



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

ANDRÉ RICARDO ARAUJO VIRGENS
CLARISSA VIANA MATOS DE MOURA

COMUNICAÇÃO E MOVIMENTOS SOCIAIS:
UMA ANÁLISE DO PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO
MOVIMENTO SEM-TETO DA BAHIA

Salvador
2008

**ANDRÉ RICARDO ARAUJO VIRGENS
CLARISSA VIANA MATOS DE MOURA**

**COMUNICAÇÃO E MOVIMENTOS SOCIAIS:
UMA ANÁLISE DO PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO
MOVIMENTO SEM-TETO DA BAHIA**

Monografia de conclusão de curso apresentada ao colegiado de Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção de título de Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Produção Cultural – André Ricardo Araújo Virgens – e Jornalismo – Clarissa Viana Matos de Moura.

Orientador: Prof. Dr. Giovandro Marcus Ferreira

Salvador
2008

AGRADECIMENTOS

Neste momento, não podemos deixar de agradecer todos aqueles que fizeram parte desta experiência universitária.

Em primeiro lugar, nossos pais e familiares, pela presença constante, atenção redobrada, pela compreensão e pelos conflitos saudáveis;

Em segundo lugar, àqueles que fizeram desta trajetória acadêmica mais do que um espaço de formação profissional. Nosso agradecimento especial àqueles professores que se tornaram mestres: Giovandro Ferreira, nosso orientador neste trabalho; Sarah Oliveira, pela força, apoio, pelas energias positivas e pela vibração constante.

Nosso agradecimento, também, àqueles que mostraram que a sala de aula é mais do que um espaço de formação, e que uma experiência universitária se dá, também, em outros espaços. Aos nossos colegas que se tornaram amigos e companheiros que sempre estarão em nossas lembranças: Os membros do C.A. Vladimir Herzog, da Agência Experimental; da Enecos, da Comuna, do Intervozes.

E nosso agradecimento especial aos integrantes do Movimento Sem-Teto da Bahia, pela confiança, abertura, e por nos fazerem acreditar que uma transformação é mais do que necessária!

“É a esperança a que obriga novas formas de lutar,
isto é, novas formas de ser políticos, de fazer
política. Uma nova política, uma nova moral
política, uma nova ética política é não só um desejo,
é a única possibilidade de avançar; de brincar do
outro lado”.

Subcomandante Marcos, carta a Ernesto Zedillo

RESUMO

Este é um estudo que visa refletir sobre o papel que a comunicação tem exercido nos movimentos sociais contemporâneos, tomando como objeto de estudo o Movimento Sem-Teto da Bahia. Buscamos perceber de que forma estes movimentos têm se apropriado de conhecimentos do campo comunicacional, e discutir como estas experiências poderiam ser aplicadas no contexto do MSTB.

Inicialmente, lançaremos mão do conceito de movimentos sociais com o qual trabalhamos, fazendo um breve panorama da luta pela moradia no Brasil; pela constituição do espaço urbano soteropolitano e pelo histórico do Movimento Sem-Teto da Bahia.

Em seguida, tratamos do contexto comunicacional, abordando a mídia enquanto importante fenômeno social atual, e refletindo como se constituiu o campo da comunicação comunitária, alternativa e popular, tratando, também, do papel da comunicação na mobilização popular e resgatando experiências de movimentos que já vem lançando mão deste potencial.

Por fim, a partir do estudo do perfil social, econômico e de padrões de consumo midiático dos integrantes da ocupação de Escada, buscaremos elencar propostas de como a comunicação poderia ser utilizada com um papel mobilizador e organizativo, dentro desta realidade específica.

Palavras-chave: Movimento dos Sem-Teto da Bahia; MSTB; Movimentos Sociais, Comunicação Comunitária; Comunicação Alternativa; Comunicação Popular.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	07
2. MOVIMENTOS SOCIAIS	11
2.1. Movimentos Sociais – Premissas Iniciais	11
2.2. A luta pela Moradia e a Questão urbana	18
2.3. O Contexto Soteropolitano	22
2.4. “Organizar, Ocupar e Resistir” - O Movimento Sem teto da Bahia	29
3. COMUNICAÇÃO E MOVIMENTOS SOCIAIS	34
3.1. Comunicação e Contemporaneidade – Novas formas de sociabilidade, novas formas de poder	34
3.2. Comunicação Alternativa e Popular: conceito e perspectivas de análise	41
3.3. Por um novo modelo de comunicação: O Papel da Comunicação na Mobilização Social	52
3.4. Comunicação e Movimentos Sociais: experiências	57
4. A COMUNICAÇÃO E O MSTB: O CASO DA OCUPAÇÃO DE ESCADA	64
4.1. Diagnóstico e Perfil dos Ocupantes de Escada	64
4.2. Propostas e Possibilidades	77
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
ANEXOS	89

INTRODUÇÃO

Nesse estudo, buscamos perceber de que forma os movimentos sociais têm se apropriado de conhecimentos do campo comunicacional, e discutir como estas experiências poderiam ser aplicadas no contexto do Movimento Sem Teto da Bahia (MSTB), tendo em vista a potencialização de sua organização interna e o aumento na visibilidade de suas reivindicações. Apresentamos o fruto deste estudo como trabalho de conclusão de curso da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

A idéia de estudar o MSTB surge da nossa vontade de entender como a comunicação pode contribuir para a mobilização e a melhoria das relações sociais em movimentos populares, como forma de potencializar não apenas a nossa atuação profissional, mas também a nossa atuação na área social.

O contato com o Movimento se deu através de um grupo de estudantes de diversos cursos da UFBA que já atuam na ocupação de Escada (localizada no Subúrbio Ferroviário de Salvador); e a semente do projeto surgiu a partir de demandas que já existiam e que emergiram, ao longo desse período, no seio da comunidade: a criação de uma rádio comunitária e a busca por diminuir conflitos internos gerados por problemas na comunicação do grupo.

Durante toda a nossa trajetória universitária, foi constante nossa relação com movimentos sociais, principalmente através dos encontros estudantis e da atuação direta em comunidades. Tudo isto despertou uma vontade cada vez maior de tentar articular a temática do nosso TCC com este campo.

Nessa trajetória universitária, foram muitos os contatos e a participação em fóruns que tratavam da temática “democratização da comunicação” – desde fóruns locais como o Coