desenvolvimento de argumentos que remetam ao consumo (de comportamento, coisas e ideias). O que presenciamos nos comunicadores estudados é uma reconfiguração dessas perspectivas, já percebida também por autores como Duarte (2002) que observou uma demanda nesse setor social e uma migração de comunicadores para essas organizações. Dessa forma, entre os oito comunicadores aqui estudados, um é publicitário, um é também relações públicas, 6 são jornalistas e uma é comunicadora popular. De alguma maneira, temos representadas aqui todas as habilitações e possibilidades de formação desses comunicadores.

Uma das primeiras conclusões a que chegamos é que, independentemente de formação, o que se tem demandado desses comunicadores são questões muito similares: que saibam trabalhar com a multidisciplinaridade e que sejam portadores de um escopo amplo de competências comunicativas, principalmente aquelas relacionadas ao ambiente digital nos dias atuais. Assim, vemos Ozecai, publicitário, fazendo “notas de prensa”, Elisa, jornalista atuando como educadora, Márcio escrevendo livros ou mesmo Hazeina produzindo documentários. Não há uma reserva de mercado ou uma habilitação específica que atue nessa área. É preciso ser comunicador e essa chancela não é definitivamente dada pela formação, visto o caso da Hazeina, comunicadora

popular. Na reflexão sobre esse comunicador ideal para os movimentos sociais, Margarida Kunsch (2007, p. 172) sugere que este profissional deve estar ciente da sua responsabilidade de interagir com as questões da comunidade ou organização a que está servindo, mergulhando, assim, em tudo que perpassa a comunidade. Para ela, o ideal seria este profissional fazer parte do próprio grupo, comunidade ou organização, ter se originado nela, o que nos leva a uma noção do comunicador popular, aquele que provém da comunidade. Hazeina é o exemplo desse comunicador popular quando está imbricada e inserida nas questões da comunidade (se nomeia “cani”) e faz desse envolvimento seu material de trabalho, seu trampolim para montar as estratégias de comunicação. Lembrando ainda de Peruzzo (1998, p.42), esse comunicador popular pode estabelecer o que seria a comunicação comunitária que se realiza em níveis diversos: um simples envolvimento ocasional das pessoas nas mensagens produzidas, como entrevistas e avisos; numa segunda instância compartilhar a produção do veículo comunitário; um terceiro tipo de envolvimento seria ajudar na definição de pautas e edição dos conteúdos e, por fim, fazer parte do processo de gestão da instituição de comunicação como um todo. O *Jornal Diagonal*, da maneira como Hazeina o descreve, é produzido comunitariamente. Qualquer pessoa pode propor uma pauta e textos, mesmo os que sejam contraditórios e sirvam para reflexão. Esses textos são decididos em processo assembleário (um *gatekeeper* coletivo) e organizados pelos próprios voluntários.

O posicionamento do publicitário espanhol que investigamos não chega a seguir o conceito recém desenvolvido no Brasil da publicidade comunitária, mas se estabelece longe de uma definição de publicidade: é comunicador, também, nos seus fazeres.

Dessa maneira, entendemos que esses comunicadores foram ali contratados porque se previa pelos integrantes dos movimentos e das organizações um conhecimento técnico, formal dos processos de comunicação. É claro que esses comunicadores possuem uma base técnica, mas o que identificamos nas entrevistas e no desempenho de Hazeina é que essa formação universitária não se estabelece como determinante para esse fazer nos movimentos. No fundo, o que nos parece (excetuando Tiago, que é definitivamente técnico) é que esses sujeitos são comunicadores “apesar” da universidade. O que nos levanta o questionamento se não seria interessante os currículos e a academia refletir sobre seu papel e para que têm formado seus comunicadores.

### 7.2.1 Mediação social

Para Martín-Barbero (2003), um comunicador que é efetivamente um mediador social, coloca em comum os sentidos da vida e da sociedade. Essa é a mediação que ele faz. Ele dá sentido ao que é da comunidade, de todos e reporta a essa mesma comunidade essas falas. Mas há um modo como isso deve-se colocar, segundo este autor. E essa mediação se dá na valorização dessas falas sem optar por populismos ou paternalismo, não numa visão de que quem tem o poder da fala a cede para os outros. O sentido dessa mediação é ser parte desses processos comunicativos e partilhá-los com seus companheiros sem estabelecer relações de permissão ou de poder. O comunicador utiliza seu conhecimento em uma partilha constante, em um encaminhamento para dar voz aos que nem sempre a alcançam<sup>296</sup>. Assim esse comunicador percebe as competências comunicativas dos seus e as ativa, as propõe, impulsiona a fim de construir identidade e voz. Kaplún é outro autor que caminha nessa direção da partilha do processo de comunicar.

Naquilo que vemos nos processos de mediação entre os comunicadores entrevistados, é possível fazer uma escala entre os que percebemos que efetivamente utilizam as competências comunicativas para produzir mediação em comunicação até aos que não alcançam o feito. O trabalho de Alison e Elisa como educadoras no *Cefuria* determina uma mediação que não só partilha a informação e a possibilidade de voz mas também capacita para o uso técnico dos meios e processos de comunicação. Hazeina, no trabalho no *Diagonal*, faz o mesmo quando participa e partilha formas de produção de fatos e notícias em um formato assembleário de reunião de pauta e mesmo de edição do jornal. Ozecai, Maca e Juanjo “ouvem” e traduzem as vozes dos clientes da cooperativa e dos moradores das *corralas*, produzindo comunicação que tem sua origem na comunidade e encaminhando um processo altamente participativo já que torna os vizinhos das *corralas* os próprios personagens/comunicadores da sua história. Márcio deixou de mediar ativamente os processos de comunicação do *IRBrasil*, mas sua lógica de entender que qualquer componente do instituto pode escrever, produzir e postar já mostra que ele entende o papel dele não como principal em relação às técnicas

---

<sup>296</sup>“tudo implica em uma ‘ética do discurso’ que torne possível a valorização das diferentes ‘falas’, das diversas competências comunicativas, sem cair no populismo e no paternalismo de ‘tudo vale se vem de baixo’” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.69).



que possui, mas sim, como mais um que facilita os processos de divulgar. Tiago, por fim, não mostra sinais dessa mediação. Entende que deve ouvir seus clientes na empresa que montou, mas atém-se a prestar o serviço de maneira técnica. Mesmo assim, seu foco em divulgar, profissionalizar a comunicação para uma área que não teria essa possibilidade sem ajuda técnica deve ser visto como um esforço e caminho a uma mediação, que parte de um fazer técnico e poderia evoluir a partir de uma capacitação desses seus “clientes” para os processos de comunicação.

### 7.2.2 *Habitus*, estratégias e táticas

Bourdieu propõe que “O *habitus*, como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um *haver*, um capital. O *habitus*, a *hexis*, indica a disposição incorporada, quase postural” (BOURDIEU, 2011, p. 61). Vimos falando aqui sobre as possibilidades de reconfiguração dos *habitus* desses comunicadores no decorrer de suas trajetórias, escolhas e posicionamentos frente aos sentidos que têm dado ao fazer em comunicação nos movimentos sociais. A partir do que Bourdieu nos traz, é possível entender e usar esse conceito para ir um pouco mais longe. Primeiro falemos desse conhecimento adquirido e desse haver, que em nossa visão seria o “plano” ou profissão, missão para a qual esse comunicador foi preparado formalmente pela escola e teoricamente seria reforçado em uma posição de trabalho prevista. De modo simplista, poderíamos dizer, como já falamos, que Jornalistas são formados para checar informações e divulgá-las, Relações Públicas para evitar conflitos nas instituições por meio da comunicação e publicitários para vender produtos e serviços. Entendemos que a prática é o produto da relação dialética entre um *habitus* e uma situação, que torna possível tanto a realização de tarefas muito diferenciadas por meio da transferência de esquemas que acabam por resolver os problemas da mesma forma e, também, a correção contínua desses resultados obtidos.

O que presenciamos, então, nessa investigação, foi um contínuo ressignificar desse *habitus* advindo da formação universitária. Neste sentido, vemos um publicitário em Sevilha (Ozcai) trabalhando em um sindicato de trabalhadores não numa posição que se diria voltada para a técnica da profissão, mas como um gestor da comunicação que muitas vezes desempenha outras atividades não tão correlatas à área já que a organização o necessita para tarefas também com gerenciamento da programação do *site*, por exemplo. Dessa forma, o *habitus* do Publicitário, que foi formado para

promover produtos, se ressignifica, se reconfigura a partir das demandas da organização, além de vermos a militância do sujeito incidir ao fazer voluntário também nos movimentos. Em resumo, o *habitus* se transforma, se “rehabilita”. Em Maca vemos o mesmo acontecer quando exercita o jornalismo e o partilha com os moradores da *Corrala Utopía*, mas também quando resolve montar uma empresa de comunicação e decide se dedicar a aprender a montar *sites* (programação) para ajudar o parceiro-sócio nos fazeres comunicacionais para os clientes. A jornalista também vira um faz tudo, desenvolve outras competências para poder mediar adequadamente. Juanjo é o que mais próximo chega do seu *habitus* de formação quando o vemos realizando a assessoria de imprensa para a *corrala*, escrevendo os textos e ajudando a produzir os vídeos. Mesmo assim, ele não está em um veículo de produção de notícias como deveria se esperar de sua formação<sup>297</sup>.

Em Curitiba, vemos Elisa e Alison reconfigurando seu *habitus* a partir dos fazeres nas respectivas organizações. Num primeiro momento os dois que passaram pelo *Cefuria* (Elisa ainda está lá) deixam o *habitus* de jornalistas para se tornarem educadores. A reconfiguração do *habitus* se dá com a prática de democratizar as técnicas, formas e processos de comunicação com comunidades variadas. Na plataforma *Dhesca*, a comunicação não serve para promover a instituição (apesar de, em nosso ver, ser necessária), mas para colocar as causas à luz dos públicos internos (os movimentos que são parte da plataforma e parceiros) motivando para a continuação na luta. Alison, que é formado em Jornalismo e Relações Públicas, poderia estar trabalhando diretamente com notícias ou fazendo assessoria de imprensa como é esperado de um Relações Públicas quando trabalha com a comunicação dentro de uma instituição. Mas sua força de trabalho é direcionada menos para outras mídias e veículos e mais para os documentos internos, relatórios e para a comunicação para os grupos ali associados, mesmo que isso signifique testar novas formas de acesso à informação e à participação como a transmissão em *streaming* de reuniões. Assim, a reconfiguração do *habitus* se dá quando deixa os propósitos de formação para, além de usá-los, criar e recriar outros formatos de comunicação. Márcio mais uma vez foca-se na militância, vendo a comunicação como uma das formas de mudança de mundo, como denúncia, não só como processo. A reconfiguração se dá quando o foco do uso da comunicação é

---

<sup>297</sup> Precisamos resgatar aqui a discussão sobre a exclusividade que temos no Brasil de jornalistas realizarem assessoria de imprensa, função originalmente destinada aos relações públicas e que é o comumente visto em outros países.

mudado do informar e divulgar para o denunciar. Tiago, por sua vez, apresenta a constituição de práticas mais “coerentes” com o propósito da sua formação. Ainda assim, inova porque consegue enxergar na área social, nas organizações sem fim lucrativo, um mercado, uma necessidade e uma especialização. Em uma época em que nem as universidades atentaram para a possibilidade, essa não deixa de indicar uma sutil reconfiguração de *habitus*; mesmo assim, estabelece os padrões de serviços que se esperam dentro de uma agência de comunicação: a divulgação de seus clientes.

Se formos entender esses fazeres dos sujeitos comunicantes por meio de Certeau (2013), precisamos lembrar que o autor traz duas formas de entender esses processos: a partir das estratégias e das táticas. Para Certeau, **estratégia** é que aquilo que está formalizado, planejado, é calculado em meio às relações de forças e pode ser isolado em um sujeito de querer e poder, vem do militar. O gesto aqui é cartesiano, calculado, onde se distinguem o campo e o próprio. Já a **tática** é o fazer sem cálculos, movido mais pela paixão, militância ou mesmo necessidade do momento, de forma quase reativa ao que o ambiente está provocando. Lembremos ainda que a tática não tem acúmulo histórico, uma medição de sucessos e fracassos. Por essa razão, como já falamos, podemos estabelecer que alguns desses comunicadores entrevistados trabalham estratégias, outros, trabalham no âmbito das táticas.

Para Certeau, a tática é a arte do fraco, mas é importante entender que esse fraco pode significar o que está desprovido de poder, que não faz parte dos sistemas regulatórios da sociedade. Se formos analisar, excetuando Tiago, que se estabelece de certa forma nos sistemas produtivos porque encontrou um nicho de mercado, os outros comunicadores aqui pesquisados estão situados no campo do “fraco”, porque representam em seus fazeres os mais fracos da sociedade, os desprovidos. Dessa maneira, situando os comunicadores nesse “campo” vemos, dentro dos fazeres, processos que são estratégicos, que são planejados, mensurados e outros que se constroem no campo das táticas. Em um outro nível, vemos Elisa e Juanjo com um fazer estratégico (dentro desse campo do mais fraco), pensando a comunicação e os processos a partir dos resultados que cada ação pode fornecer, mensurando os retornos (*google analytics*, no caso da Elisa) e reconsiderando os fazeres a partir desses resultados. Maca, Ozecai e Alison se encontram em uma posição mediana pois seus fazeres tem uma tendência mais tática do que estratégica no que concerne à militância. Maca e Ozecai possuem um comportamento mais estratégico quando se trata de trabalho (na

cooperativa e no sindicato) e quando falamos da militância (nas *corralas*) a comunicação por eles realizada entra mais no âmbito do que é tático, já que as soluções e possibilidades perpassam a partilha com as famílias componentes do movimento mas também, porque é necessário reagir aos embates com as instituições regulatórias (Estado, Mercado) e isso ocorre em geral de maneira tática. Por fim, Hazeina e Márcio trabalham no âmbito tático, já que são movidos somente pela militância no seu fazer, não há medição de resultados ou técnica (lembramos do que Hazeina disse em relação aos documentários) que regulem suas ações.

Assim o que vemos no fazer dos comunicadores a partir das influências e reconfigurações das trajetórias de cada um e de seu estilo é que, em maior ou menor grau, estratégias e táticas determinam esses fazeres comunicacionais.

### **7.3 E onde fica o ambiente digital nesse fazer?**

Entre outros autores com os quais dialogamos para pensar o digital, Castells (2003), resgata a gênese da internet como um prelúdio do que poderia ser a solução para a concentração da mídia e a desigualdade no uso dos meios de comunicação, algo desejado há muito tempo pelos movimentos que tinham se recolhido à produção de materiais alternativos à grande mídia. Depois que alunos de pós-graduação e movimentos de contracultura puseram sua marca também na recém criada rede, firmando-a como livre, sem um controle central, a esperança de que, enfim, haveria espaço igualitário para todos, renasceu. Assim como Castells, que tem uma visão "otimista" em relação às possibilidades que a internet e o ambiente digital oferecem aos movimentos sociais, minorias e grupos renegados em geral, vários dos comunicadores que entrevistamos expressaram entusiasmo com estas possibilidades. Destacamos, neste sentido, Ozecai, que faz um comparativo da criação da internet com a criação da prensa de Gutemberg, tão significativo ele entende esse dispositivo para a comunicação dos movimentos sociais. E como já visto aqui, as recentes mobilizações, desde a *Primavera Árabe*, o *Occupy Wall Street*, o *15M* ou os protestos de Junho de 2013, mostram que o meio digital possui potencial realmente para revolucionar as lógicas midiáticas em que vivemos. De "receptor" o público passa a produtor comunicativo. Se algum dia houve concentração da informação ou a centralidade dos meios massivos como Mata (1999) coloca, hoje ela se espalha em rede, está disseminada em diversos nós que são, ao mesmo tempo, produtores e receptores de informação numa velocidade e dinamismo

nunca antes vistos. A lógica muda do mercado de massa (ou *hits*) para nichos, da cauda longa (Anderson, 2006). Vamos de uma sociedade de massa para uma sociedade midiaticizada.

Esse cenário, já contextualizado no capítulo quatro, é visto pelos comunicadores de Sevilha como a revolução que se estava esperando. Todos (uns mais outros menos) tratam da ambiência digital como o espaço para, finalmente, se ter a produção de informação que contraponha as que são produzidas pelos representantes do poder, ou pela mídia de massa. Um ambiente em que todos podem estabelecer os seus discursos de maneira livre e barata; e mesmo com determinados formatos de dominação, como as redes sociais, que representem determinado controle, é possível estabelecer o alternativo, como acontece em Sevilha, em que há a rede *N-1* como alternativa ao uso do *facebook*. Assim, a internet é vista como um espaço em que todos têm vez, como a *Ágora Virtual* (MORAES, 2000). A Internet é hoje a praça pública onde todos podem potencialmente ter seu espaço e voz. Entre os comunicadores entrevistados, não há dúvidas de que a grande rede pode ser o símbolo de novos tempos para a comunicação dos movimentos sociais. A tecnologia se torna mais barata e mais acessível e fornece para os integrantes dos movimentos o necessário para se posicionar, para dar a sua versão da história, para se fazer ouvir. A empolgação que acompanha os comunicadores sevilhanos vem junto com pouquíssimos problemas de acesso. E é aqui que as percepções começam a se diferenciar. Mesmo entendendo o ambiente digital como uma saída para se ter voz e vez, no Brasil há ainda restrições quanto à efetividade do alcance, já que nem todos os movimentos sociais e seus integrantes possuem real acesso, equipamentos e conhecimento para usufruir desse ambiente. E nesse viés, tanto a democratização da comunicação quanto o direito de participação ficam comprometidos.

Ressalvas feitas em relação ao ambiente digital e ao acesso que é diferente nos dois contextos estudados, percebe-se que, entre os comunicadores entrevistados nos dois contextos/países todos usam a internet e com uma alta frequência. Alison assume que passa a maioria do seu tempo de trabalho em frente ao computador “ligado” em *emails*, *sites*, redes sociais. Efetivamente, o ambiente digital propicia ao comunicador o espaço para desenvolver as relações com os públicos em geral, voltadas para seu fazer. E, como já vimos na análise individual, ele usa o *facebook*, o *twitter*, atualiza o site, envia *emails* e divulga por meio de *streaming* as reuniões da *Plataforma Dhesca*. Seu uso das possibilidades do ambiente digital tenta alcançar os movimentos e assemelhados, não o povo tanto porque ele sabe que muitos não teriam acesso, mas

também porque a linguagem que ele usa conscientemente é "para dentro" do movimento.

Elisa também tem na internet seu foco principal de trabalho, o que também inclui as outras plataformas, como a elaboração de vídeos, o uso das redes sociais e mesmo o contato com a imprensa por meio da internet. Mesmo assim, ela admite que, para algumas ações do *Cefuria* – que mais trabalha com os públicos finais ou comunidades – é necessário fazer materiais impressos.

Márcio tem na internet um uso periódico como falamos. Os textos do *IRBrasil* são postados quando dá, e por qualquer pessoa que faça parte do instituto também, já que essa é uma função participativa como ele já explicou. Seu perfil na rede social *facebook* é usado para denúncias e partilhas de causas, mas também de maneira não regular. Tiago vê nas possibilidades da internet vários dos produtos que “vende”. Confecção de *sites*, *blogs*, perfil de redes sociais são alguns dos produtos que ele cria para seus clientes, as organizações sociais.

Em geral, se formos analisar, todos os comunicadores utilizam um pacote previsível de possibilidades que a ambiência digital proporciona: *sites*, *blogs*, perfis das redes sociais onde postam vídeos, textos, imagens e áudios. Em Sevilha, talvez por conta do maior acesso, a postura de uso da internet tem mais efetividade de denúncia do que em Curitiba. A impressão que se tem é que em Sevilha os comunicadores têm a confiança de que vai resolver se divulgarem pela internet algo, segurança essa que os comunicadores de Curitiba não possuem em suas falas. Destaque se dá para o plano de Maca de fazer um *site* livre, que não possa ser derrubado onde as pessoas possam postar vídeos de ações violentas da polícia de maneira anônima. A internet está sendo usada realmente como mural, como praça de discussão e o efeito *15M*, totalmente mobilizado via internet, é um desses exemplos. Em Curitiba, o fazer na ambiência digital ainda tem certos pudores, parece que se está tateando e se percebendo a efetividade da mídia em si. Exemplo disso é a fala do Alison quando em uma assembleia alguém perguntou porque ele não divulga os relatórios no *facebook* e ele reclama que tem feito isso. Isto é, a conta do *facebook* não tem sido lida. Por outro lado, na mesma assembleia, outra ativista defende a comunicação e diz que é por ali que ela se informa sempre. Dessa maneira, a resposta digital ainda não é concreta, não é segura para os comunicadores em Curitiba, coisa que para os comunicadores de Sevilha já é realidade.

Assim, dentro desse ambiente complexo que é o digital vemos que há um crescente uso das plataformas existentes na internet, um uso nivelado, parecido, há uma

empolgação por boa parte dos comunicadores pesquisados mas ainda ressalvas em relação ao alcance e a efetiva democratização das vozes.

#### **7.4. A cidadania comunicativa nas práticas da trajetória de sujeitos comunicantes**

A noção de cidadania comunicativa inclui ser sujeito de direito e de demandas no terreno da comunicação pública e o exercício desse direito, segundo Mata et al. (2009). Esse exercício engloba diversas dimensões: os direitos civis (de expressão e à informação); desenvolvimento de práticas que materializam esses direitos e os ampliam (dar voz e capacitar para exercê-la; lutar por estes direitos) e por fim, envolve valores como de igualdade de oportunidades, qualidade de vida e solidariedade. Para a autora, comunicar é parte de ser cidadão. A cidadania efetiva inclui o direito à comunicação já que é por meio desse direito que muitas vezes os outros direitos são conquistados e sua visão enfoca o direito de comunicação pelos meios de massa. Ainda assim, tendo espaço possível nesses meios, para a autora e os pesquisadores que trabalham com ela, isso não significa ser cidadão de direito porque na sua visão – da qual partilhamos – o sujeito social não deve pedir permissão para o uso desse espaço que é público. O que nos leva a entender que o ambiente digital pode se configurar em efetivamente um espaço público “alternativo”, uma praça de discussão efetiva. A autora expõe que quando se busca outras condições de visibilidade pública – que pode ser o ambiente digital, autoregulável – mais as lógicas da mídia de massa impostas se tornam forçadas, não naturais, e é aí que o exercício da cidadania comunicativa encontra maiores possibilidades de realização.

Pensando, então, a partir dos quatro níveis em que a cidadania comunicativa pode se estabelecer na proposição de Mata et al. (2009), analisamos em que posição ou como esses comunicadores pesquisados e seus fazeres se encontram. A *cidadania comunicativa formal* é representada pelo conjunto de direitos específicos consagrados juridicamente, isto é, os que pertencem efetivamente aos públicos e componentes das organizações estudadas. Vemos que nesses oito comunicadores e seus públicos do entorno possuem direitos legalmente estabelecidos. Teoricamente<sup>298</sup>, todos têm acesso à comunicação, a outros direitos e à liberdade de ação no ambiente digital. Mesmo

---

<sup>298</sup> Colocamos “teoricamente” porque é impossível dimensionar questões relacionadas ao controle da *web* como postagens que desaparecem ou reaparecem ou mesmo se os próprios comunicadores não possuem um “filtro” censor do seu fazer adequado naquele ambiente. A questão é que aqui nessa pesquisa não foi identificado algum tipo de controle nos relatos.

entendendo que há um controle sutil em determinadas plataformas, como nas redes sociais, esses comunicadores as usam plenamente e não ouvi em depoimento algum que foram censurados ou mesmo proibidos de exercer seus direitos a comunicação, a expor opiniões e ideias ou mesmo produtos de seu fazer profissional.

Um segundo nível seria a cidadania reconhecida, que implicaria o reconhecimento dos sujeitos de que são cidadãos e que exerçam esse direito porque pertencem a uma comunidade. Assim, o que podemos ver é que tantos os comunicadores pesquisados quanto os públicos ao redor de algumas organizações, seus componentes sabem-se parte de uma comunidade. Falamos aqui das *Corralas Utopía e Ilusión*, dos clientes de Tiago e Maca, de algumas comunidades atendidas por Márcio (como na ocupação) e pelo *Cefuria* (as comunidades-alvo dos projetos) e mesmo os movimentos sociais que fazem parte da *Plataforma Dhesca*. Esses grupos que rodeiam esses comunicadores e que de uma forma ou outra são o foco do fazer dos mesmos acabam, por meio dessa comunicação produzida por esses sujeitos comunicantes, tornando-se comunidade. Nem que seja porque acabam fazendo parte do grupo que produz ou é atingido por essas informações. O fazer comunicação nas *corralas* coaduna os personagens como parte da comunidade. As famílias reconhecem-se como cidadãos porque fazem parte da comunidade de moradores de Sevilha. Quem faz o jornal *Diagonal* junto com Hazeina, a partir do modelo ali aplicado, sabe-se cidadão de escolha, inclusive informacional. O fazer comunicação na *Plataforma Dhesca*, mesmo sendo para dentro, propõe aos movimentos participantes que sejam parte de algo maior, de reconhecerem-se parte (comunidade) das lutas ali empenhadas. Já os clientes de Tiago é possível que entendam-se parte de comunidade quando acabam, por exemplo, desenvolvendo a sua comunicação (site, blog, redes sociais) da mesma forma que outras organizações. Mas isso não significa que se reconheçam parte de uma comunidade e, por essa razão, cidadãos.

Num terceiro nível há a *cidadania exercida*. Essa pode ser vista a partir dos processos de comunicação das *corralas*, da *Plataforma Dhesca*, da *Terra de Direitos*, do *Cefuria*, do *IRBrasil* e do jornal *Diagonal*. Essa cidadania exercida se manifesta nas práticas sociais reivindicatórias dos direitos, pedindo sua vigência ou ampliação. Como vimos aqui, os comunicadores inseridos nas organizações acima tratam, em parte do seu trabalho, de fazer valerem os direitos fundamentais de seus públicos que fazem parte das longas listas de missões que estão descritas nos seus respectivos sites. Direito à terra, humanos, culturais, sociais, à produção da informação são alguns que são pautas



dessas organizações e efetivamente publicizados por esses comunicadores estudados por meio de seus fazeres fora e, principalmente, dentro do ambiente digital.

Por fim, a *cidadania comunicativa ideal*, que significa a verdadeira transformação social vinculada à democratização das sociedades. Bem, essa é o objetivo de boa parte dos nossos comunicadores-militantes, aqui pesquisados. Por tudo o que vimos até o momento, não é possível dizer que a cidadania ideal é realidade em alguma das organizações ou comunidades aqui descritas, até porque, se fosse, talvez esses movimentos e organizações não teriam razão de existir já que teríamos o ideal, o que é objetivo final da maioria dos comunicadores aqui estudados.

Dessa maneira, entendemos que cada comunicador (excetuando-se Tiago) que tem como atuação o seu fazer participativo na comunicação, atuando com denúncias ou mesmo com a visibilização e divulgação de situações de exceção de direitos, está se encaminhando para ajudar na realização da cidadania comunicativa.

## 8 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Investigar as práticas comunicacionais de sujeitos comunicantes inseridos em movimentos sociais de Curitiba (Brasil) e Sevilha (Espanha) na perspectiva de suas trajetórias de comunicadores e como estas se vincularam à cidadania comunicativa foi, nesses quatro anos, uma aventura sem igual. Aventura que abriu caminhos, precedentes e novas questões e indagações que vão continuar estimulando a busca pelos porquês.

Nessas idas, vindas, voltas, as possibilidades oferecidas pelo ambiente digital no trabalho dos comunicadores inseridos nos movimentos sociais se mostram animadoras. A grande rede que foi criada a partir de códigos específicos para ser livre se mostra um ambiente ainda rico de possibilidades a serem desbravadas. Por mais que a sombra do controle paire também ali, por meio das escutas entre países ou mesmo de grandes empresas que controlam determinados aplicativos e redes sociais, o ambiente ainda tem muito para ser trabalhado e descoberto em relação às possibilidades ofertadas para uma comunicação real, efetiva e democrática. Para isso, questões relacionadas ao acesso da população, em geral, nos mais diferentes rincões e localidades precisam ser resolvidas. Até porque, no momento, a concentração geográfica e de *know-how* em determinados centros mundiais tem alijado uma grande parte desse público a ter um acesso efetivo tanto ao equipamento quanto ao conhecimento para usufruir das possibilidades de produção de informação e de comunicar pelo meio digital.

Por essa razão, notamos mais confiança no uso desse ambiente para realizar o seu trabalho nos comunicadores de Sevilha, já que o acesso/recepção de seus públicos não é considerado um problema por eles. A visão de que a internet realmente pode estimular uma comunicação mais democrática, sem fronteiras e de maneira mais igualitária é bastante presente entre os comunicadores sevilhanos estudados. Já em Curitiba essa forma de comunicar é encarada com menos entusiasmo e mais preocupação. Ressalto as ressalvas feitas sobre como as pessoas em geral têm usado as ferramentas digitais, muitas espalhando informações sem checar a veracidade, sendo massa de manobra de grupos que não pretendem esclarecer, mas confundir. Por esse viés, a internet e o meio digital acabam sendo mais uma ferramenta como outra qualquer que precisa de conhecimento para ser manejada. Lutar contra esse tipo de produção de comunicação falsa é um problema a mais, no Brasil, além do aprendizado das tecnologias, das tentativas, de erros e acertos em relação a uma forma de comunicação que está apenas começando para alguns grupos atendidos por esses

movimentos sociais. E no vácuo dessas reflexões, chegamos àquilo que de certa forma já está mais garantido no contexto estudado do continente velho que é o acesso à educação e ao esclarecimento dos direitos inerentes ao cidadão, um degrau ainda por efetivamente se fazer real no Brasil.

Dessa maneira, o ambiente digital, fruto de uma sociedade midiaticizada, traz para os comunicadores dos movimentos sociais mais esperança do que receios. O uso, mais tático entre os comunicadores estudados no contexto de Curitiba, Brasil e mais estratégico<sup>299</sup> entre os de Sevilha, na Espanha tem sido feito de maneira geral por meio de *websites*, redes sociais, emails, blogs, vídeos, imagens e áudios, comprovando a vocação de convergência de mídias desse ambiente e o vasto espaço de possibilidades que se abre. O que difere entre os dois contextos é a medição dos resultados, que se faz mais presente entre os comunicadores sevilhanos do que entre os de Curitiba. O que se percebe nos comunicadores curitibanos, é um usar as possibilidades em meio a descobertas: vídeo por *streaming*, tentativa de divulgação/mobilização via *twitter*, conquista de públicos e mobilização via *facebook* e os *websites* mais institucionais e informativos. Em Sevilha é presente o uso mais comum de *blogs* que possuem maior dinamicidade, são mais fáceis de serem trabalhados com os diferentes formatos midiáticos, e uma tônica de comunicação do movimento social menos institucionalizada. Assim, em uma visão geral, as ferramentas acessadas e utilizadas são as mesmas e os usos tendendo ao tático entre os comunicadores do contexto estudado de Curitiba e ao estratégico entre aqueles do contexto de Sevilha.

Nessa apropriação do ambiente digital para comunicar, pudemos perceber graus diferenciados de usos de determinadas práticas comunicacionais e a influência do movimento social/ organização social nesse formato. Movimentos mais antigos e mais combativos que remetem seu trabalho a um formato voltado para o confronto com os outros dois setores da sociedade, o mercado ou Estado, são os que mantêm uma distância “segura” das possibilidades do ambiente digital. Mesmo entendendo o ambiente como maior liberdade de ação de comunicação e de realmente produzir a versão necessária das informações para um maior público, há uma manutenção de processos de comunicação paralelos como impressos, cartazes e reuniões (verbal) mobilizações, e mesmo capacitações voltadas para os meios de comunicação. Muito do que motiva esse comportamento é uma profunda ligação com os públicos atendidos pelo

---

<sup>299</sup> A partir dos conceitos de Certeau (2013) sobre tática e estratégia.

movimento, povo mesmo, e a percepção de que para eles esse ambiente digital ainda está longe de ser um ambiente democrático e acessível a todos sem distinção. Esses movimentos ainda têm um certo afastamento do trabalho voltado para a comunicação com a imprensa de massa, ainda por entender que essa mídia precisa “ler” melhor os movimentos sociais e participar menos do setor “mercado” que ainda, bem ou mal, define muitas de suas pautas e abordagens. Movimentos mais institucionalizados que trabalham em nível de relações com o governo ou com instâncias internacionais no Brasil possuem um aparato institucional maior na Internet (*website*, perfil nas redes sociais, sala de mídia) e mais proximidade com o exercício da assessoria de imprensa. Mas identificamos também que esse trabalho voltado para a imprensa de massa é mais uma decisão do comunicador ali inserido do que especificamente uma estratégia estabelecida pelo movimento. Em Sevilha, mesmo as estratégias comunicacionais estando voltadas para a mobilização social em torno de um objetivo específico, o intuito de acessar a mídia de massa é presente, de maneira mais estratégica, entendendo, sim, que a cobertura desses veículos se dará de maneira enviesada e, por essa razão, é necessário provocar as pautas de maneiras específicas. Por exemplo, por saber que o assunto/tema “falta de moradia” causa comoção geral, os comunicadores “trabalham” essa pauta de maneira a se utilizar dessa comoção que também está presente nos jornalistas das redações. Essa percepção entre os comunicadores estudados em Curitiba é ainda embrionária, muito porque o comunicador dos movimentos aqui está muito mais preocupado em atender, comunicar, capacitar e fortalecer seus públicos do entorno, do que de destinar energia e paciência a tratar com a mídia de massa e suas lógicas e meandros.

Em vista de uma significativa liberdade (que podemos também entender como solidão) que esses movimentos e organizações oferecem para os comunicadores ali inseridos, o grande ator dessa pesquisa é realmente o profissional de comunicação. Tanto no contexto de Curitiba quanto no de Sevilha, por meio das dimensões “cultura profissional, cultura política e militância”, é possível entender que boa parte das decisões relacionadas às táticas e estratégias de comunicação realizadas nos movimentos sociais, mesmo quando partilhadas com um grupo maior, são tomadas com grande autonomia e certa solidão. É aquele único profissional que trabalha na organização, que todos os dias pensa e reflete como será feito o texto, o *post*, a tônica que será dada para determinada abordagem. Como falado, esse comunicador não tem

um editor<sup>300</sup>, alguém acima dele que configura, orienta seu fazer. Na grande maioria dos casos aqui estudados, a partir do conhecimento técnico voltado para a comunicação, esse profissional está sozinho no seu fazer. Não há uma equipe de comunicação ao seu redor dentro do movimento social. Por questões voltadas à sustentabilidade nas organizações do contexto brasileiro estudado, esse profissional é um cavaleiro solitário, muitas vezes se dividindo e a seu tempo entre duas organizações. Em alguns movimentos, esse fazer comunicacional tem suas diretrizes-base discutidas entre outros integrantes, de maneira participativa. Há os que veem a comunicação como fazer de todos no movimento e partilham essa missão com os outros, mas muito mais por acreditar não ser um trabalho técnico, restrito a um saber e sim, com uma postura mais militante. Outros veem que há os dois, que é preciso a partilha e a discussão, mas que a técnica sempre vai restar a quem estudou, na escola formal, ou nos movimentos, aquele campo comunicacional.

Autonomia e o fazer comunicação no nível tático marcam a atuação dos comunicadores investigados inseridos nos movimentos sociais em Curitiba. A prática de comunicação desses sujeitos está mais voltada para o "apagamento de incêndios" do que para um plano estrategicamente calculado em que se sai de uma determinada linha e se pretende buscar determinadas metas. Assim, as postagens no *facebook* são uma tentativa de erro e acerto para ver se há inscrições para um curso, a postagem do *twitter* pretende provocar uma reação (não calculada) de instâncias do governo, a publicação de textos reflexivos pretende divulgar um fato ou uma situação, mas não se sabe em quem se está chegando ao certo. Em ações mais tímidas, ainda tateando as possibilidades, há a medição de número de público atingido, há um registro estatístico do efeito de determinada ação comunicativa na web. Já no contexto de Sevilha as estratégias estão mais claras para a maioria dos comunicadores. Há quem faça as coisas por meio da intuição, mas o geral é uma consciência do que se quer provocar, de que aquele texto especificamente vai sensibilizar determinados públicos, de que aquele vídeo, com a comunidade descrevendo seu problema, fará com que as pessoas que o assistirem sintam-se muito mais próximas daqueles problemas e famílias. Enfim, nos comunicadores do contexto sevilhano estudados há uma linha lógica de atuação, chegando ao ponto de se treinar a comunidade para ao recebimento da mídia de massa (*mediatraining*).

---

<sup>300</sup>Santiago e Gianotti (1997)

Discutiu-se aqui se esses comunicadores estão herdando somente técnicas aprendidas na formação escolar ou consumidas em sua trajetória e as estão aplicando automaticamente. As percepções dos fazeres mostram que esse consumo, de alguma forma, está presente no cotidiano, por exemplo, quando se informa a equipe da organização para direcionar e mobilizar frente a um fato específico, mas não determinam essa prática diária. A formação também não pareceu determinante para esse fazer. É claro que oferece *know-how* para se lidar com algumas das ferramentas mas o que se percebe é que os comunicadores pesquisados navegam em ferramentas e dispositivos que qualquer outra pessoa pode acessar e usar. O que pode tornar esses comunicadores tecnicamente mais preparados que outro profissional qualquer pode ser a construção da informação, do texto, a abordagem do assunto, o uso da linguagem mais acessível, mas isso não é necessariamente oferecido pela escola. O que vimos foi que a escola ou universidade propiciou a esse comunicador uma convivência com grupos que os sensibilizaram para determinadas causas e para a possibilidade do trabalho nessa área. Assim, esse comunicador não foi previamente preparado tecnicamente para o trabalho de comunicação nos movimentos sociais. Sua formação específica acontece no movimento. O que ele faz é se preparar enquanto realiza seu trabalho. Por isso, seu consumo midiático, é muitas vezes, determinado por onde está inserido seu fazer ou pelo que esse comunicador precisa produzir. Por essa razão, quem vai trabalhar em um movimento que atua na questão da terra acessa mais veículos e mais informações voltadas para o assunto. E assim acontece nas outras organizações. Dessa maneira, vemos que o consumo midiático anterior e a escola parecem ter um papel menos marcante nesse fazer comunicacional desse sujeito. Não nos esqueçamos que a maioria dos sujeitos estudados é formada no ensino superior em cursos de comunicação. Mas o fazer em si determina a busca por aperfeiçoamento e por informações adicionais e mesmo por uma formação adicional.

A militância se estabelece como outra dimensão vista e que trouxe constatações interessantes. O que notamos, em uns mais e em outros menos, é que a visão do que é militância possui sutis diferenças. Para alguns, a militância deve se dar voluntariamente, separando-se trabalho de militância. Essa visão dos dois separada é mais comum nos comunicadores do contexto de Sevilha. Mesmo trabalhando em um lugar onde muitos militam, os profissionais têm claro o que é um trabalho técnico e o que é militância. Alguns entendem que é possível ganhar o sustento em um trabalho de militância, outros não concordam com essa possibilidade, mas é unânime a percepção de que eles

precisam trabalhar em ambientes cujas diretrizes concordem. O trabalho desses comunicadores tem um significado muito maior do que simplesmente ter o sustento. Mesmo que alguns digam que é essencialmente técnico o que produzem, percebe-se que há uma missão por trás do que fazem, há uma coerência entre o que acreditam e o que produzem.

Já no contexto de Curitiba, as duas formas de se atuar em um movimento, tecnicamente e militando, são bem misturadas. A ponto da vida de um dos comunicadores significar somente a militância e de outro entender o seu fazer somente como um sustento. Temos os dois extremos de percepção entre os comunicadores investigados em Curitiba. Um dos comunicadores mostra que é possível desenvolver somente um trabalho técnico de comunicação sem envolver-se com as causas do movimento em si, tratando a área como uma especialização. Outro entende o seu fazer como um jeito de denunciar injustiças, salvar vidas, como a única forma de conseguir determinadas garantias para uma comunidade, mergulhando nas dores de diversas pessoas e não enxergando o técnico ou estratégico no seu fazer. No meio desses dois extremos, vemos outros comunicadores entendendo a área como um lugar coerente com o que acreditam para se conseguir o sustento. Por isso, a militância e o trabalho acabam confluindo e sendo partes de um mesmo processo.

É necessário se levantar as questões que testemunhamos em relação à influência da militância na vida desses comunicadores. Um está há 10 anos tratando-se de doenças também relacionadas ao estresse vivido por uma vida mergulhada nessas lutas sociais, outro têm seus dogmas religiosos questionados pelo seu fazer na organização social e um terceiro (em Sevilha) tenta estabelecer limites entre militância e trabalho depois de desenvolver uma doença relativa também ao estresse provocado por esse envolvimento nas lutas sociais. Essas consequências mostram que escolher dedicar a vida trabalhando para que certos direitos sejam garantidos pode significar muito mais do que um simples trabalho. Ou o trabalho voltado para a comunicação nos movimentos sociais é muito mais do que um simples trabalho. Precisa do componente da militância para realizar o que se propõe. Até porque esta pesquisa começou por acreditar que essas práticas possuem a possibilidade de promover e estimular a existência de uma cidadania efetiva, que pode ser a cidadania comunicativa e ela vai poder acontecer, pelo menos em determinados níveis, se esse comunicador estiver comprometido com as lógicas do movimento social e do seu fazer.

A partir do que vimos na prática de sete dos comunicadores aqui estudados (excetuado aquele em que não há militância), esse fazer de comunicação, dependendo da maneira como é realizado, pode promover, sim, uma cidadania comunicativa entre os públicos do próprio movimento, do entorno desses movimentos e dos públicos por essa comunicação/trabalho alcançados. Retomando a ideia de que a cidadania comunicativa pode alcançar níveis diferenciados, conforme a proposta de Mata et. al. (2009)<sup>301</sup>, podemos propor que em algumas situações mais e em outras menos, essa cidadania comunicativa tem se mostrado presente. O que vemos é que por meio do uso da ambiência digital reúnem-se mais forças e, por conseguinte, há mais liberdade de produção de mensagens e de troca com possíveis públicos-cidadãos ligados/atingidos pelos movimentos. Assim, é fato que o fazer desses comunicadores no ambiente digital favorece a conquista de alguns níveis dessa cidadania. O nível formal acontece a partir da comunicação e visibilização de determinados direitos que, se não são sabidos pela comunidade, passam a ser por meio do uso das redes sociais e de comunicações de textos e reflexões produzidos por esses comunicadores. Essa divulgação dos direitos consagrados juridicamente acontece na comunicação realizada por sete desses comunicadores (uns mais, outros menos, mas é presente). O nível de cidadania comunicativa reconhecida é percebido a partir do trabalho de comunicação dos movimentos ligados diretamente a mobilizações com a comunidade em questões específicas, tanto em Curitiba quanto em Sevilha (as *corralas*, a *CGT*, *Terra de Direitos*, *Cefuria*, *Plataforma Dhesca*, as ocupações). O nível de cidadania exercida está presente em procedimentos voltados a confrontos, quando a comunicação está sendo realizada para a mobilização, como nas *corralas*, nas situações de quilombolas (em que a *Plataforma Dhesca*, o *Cefuria*, e *Terra de Direitos* estiveram envolvidos, por exemplo), entre outros. Por fim, a cidadania ideal ainda está por se estabelecer. Não é possível afirmar, a partir do alcance da produção que esses comunicadores têm realizado nos movimentos, que há uma mudança efetiva de lógica social, de acesso, de participação comunitária e de partilha. É preciso que esses comunicadores estabeleçam uma produção de comunicação mais partilhada, mais em comunidade, com maior troca

---

<sup>301</sup>*Formal*: representada pelo conjunto de direitos específicos consagrados juridicamente; *Reconhecida*: o conhecimento que esses indivíduos têm desses direitos em face da condição de pertencentes a uma comunidade; *Exercida*: manifesta nas práticas sociais reivindicatórias desses direitos, pedindo sua vigência ou ampliação; *Ideal*: a que se estabelece como utopia a partir de postulados teóricos de verdadeira transformação social vinculada a democratização das sociedades



para que a cidadania ideal comece a ser desenhada primeiro no fazer comunicativo dos movimentos sociais, depois nos seus efeitos fora dele, nos públicos atingidos.

Assim essa investigação identifica no trabalho desses sujeitos aqui investigados a busca por uma cidadania comunicativa se desenhando, um intento, mas que tem dentro de si, um grande caminho por se fazer. É possível que pesquisas que se desenvolvam no futuro no âmbito da avaliação dos efeitos desses fazeres e do alcance, no âmbito de recepção dessas mensagens, possam dar respostas interessantes sobre a efetivação dessas cidadanias nos públicos-alvo. O que se entende, desse lado pesquisado, é que a comunicação realizada por sujeitos comunicantes efetivamente comprometidos com as bandeiras dos movimentos sociais onde estão inseridos, num ambiente digital com acesso garantido por todos os grupos, comunidades e públicos, tem força e poder para propor novos estímulos à cidadania comunicativa. Uma cidadania conquistada a partir da democratização real das vozes.

O que se pode depreender do que aqui foi visto é que a universidade precisa pensar essa área dos movimentos sociais e suas especificidades como uma das possibilidades de trabalho dos comunicadores por ela formados. Políticas públicas precisam ser reivindicadas para garantir acesso efetivo da população no Brasil às tecnologias e saberes digitais com possibilidade real de democratização das produções de informação e comunicação. Os movimentos sociais precisam, ainda, dar maior atenção à comunicação desenvolvida pelos sujeitos ali inseridos entendendo esse fazer dentro de uma sociedade midiaticizada tão importante quanto às atividades diretas, voltadas para as bandeiras que defendem. Os comunicadores precisam continuar. Continuar a refletir a questionar, a fazer, a conquistar, a divulgar, a denunciar, a aprender. É uma nova sociedade que pode ser formada a partir da visibilização dos diferentes grupos sociais e seus direitos.

## REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo**. São Paulo: Companhia das letras, 2002.
- ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. Do mercado de massas ao mercado de nicho. Rio de Janeiro : Campus, 2006.
- AUGUSTO, Cinara. **Mobilidade do profissional de comunicação no Brasil: um mito**. Anais XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília-DF, INTERCOM/UnB, 2006.
- BACHELARD, Gaston. **A epistemologia**. Lisboa : Edições 70, 1971.
- BARROS, Antonio Teixeira. **A relação entre o sistêmico e o vivido na comunicação institucional**. In: KUNSCH, Waldemar L., KUNSCH, Margarida M. K. Relações Públicas comunitárias. A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007. p. 124 a 136.
- BARROS FILHO, Clóvis; MARTINO, Luís M. S. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus. 2003.
- BASSFELD, Marlise de Cássia. **Por voz e por vez: o valor simbólico da comunicação no terceiro setor**. In Assessoria de Comunicação – Empresas, governo e terceiro setor. Org. COLOMBO, Irineu Mário. Curitiba: Editora Desenhos & Letras, 2009.
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- BENEVENUTO JR., Álvaro. As histórias, as novas mídias e a comunicação alternativa como interlocutores de novas práticas sociais. In. COGO, Denise.; KAPLUN, Gabriel.; PERUZZO, Cicília. **Comunicação e movimentos populares: quais redes?** São Leopoldo: ed. Unisinos, 2002.
- BERGER, C. **Movimentos Sociais: pesquisa em três tempos**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais. São Paulo: Intercom, 2006.
- BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Nova Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- BONA, Nivea C. **A comunicação e o papel do comunicador nas ONGs sociais**. Dissertação de mestrado. Universidade Metodista de São Paulo. 2008. 258p.
- BONIN, Jiani. A dimensão metodológica na pesquisa comunicacional e os desafios da observação em perspectiva histórica. In; MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani; ROSARIO, Nísia Martins do (org.) **Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios da prática investigativa**. João Pessoa. Editora Universitária da UFPB, 2008.
- \_\_\_\_\_. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias**

**de pesquisa em comunicação:** olhares, trilhas e processos. 2ª Ed. Ampliada. Porto Alegre: Sulina, 2011.

BOURDIEU, Pierre. Esboço de uma teoria da prática. In. ORTIZ, Renato. (org.) **Pierre Bourdieu. Sociologia.** São Paulo, Ática, 1983.

\_\_\_\_\_. **Sobre a televisão.** Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

\_\_\_\_\_. **O poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-claude; PASSERON, Jean-claude. **El oficio de sociólogo.** 15ª Ed. Madrid-ES. Siglo Veintiuno Editores. 1993

CABRAL FILHO, Adilson. **Rompendo Fronteiras:** a comunicação das ONGs no Brasil. Rio de Janeiro: Achiamé, 1996.

CAMACHO Azurduy, Carlos A. **Cultura de transparencia.** El derecho humano a la información en el desarrollo de la ciudadanía comunicativa en Bolivia (1997 – 2007). La Paz, Bolivia: Hebrón Impresores, 2007

CAMACHO Azurduy, Carlos A. **América Latina, en el reto de construir puentes con y entre las ciudadanías.** El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa. Revista Aportes Andinos nº 14. Participación y Ciudadanía. Agosto 2005. Disponível em:  
<http://www.uasb.edu.ec/padh/revista14/articulos/carlos%20camacho.htm>

CARDOSO, Gustavo. **A Mídia na Sociedade em Rede.** Rio de Janeiro. Editoria FGV. 2007.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo. Paz e Terra. 1999.

\_\_\_\_\_. **A galáxia da internet.** Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003a

\_\_\_\_\_. Internet e sociedade em rede. In: Moraes, Denis. **Por uma outra comunicação.** Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2003b. p. 255-287

CAVALCANTI FILHO, José Paulo (org.) Discurso por controles democráticos ao poder dos meios de comunicação. In: **Informação e Poder: ampla liberdade de informar x responsabilidade no exercício dessa liberdade.** São Paulo : Record, 1993. p. 27-63

CELESTINO, Mônica; BENEVIDES, Silvio. **Jornalismo, direitos humanos e terceiro setor.** On-line. 2003. Observatório da Imprensa. Disponível em:  
<<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/cadernos/cid160920033.htm>

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano. 1. Artes de fazer.** 20ª Ed. Petrópolis-RJ : Vozes, 2013.

CESAR, Regina E. Movimentos Sociais, comunidade e cidadania. In: KUNSCH, Margarida M. K. ; KUNSCH, Waldemar L. **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora.** São Paulo: Summus, 2007. p.78 a 91

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania.** São Paulo: Loyola, 2005.

DAGNINO, Evelina **Confluência perversa, deslocamentos de sentido, crise discursiva.** In: GRIMSON, A. (Org.). La cultura en las crisis latinoamericanas. Buenos Aires : CLACSO, 2008. p. 195-216.

DÍAZ, Iban. **Sevilla, cuestión de clase. Uma geografia social de la ciudad.** Colección Ensayando. Sevilla : Atrapasueños editorial, 2010.

DOMINGOS, Armani. **Mobilizar para transformar: a mobilização de recursos nas organizações da sociedade civil.** São Paulo: Oxfam, 2008.

DOWNING, John D. H.; **Mídia Radical.** Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo : Editora Senac, 2002.

DRUETTA, Delia Covi. **Internet: a aposta na diversidade.** In. FRAGOSO, Suely; MALDONADO, Alberto Efendy (orgs.) A internet na América Latina. Porto Alegre : Sulina, 2009. p. 42-58.

DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa no Brasil. In: **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia.** São Paulo: Atlas, 2002.

\_\_\_\_\_. Entrevista em profundidade. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Editora Atlas, 2005. p. 62-83.

FAXINA, Elson. **Participação e Subjetividade em Movimentos Sociais: um estudo de caso sobre as práticas culturais contemporâneas como espaço de construção e legitimação do ser individual e ator social.** 2001. 285p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes da Universidade Estadual de São Paulo.

\_\_\_\_\_. **Do mercado à cidadania: o desafio das transformações dos sujeitos discursivos, das institucionalidades e das narrativas jornalísticas na TV pública brasileira,** 2012. 326 p. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

\_\_\_\_\_. **Comunicação Pública.** Palestra proferida no I Seminário Multidisciplinar de Pesquisa Científica. Uninter. Curitiba, 2012.

FRAGOSO, Suely. **Reflexões sobre a convergência midiática.** *Líbero*, São Paulo, v. viii, n. 15-16, p. 17-21, 2006.

FRAGOSO, Suely; MALDONADO, Alberto Efendy. **Panorama da Internet na América Latina.** In. FRAGOSO, Suely; MALDONADO, Alberto Efendy (orgs.) A internet na América Latina. Porto Alegre : Sulina, 2009.

FOLETTTO, Rafael. **Na trilha de Fernando Lugo: construindo processualidades metodológicas para investigar as representações do presidente paraguaio nas revistas semanais brasileiras.** In: Maldonado, Alberto Efendy (et al.) Metodologias em pesquisa em comunicação. Olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GALEANO, Eduardo. **O livro dos abraços.** São Paulo: L&PM, 1991.

GARCÍA GARCÍA, Antonio. **Vitalidad y crisis en los espacios públicos de Sevilla.** Sécción: ciencias sociales. Diputación de Sevilla. Área de Cultura y Deportes. Servicio de Archivo y Publicaciones Sécción: ciencias sociales. Sevilla, 2006.

GIANNOTTI, Vito.; SANTIAGO, Claudia. **Comunicação Sindical: falando para milhões.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 2006.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura.** 3ª Ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1979.

GOHN, Maria da Glória. **Teorias dos movimentos sociais.** São Paulo: Loyola, 1997.

\_\_\_\_\_. **Os sem-terra, Ongs e cidadania.** São Paulo: Cortez, 2000.

\_\_\_\_\_. **Movimentos sociais no início do século XXI.** Petrópolis, RJ : Vozes, 2003.

\_\_\_\_\_. **O protagonismo da sociedade civil: movimentos sociais, ONGs e redes solidárias.** 2ª ed. São Paulo : Cortez, 2008.

\_\_\_\_\_. **Movimentos sociais e educação.** 6ª ed. São Paulo : Cortez, 2005.

\_\_\_\_\_. **Novas teorias dos movimentos sociais.** 2ª Ed. São Paulo : Loyola, 2009.

GORTARI, Eli de. **Introduccion a la logica dialética.** México: Fondo de Cultura Econômica, 1956.

GRINBERG, Maximo. Comunicação alternativa: dimensões, limites, possibilidades. In: GRINBERG, Máximo (org.). **A comunicação alternativa na América Latina.** Petrópolis: Vozes, 1987.

GUARESCHI, Pedrinho. **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética.** Petrópolis: Vozes, 2000.

GUARESCHI, Pedrinho; BIZ, Osvaldo. **Mídia e democracia.** Porto Alegre : Evangraf, 2005

HALL, Stuart. **Old and new identities, old and new ethnicities**. In: KING, Anthony D. (Ed.). *Culture globalization and the world system* Londres, MacMilan, Nova York : State University of New York, 1993.

HENRIQUES, Márcio Simeone. *Relações Públicas em projetos de mobilização social: funções e características*. In: HENRIQUES, Márcio Simeone (org). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. São Paulo: Editora Autêntica : 2005. p.17-32.

IBARRA, Pedro. ¿Qué son los movimientos sociales? In. IBARRA, Pedro; GRAU, Elena (coord.). **Anuario de movimientos sociales. Uma mirada sobre la red**. Icaria Editorial y Getiko Fundazioa : Barcelona, 2000

JAPIASSU, Hilton. **Introdução ao pensamento epistemológico**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

\_\_\_\_\_. **Questões epistemológicas**. Rio de Janeiro : Imago, 1981.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Escritta Editorial, 1991.

KUHN, Thomas. **Estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

KUNSCH, Margarida M. K. ; KUNSCH, Waldemar L. **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

\_\_\_\_\_. *Campos de estudos emergentes em comunicação nas novas cidadanias*. In: BEZZON, Lara A. C. **Comunicação, política e sociedade**. Campinas, SP: Alínea, 2005. p.21-44.

\_\_\_\_\_. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo : Summus, 2003.

LACERDA, Juciano de Sousa. *A internet na gestão dos movimentos sociais: estudo de caso das estratégias discursivas da Rede Brasileira de Comunicadores Solidários à Criança*. In: COGO, D.; KAPLUN, G.; PERUZZO, C. **Comunicação e movimentos populares: quais redes?** São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2002.

\_\_\_\_\_. **Ambiências comunicacionais e vivências midiáticas digitais: conexões e sentidos entre espacialidades pessoais, arquitetônicas e digitais: um estudo da experiência dos internautas em telecentros de acesso público gratuito dos projetos Paranavegar e Faróis do Saber – Curitiba – PR, 2008**. 318p. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

\_\_\_\_\_. **Caminhos labirínticos para pensar os objetos tecnoinfomacionais**. In: MALDONADO, Alberto Efendy (et al). *Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos*. 2ª. Edição. Porto Alegre : Sulinas, 2011.

LARAÑA Rodríguez-Cabello, Enrique. **Continuidad y unidad en las nuevas formas de acción colectiva. Un análisis comparado de movimientos estudiantiles.** In: Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad. Edición a cargo de Enrique Laraña y Joseph Gusfield. 1ed. 1994. Reimpressão 2001. Colección Academia. Centro de Investigaciones Sociológicas.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades.** 2ª Ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1998.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação.** São Paulo : Cortez, 2001.

MALDONADO, Alberto Efendy. **Teorias da Comunicação na América Latina.** Enfoques, encontro e apropriações da obra de Verón. São Leopoldo, RS, Editora Unisinos, 2001.

\_\_\_\_\_. A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI. In: MALDONADO, Alberto Efendy et. al. **Perspectivas metodológica em comunicação: desafios na prática investigativa.** João Pessoa-PB: Editora Universitária da UFBA, 2008. p. 27-54.

\_\_\_\_\_. Práxis reflexiva comunicacional e configurações sociais transformadoras. In: COGO, Denise; MAIA, João. **Comunicação para a cidadania.** Rio de Janeiro: Ed. UERJ. 2006. p. 27-40

\_\_\_\_\_. A transmetodologia no contexto Latino-americano. In: MALDONADO, Alberto Efendy (et al.) (orgs.) **Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação.** Rio do sul – SC, Natal-RN, Editora Unidavi e EDFRN, 2012.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa em comunicação: trilhas histórias, contextualização, pesquisa empírica e pesquisa teórica.** p.277-303 In: MALDONADO, Alberto Efendy (et al.) Metodologias em pesquisa em comunicação. Olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões.** São Paulo: Paulus, 2009.

MARTIN-BARBERO, Jesus. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação.** Mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro : Record, 2003. p.57-86

\_\_\_\_\_. **Dos meios às mediações.** Comunicação Cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003b.

\_\_\_\_\_. **Uma aventura epistemológica.** Entrevista com Jesus Martin-Barbero por Lopes, Maria Immacolata Vassallo. Revista Matrizes. São Paulo, Ano 2 – nº2, primeiro semestre de 2009.

MARTINEZ LOPEZ, Miguel. **Okupaciones de viviendas y de centros sociales.** Autogestión, contracultura y conflictos urbanos. Virus Crônica : Bilbao, 2001.

MATA, Maria Cristina. Comunicação y ciudadanía: problemas teóricos-políticos de su articulación. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos, São Leopoldo**, v. 8,n.1, p. 5-15, jan./abr. 2006.

\_\_\_\_\_. **De la cultura masiva a la cultura mediática**. Lima, Peru. Felafacs, N. 56, p 80-90, out 1999.

MATA, M. C. et al. Ciudadanía comunicativa: aproximaciones conceptuales y aportes metodológicos. In: A. PADILLA & A. MALDONADO. **Metodologías transformadoras: tejiendo la Red em Comunicación, Educación, Ciudadanía e Integración em América Latina**. Caracas: Fondo editorial CEPAT/UNESR, 2009.

MATTOS, Ana Paula. As Relações Públicas no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra In: FREITAS, Ricardo F., LUCAS, Luciane. **Desafios Contemporâneos em Comunicação**. Perspectivas de relações Públicas. São Paulo: Summus, 2002. p. 161-181

MELUCCI, Alberto. **¿Qué hay de nuevo en los “nuevos movimientos sociales”?** In: Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad. Edición a cargo de Enrique Laraña y Joseph Gusfield. 1ed. 1994. Reimpresión 2001. Colección Academia. Centro de Investigaciones Sociológicas.

MONTAÑO, Carlos. **Terceiro Setor e questão social**. Crítica ao padrão emergente de intervenção social. São Paulo: Cortez, 2005.

MORAES, Dênis. Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na internet. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Vol. 23, n. 2, p.142-155, julho/dezembro de 2000.

MOREIRA, Sonia V. **Análise documental como método e como técnica**. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.p.269-279

MOTA, Luiz Gonzaga. Brasil: alternativa popular: comunicação e movimentos sociais. In: GRINBERG, Máximo. **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987. p.37-50.

MULLER, L.e tal. **O terceiro setor como mercado profissional**. Porto Alegre : Civitas, vol.9, núm.2, mayo-agosto, 2009, p.281-306

NOGUEIRA, Marco Aurélio. **Um estado para a sociedade civil**: temas éticos e políticos da gestão democrática. 2 ed. São Paulo : Cortez, 2005.

NORRIS, Christopher. **Epistemologia: conceitos-chave em filosofia**. Porto Alegre : Artmed, 2006.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.



PAIVA, Raquel. **O espírito comum**. Comunidade, mídia e globalismo. Rio de Janeiro : Mauad, 2003.

PIERCE, Charles S. **A fixação da crença**. Disponível em:  
[http://www.lusosofia.net/textos/peirce\\_a\\_fixacao\\_da\\_crenca.pdf](http://www.lusosofia.net/textos/peirce_a_fixacao_da_crenca.pdf)

PENTEADO FILHO, Roberto de C.; Assessoria de imprensa na era digital. In: DUARTE, Jorge. (Org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2002. p. 340-362

PERUZZO, Cicília M. K. **Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista**. São Paulo : Cortez, 1982.

\_\_\_\_\_. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 2. ed. Petrópolis, RJ : Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. **Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Brasília-DF : INTERCOM/UnB, 2006.

\_\_\_\_\_. Comunicação e terceiro setor. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: estado, mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo : Atlas, 2007. p. 154-173.

\_\_\_\_\_. Comunicação comunitária e gestão participativa. In: KUNSCH, Waldemar L., KUNSCH, Margarida M. K. **Relações Públicas comunitárias**. A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo : Summus, 2007. p. 137-149

\_\_\_\_\_. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados**. Reelaboraões no setor. Palavra-clave, 2008. Disponível em:  
<http://palavraclave.unisabana.edu.co/index.php/palavraclave/article/view/1503/1744>

PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla B. **História da Cidadania**. São Paulo : Contexto, 2010.

RAMONET, Ignacio. Una gran mutación. In: RAMONET, Ignacio. **La post-televisión: Multimedia, internet y globalización económica**. Madrid: Icaria, 2005.

REBOLLO, Abel. Et al. (coord.) **Días Rebeldes**. Crónicas de insumisión. Barcelona : Ediciones Octaedro, 2009.

REICHMANN, Jorge. **Hacia un marco teórico para el estudio de los nuevos movimientos sociales**. Cap.1 In: REICHMANN, Jorge; BUEY, Francisco Fernandez. Redes que dan libertad. Introducción a los nuevos movimientos sociales. Paidós, estado y sociedad. Ediciones paidós : Barcelona – Buenos Aires – México, 1994.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Experiência, modernidade e campo dos media. In: SANTANA, R. N. Monteiro de., **Reflexões sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Revan; Teresina, PI: Universidade Federal do Piauí, 2000. p. 169-215

SALDANHA, Patrícia. **Publicidade Social: uma nova possibilidade de compreender a atividade publicitária a partir das novas plataformas de produção e veiculação**. In. Congreso latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, 2012, Montevideo – Uruguay.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura das mídias**. 4a. ed. São Paulo : Experimento, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

\_\_\_\_\_. **A gramática do tempo**. Para uma nova cultura política. São Paulo: Cortez Editora, 2006.

SANTOS, Boaventura Sousa; MENDES, Maria Paula (org). **Epistemologias do Sul**. Coimbra : Edições Almedina, 2006

SCHERER-WARREN, Ilse. **Redes de movimentos sociais**. São Paulo : Loyola, 1993.

\_\_\_\_\_. **Movimentos Sociais**. 2ª edição revista. Florianópolis : Editora da UFSC. 1987.

\_\_\_\_\_. **Organizações não governamentais: solução ou problema?** São Paulo : Estação Liberdade, 1996.

\_\_\_\_\_.; FERREIRA, José Maria Carvalho. **Transformações sociais e dilemas da globalização: um diálogo Brasil/Portugal**. São Paulo: Cortez, 2002.

SCOTT, Lasch. Formas tecnológicas de vida. In. SCOTT, Lasch. **Crítica de la información**. Buenos Aires: Amorrortu, 2005, p.39-58.

SIMIONATTO, Ivete. **Gramsci: sua teoria, incidência no Brasil, influência no serviço social**. Florianópolis: Ed. da UFSC; São Paulo: Cortez, 1995.

SILVERSTONE, Roger. **Porque estudar a mídia**. São Paulo: Loyola, 2008.

SOARES, Ismar de Oliveira. Um desafio para as ONGs: a gestão dos processos comunicacionais. In: DIDONÉ, Maria; MENEZES, José Eugênio de O., **Comunicação e política: a ação conjunta das ONGs**. São Paulo : Ed. Paulinas, 1995.

SOUZA, Ana Inês. **Cefuria, 25 anos fazendo história popular**. Série “Memórias das Lutas Populares no Paraná Pós-Ditadura Militar”. Curitiba : Editora Gráfica Popular Cefuria, 2006.

TEIXEIRA, Viviani Correa. **A contribuição da internet para os movimentos sociais e redes de movimentos sociais e o caso do Movimento Internacional pela Adoção do Software Livre**. In: Anais do II Seminário Nacional Movimentos Sociais, participação e democracia. 25 a 27 de abril, 2007. UFSC – Florianópolis – SC.

TOURAINÉ, Alan. **Poderemos viver juntos?** Vozes : Rio de Janeiro, 1998.

\_\_\_\_\_. **Um novo paradigma**. Para compreender o mundo de hoje. Petrópolis :Vozes, 2006.

VERON, Eliseo. Interfaces. Sobre la democracia audiovisual evolucionada. In: FERRY, Jean-Marc et al. **El nuevo espacio público**. Barcelona: Gedisa, 1998. Disponível em:< <http://insumisos.com/lecturasinsumisas/Democracia%20audiovisual%20contemporanea.pdf>>, acesso em 15 de maio de 2012.

\_\_\_\_\_. Esquema para el analisis de la mediatización. **Diálogos de la comunicación**, Lima: [s.n.], p. 9-17, 1997.

\_\_\_\_\_. **Espacios Mentales: efectos de agenda**. Buenos Aires : Gedisa, 2005. p. 127-138.

## **APÊNDICE A – Roteiro de entrevista em profundidade 1ª exploratória**

### **BLOCO 1: PERFIL DO COMUNICADOR**

- Nome,
- Formação,
- Idade,
- Tempo de trabalho

### **BLOCO 2: TRAJETÓRIA PROFISSIONAL**

- Sempre trabalhou no terceiro setor ou em movimentos sociais?
- Quais foram os lugares por onde passou?
- Quais são suas funções e responsabilidades assumidas nestas organizações?
- Quando começou a trabalhar nesta organização? Quais são suas funções e responsabilidades que assumiu e assume nessa organização?

### **BLOCO 3: CONSUMO MIDÁTICO DO COMUNICADOR**

- Quais estiveram presentes em sua trajetória de vida?  
*TV, rádio, Jornal, Revistas, Internet, Fanzines*
- Quais meios e programas utiliza atualmente pra se informar? Por que utiliza estes meios?  
*TV, rádio, Jornal, Revistas, Internet, Fanzines*

### **BLOCO 4: COMUNICAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO/APROPRIAÇÕES DOS MEIOS**

- Como vê o papel da comunicação na organização – quais são os objetivos desses projetos e estratégias na visão do profissional.
- Quais as estratégias de comunicação utilizadas pelo movimento para figurar na mídia de massa ou alternativa. Há meios próprios?
- Como se decidem as estratégias de comunicação?
- Quem são os públicos prioritários dessas estratégias e quais os objetivos?
- Como esses profissionais vêem o resultado de seu trabalho tanto na mídia de massa quanto na alternativa.
- Esses resultados midiáticos determinam ações futuras? Como? Quais?
- Como você vê a cobertura que os meios de comunicação de massa realizam dos movimentos sociais e ONGs sociais? E do movimento?
- A organização monitora o que sai na mídia sobre o movimento? Há discussões em relação a isto?

## **APÊNDICE B – Roteiro da Entrevista da 3ª Exploratória**

### **DADOS DE IDENTIFICACAO**

Nome:

Idade:

Formação (qual curso, onde, quando e porquê):

Há quanto tempo atua no movimento:

### **BLOCO 1 - Identidade, bandeira, demandas concepções e estratégias comunicacionais do movimento social/ relação com as práticas**

- 1- Como o movimento/organização se constituiu?
- 2- Quantas pessoas trabalham nele, qual a área de atuação, quantas são voluntárias e quantas assalariadas?
- 2- Qual a principal bandeira e objetivo?
- 3- Qual a linha primordial de trabalho e as secundárias?
- 4- Como se dá o trabalho cotidiano no movimento?
- 5- Quem é (são) o público-alvo do trabalho do movimento?

### **BLOCO 2 - Práticas de comunicação digital realizadas pelo comunicador**

- 1- Quais são as estratégias de comunicação digital utilizadas pelo movimento social?
- 2- Quais são os objetivos dessas estratégias e qual(is) o(s) público(s) que se pretende atingir? Qual é a reação esperada desse público (mobilização, informação, etc)?
- 3- Quem define essas práticas de comunicação digital dentro do movimento (essa é uma situação individual ou tudo é realizado de maneira coletiva)? Descrever.
- 4 - Quais as funções que você desempenha dentro do movimento? Qual é seu papel? Por quê?
- 5- Em quais estratégias você atua diretamente, quais são de sua responsabilidade e como esse planejamento e ação acontece?

### **BLOCO 3 - cultura profissional (trajetória de formação e atuação profissional) / relação com as práticas de comunicação digital**

- 1- Como foi a sua preparação para trabalhar com comunicação dentro do movimento?
- 2- Se é formado em comunicação onde fez faculdade, quando e como foi sua passagem por lá? Havia uma disciplina voltada para a área social? Que grupos e projetos fizeram parte dessa experiência?
- 3- Quais aspectos da formação escolar formal estão sendo utilizados no trabalho do dia a dia na comunicação do movimento?
- 4- Se não se graduou em comunicação, quais foram os cursos independentes realizados? Quais eram os focos desses cursos? Quando foram cursados e em quais instituições ou grupos? C
- 5- Dessa formação, o que é aplicado no dia a dia no movimento hoje?
- 6- Se não fez faculdade em comunicação, o que o fez entrar/trabalhar para a área de comunicação?

### **BLOCO 4 - as competências midiáticas/digitaisprofissional (trajetória de consumo e produção midiático e digital) / relação com as práticas de comunicação digital**

- 1- Qual foi o consumo midiático realizado na infância/adolescência? *TV, rádio, jornal, internet, livros.*
- 2- Hoje quais são os meios e veículos que usa para se informar ou se entreter e por quê?

- 3- Para você, esse seu consumo influenciou ou influencia suas práticas comunicacionais utilizadas no movimento hoje? Como?
- 4- Qual sua opinião sobre a comunicação digital no contexto atual e nas necessidades comunicativas do movimento?

**BLOCO 5 - cultura política/de militância / relação com as práticas de comunicação digital**

- 1 - Quais as influências familiares ou de grupos de relação na decisão pelo trabalho no movimento?
- 2- Você já realizou trabalhos militantes em algum outro movimento? Em quais? Quando? Como? E como era essa atuação?  
*(aqui dentro estão ainda questões sobre se é filiado a algum partido e que vão amarrar com possíveis grupos nos quais participou na formação ou adolescência. Perguntar dentro disso quais as relações com as práticas atuais.)*
- 3 - Militância ou trabalho formal: explique o que o/a motiva a trabalhar no movimento.

**BLOCO 6 - Outras práticas midiático-comunicacionais desenvolvidas pelo movimento social / relação com as práticas de comunicação digital**

- 1- Quais são as outras estratégias de comunicação implementadas pelo movimento e qual o objetivo delas?
- 2- Quem define quais estratégias de comunicação serão utilizadas e como essas decisões acontecem? Qual sua influência ou responsabilidade nessas decisões?
- 3- Qual o principal público e secundários que são o objetivo dessas outras estratégias de comunicação? Por quê?
- 4- Como são realizadas as ações de comunicação? Quem é responsável e por quê?
- 5- Quais são os resultados que são medidos e quais são monitorados pelo movimento e como isso acontece?
- 6- De que forma se dá a relação dessas estratégias com as estratégias digitais de comunicação? Estão interligadas?
- 7- Quem mais atua no planejamento e realização dessas estratégias não digitais? Como isso acontece?

## APÊNDICE C- ROTEIRO DE ENTREVISTA EM SEVILHA

**Obs. Roteiro utilizado também utilizado na coleta sistemática em Curitiba**

### 3. ROTEIRO DE ENTREVISTA

#### DADOS DE IDENTIFICACAO

Nome/Nombre:

Idade/Edad:

Formação (qual curso, onde, quando e porquê):

Graduación, formación escolar. (cuál fue el curso hecho, cuando y porqué):

Em qual movimento atua/En cuál movimiento actua:

Há quanto tempo atua no movimento/Hace cuanto tiempo estás en el movimiento?

Onde nasceu (cidade)/Donde naciste?

Como é a família:

Hable de tu familia. Cuantas personas son? Que hacen tus padres y hermanos? Viven donde?

Onde viveu: cidade, casas, condição sócio-econômica familiar e cultural (*para contexto, atentar para mudanças de cidade ou motivos que fizeram a família alterar planos*)

Donde ya vivió? Ciudad, viviendas, condiciones socio-economicas de la familia y cultural (*para contexto, atención para los cambios de ciudad o razones que hicieron la familia cambiar los planes*)

#### Parte 1- TRAJETÓRIA DE VIDA COMUNICACIONAL DO SUJEITO COMUNICANTE- RELAÇÕES COM A COMUNICAÇÃO

**Parte 1- Trayectoria de vida comunicacional del sujeto comunicante- relaciones con la comunicación**

**BLOCO 1 - CULTURA PROFISSIONAL (trajetória de formação e atuação profissional em comunicação, cursos populares, vivências, construção do conhecimento em comunicação)**

**Bloque 1- Cultura profesional (trayectoria de formación y actuación profesional en comunicación, cursos populares, experiencias vividas, construcciones del conocimiento en comunicación)**

1- Se é formado em comunicação onde fez faculdade, quando e como foi sua passagem por lá?

Si tiene graduación en comunicación, donde hizo la facultad, cuando y como fue tu estudio y todo?

Havia disciplinas voltada para a área social? (quais, conteúdos, o que influenciaram na escolha/ação no movimento)

En tu graduación tenía alguna materia que hablaba del social? (cual, cual era el contenido, que podría tener afectada tu vida y acción en el movimiento)

Que grupos e projetos fizeram parte dessa experiência? (grupos de estudo, voluntariado como isso pode ter influenciado a formação)

Qué grupos y proyectos formaron parte de esa experiencia? (grupos de estudio, trabajo voluntario y como afectó a la formación en comunicación)

Quais eventos paralelos você participou? (congressos, conteúdos, como participou, o que forneceram de aportes para a ação atual)

De cuales eventos participaste? (congresos, contenidos, como participaste, qué aportaron para tu acción actual?)

2- Quais aspectos da formação escolar formal estão sendo utilizados no trabalho do dia a dia na comunicação do movimento? Como?

Cuales son los aspectos de tu formación académica que hoy utilizas en tu trabajo en la comunicación del movimiento? Como ocurre eso?

3- Se não se graduou em comunicação, quais foram os cursos independentes realizados? Quais eram os focos/conteúdos desses cursos?

Quando foram cursados e em quais instituições ou grupos?

Si no te graduaste en comunicación, cuáles fueron los cursos que realizastes?

Cuáles fueron los contenidos y aspectos concretos de los cursos?

4- O que foi apreendido em cada curso ou vivência popular e como contribuíram para sua formação?

Qué fue aprovechado en cada curso o experiencia vivida popularmente y como contribuyeron para tu formación?

5- Dessa formação, o que foi aplicado e ainda é no dia a dia no movimento hoje?

De esa formación, que fue aplicado y qué utilizas hoy en el cotidiano del movimiento?

6- Se não fez faculdade em comunicação, o que o fez entrar/trabalhar para a área de comunicação?

Cual fue la causa de trabajar en comunicación ya que no te graduastes en esta materia?

7- Quais foram seus motivadores técnicos (gostos por mídias específicas) ou habilidades que possui para trabalhar no movimento social?

Cuáles fueron las motivaciones técnicas (te gusta alguna media especifica) o habilidades que tienes para trabajar en el movimiento social?

8- Como foram aprendidas e apreendidas as competências relacionadas ao ambiente digital? (formação acadêmica, de consumo ou autodidata)

Como fueron aprendidas y aprovechadas las competencias relacionadas al ambiente digital? (formación en la academia, el consumo o autodidacta?)

9- Em sua trajetória profissional, quais foram suas posições de trabalho que envolveram a área da comunicação e o que foi apreendido desses trabalhos? (ver empresas de comunicação, estágios, voluntariado, grupos informais, em geral, etc)

En tu trayectoria profesional, cuales fueron tus labores en comunicación y qué aprovechaste de esos labores? (empresas de comunicación, prácticas, voluntariado, grupos informales, en general)

10- *(No caso de não ser formado em comunicação)* Como e com quem você aprendeu as técnicas que utiliza na produção, seleção de conteúdo e uso de determinadas mídias?

*(Si no eres graduado en comunicación)* Como y con quién aprendistes las técnicas que utilizas en la producción, selección del contenido y uso de determinadas medias?

11- Como foi a sua preparação para trabalhar com comunicação dentro dos movimentos em que já participou? (havia cursos de ambientação, material técnico disponível, etc)



Como fue tu preparación para trabajar con la comunicación en los movimientos en tus experiencias anteriores? (hicistes cursos para adaptarte, material disponible?)

## **BLOCO 2 - as competências midiáticas/digitais (trajetória de consumo e produção midiático e digital)**

### **Bloque 2- las competencias midiaticas/digitales (trayectoria del consumo y producción midiatica y digital)**

1- Qual foi o consumo midiático realizado na infância/adolescência? *TV, rádio, jornal, internet, livro (o que viu em cada um, o que acessava mais, quando houve o consumo maior de um ou de outro, o que eles influenciaram, lembranças marcantes, etc)*

Cuál fue el consumo de los medios que hiciste en tu niñez/adolescencia? *Televisión, radio, periódico, internet, libro. (qué más viste en ellos, a que otros accedías, cuando consumistes más uno que otros, en qué influyeron ellos, recuerdos notables)*

2- Hoje quais são os meios e veículos que usa para se informar ou se entreter e por quê? *(atentar para gênero, programa de cada meio, conteúdo: aqui é importante fazer com que explique que veículos são esses, pegar os endereços na web e pedir que explique em geral o conteúdo do veículo)*

Hoy cuales son los medios que utilizas para informarte o entretenerte y porqué? *(hable de los generos, programas de televisión o radio, contenido: importante hacer que explique qué medios son esos, coger las direcciones en la web y preguntar que explique generalmente el contenido del medio.)*

3- Para você, esse seu consumo influenciou ou influencia suas concepções de práticas comunicativas para o movimento em que você trabalha hoje? Como?

Para ti, tu consumo influenció o sigue influenciando tus concepciones de prácticas comunicativas para el movimiento en que trabajas hoy? Cómo?

4- Qual sua opinião sobre a comunicação digital no contexto atual e nas necessidades comunicativas do movimento?

Cuál es tu opinión acerca de la comunicación digital en el contexto actual y en las necesidades comunicativas del movimiento?

5- Como você vê o acesso a internet hoje na sua vida? *(falar sobre redes sociais, redes de email, conteúdos acessados, veículos alternativos de notícia, divulgações, quanto acessa, motivos principais, etc)*

Como ves tu el acceso a internet actualmente en tu vida? *(Diga, por favor que piensa sobre las redes sociales, redes de emails, contenidos de acceso, otras medias alternativas de noticias, divulgaciones, cuando accedes, motivos principales)*

## **BLOCO 3 - CULTURA POLÍTICA / DE MILITÂNCIA / CONTEXTO SÓCIO-POLÍTICO-ECONÔMICO**

### **Bloque 3- Cultura politica / de militancia / contexto socio-politico-economico**

1 - Quais as influências familiares ou de grupos sociais (colegas, professores, vizinhos, igreja) que contribuíram para a decisão pelo trabalho no movimento? *(aqui a pergunta será feita em relação a cronologia do que o entrevistado relatar sobre suas relações sociais, participação em grupos, hobbies, etc. Serão perguntas indiretas, mas que devem responder ao estabelecido acima. Algo como: e esse seu grupo musical tocava*

*que tipo de música e onde? Ah, eram mostras gratuitas para pessoas carentes? Quando isso começou? Pq vc achava importante participar?)*

Cuales son las influencias de la familia o de grupos sociales (compañeros, profesores, vecinos, iglesia) que contribuyeron para la decisión de trabajar en el movimiento? *(la pregunta es hecha en relación a cronología de lo que el entrevistado hable acerca de sus relaciones sociales, participación en grupos, aficiones. Serán preguntas indirectas, pero que deben contestar lo establecido arriba. Algo como: y tu grupo musical qué tocaba, qué tipo de música y donde? Fueron muestras libres para personas necesitadas? Cuando empezó eso? (Porque tu pensabas ser importante participar)*

2- Fale sobre grupos de influências, tribos, partidos, igreja e outros grupos e trabalhos desenvolvidos durante a sua vida. (qual é a tendência ideológica desses lugares, o sentido do trabalho neles, o que foi adquirido de conhecimento teórico-político-militante, etc)

Hable acerca de grupos de influencia, tribus, partidos, iglesia y otros grupos y trabajos desarrollados durante la vida. (cuál es la ideología de esos grupos, el sentido del trabajo, qué adquirió de conocimientos teórico-político-militante)

3 –Descreva sua caminhada política/militante *(aqui dentro estão ainda questões sobre se é filiado a algum partido e que vão amarrar com possíveis grupos nos quais participou na formação ou adolescência. Perguntar dentro disso quais as relações com a concepção de comunicação que possui hoje.)*

Describe tu trayectoria política-militante *(aquí están cuestiones acerca de la afiliación a partidos y los enlaces con posibles grupos en los cuales estuvistes durante tu formación o adolescencia. Preguntar, cuales son las relaciones con la concepción de comunicación que tiene hoy.*

4 - Militância ou trabalho formal: explique o que o/a motiva a trabalhar no movimento. Porque você pensa assim?

Militancia o trabajo formal: explique qué te motiva a trabajar en el movimiento. Porque piensas así?

5- Explique as relações de sua atuação no movimento e a situação sócio-político-econômica do seu país. Uma influencia a outra? De que forma?

Explique las relaciones de tu actuación en el movimiento y la situación socio-político-económica de tu país. Existen relaciones entre una y otra? De qué tipo?

6- Qual é sua opinião sobre os movimentos sociais na Espanha/Brasil? Porque, eles existem, nascem? Como é a organização desses movimentos em geral?

Cuál es tu opinión sobre los movimientos sociales en España/Brasil? Porque existen, como y porque nacen? Como es la organización de esos movimientos en general?

7- Para você há velhos e novos movimentos sociais? Por que?

Para ti hay viejos y nuevos movimientos sociales? Porque?

## **PARTE 2- TRAJETÓRIA DE VIDA COMUNICACIONAL - RELAÇÕES COM O MOVIMENTO**

### **Parte 2- trayectoria de vida comunicacional- relaciones con el movimiento**

**BLOCO 1- Identidade, bandeira, demandas, concepções e estratégias comunicacionais do movimento social em que atua agora.**

**Bloque 1- Identidad, banderas, demandas, concepciones y estrategias comunicacionales del movimiento social en lo cual actua ahora.**

1- Como, quando o movimento/organização se constituiu?

Como y cuando empezó el movimiento?

2- Quantas pessoas trabalham nele, qual a área de atuação, quantas são voluntárias e quantas assalariadas?

Cuántas personas trabajan en el movimiento, cual es la area de actuación, cuantas personas son voluntarias, cuantas tienen un sueldo?

3- Há uma sede? Como são organizados os espaços?

Hay un despacho/sede? Como es la organización del espacio?

4- Qual a principal bandeira e objetivo?

Cuál es la principal objetivo?

5- Qual a linha primordial de trabalho e as secundárias?

Existen otras líneas de trabajo?

6- Como se dá o trabalho cotidiano no movimento?

Cómo funciona el trabajocotidianamente del movimiento?

7- Quem é (são) o público-alvo do trabalho do movimento?

A qué tipo de público vá dirigido el trabajo del movimiento?

**BLOCO 2 - Práticas midiático-comunicacionais desenvolvidas pelo movimento social / relação com as práticas de comunicação digital**

**Bloque 2- practicas midiatico-comunicacionais desarrolladas por le movimiento social/relaciones con las practicas de comunicación digital**

1- Quais são as estratégias de comunicação implementadas pelo movimento e qual o objetivo delas?

Cuáles son las estrategias de comunicación realizadas por el movimiento y cual el objetivo de las mismas?

2- Quem define quais estratégias de comunicação serão utilizadas e como essas decisões acontecem? Qual sua influência ou responsabilidade nessas decisões?

Quién establece las estrategias de comunicación que van a ser utilizadas y como esas decisiones se canalizan?Cuál es tu responsabilidad en esas decisiones?

3- Qual o principal público e secundários que são o objetivo dessas outras estratégias de comunicação? Por quê?

Qué tipo de público es el principal y cual es el secundario que son objetivo de las estrategias de comunicación y porque?

4- Como são realizadas as ações de comunicação? Quem é responsável e por quê?

Como son realizadas las acciones de comunicación? Quién es el responsable y porque?

5- Quais são os resultados que são medidos e quais são monitorados pelo movimento e como isso acontece?

Qué resultados son medidos y cuales son monitoreados por el movimiento y como eso sucede?

6- Especificamente no ambiente digital o que acontece? (*aqui pretende-se saber o espaço que o ambiente digital ocupa nas estratégias de comunicação do movimento, seus públicos, possíveis respostas e como é vista a construção do conteúdo neste ambiente. Importante perguntar de onde essas estratégias vêm. Algo como: “ah, a gente sempre atualiza o facebook. Pergunta: porque vc acha importante sempre atualizar o facebook?”*)

Especificamente que pasa en el ambiente digital? (*aqui lo que se quiere es saber es el espacio que el ambiente digital ocupa en las estrategias de comunicación del movimiento, sus públicos, posibles contestaciones, y como es vista la construcción del contenido en ese ambiente. Es importante preguntar de dónde vienen las estrategias. Algo como: siempre actualizamos el facebook. Pergunta: porque es importante siempre actualizar el facebook?*)

6- De que forma se dá a relação das estratégias comunicacionais fora do ambiente digital com as estratégias digitais de comunicação? Estão interligadas? Como isso acontece?

De qué manera sucede la relación de las estrategias comunicacionales fuera del ambiente digital con las estrategias digitales de comunicación? Están interconectadas? Como sucede?

7- Quem mais atua no planejamento e realização dessas estratégias não digitais? Como isso acontece?

Quién más actúa en el planteamiento y realización de las estrategias no digitales? Como suceden las cosas?

8- Para você qual é o sentido da comunicação do movimento, qual o papel dela dentro do movimento, o que se pensa sobre a comunicação para o movimento? (*como se reflète a comunicação para a ação do movimento*)

Para ti, cual es el sentido de la comunicación del movimiento, cual es tu papel en el movimiento, que se piensa sobre la comunicación para el movimiento?(*como se refleja la comunicación para la acción del movimiento?*)

### **BLOCO 3 – Atuação do comunicador dentro do movimento**

#### **Bloque 3 – Actuación del comunicador en el movimiento**

1- Quais são as estratégias de comunicação que são sua responsabilidade? Por que? Em quais estratégias você atua diretamente e como esse planejamento e ação acontece?

Cuáles son las estrategias de comunicación que son tu responsabilidad? Porque? En cuales estrategias trabajas directamente y como suceden los planteamientos y la acción?

2- Quais são os objetivos dessas estratégias que você trabalha e qual(is) o(s) público(s) que se pretende atingir? Qual é a reação que você espera desse público (mobilização, informação, etc)? (*a pergunta se repete ali em cima, mas aqui a intenção é o que o comunicador espera dessas ações, o que ele imagina que deve acontecer aqui e não uma normativa do movimento.*)

Cuáles son los objetivos de las estrategias en las que trabajas y los públicos que intenta alcanzar?Cuál es la reacción que tu esperas de lo público (movilización, información)? *(la pregunta se repite arriba pero la intención es saber lo que el comunicador espera de las acciones, que imagina que deba pasar aquí y no una regla del movimiento.)*

3- Quem define essas práticas de comunicação (principalmente a digital) dentro do movimento (essa é uma situação individual ou tudo é realizado de maneira coletiva)? Descrever.

Quién determina las practicas de comunicación (sobre todo la digital) en el movimiento (es una cosa individual o todo es hecho colectivamente)? Describa.

4- Quais as funções que você desempenha dentro do movimento? Qual é seu papel? Por quê?

Cuáles son las funciones que desempeñas en el movimiento? Porque?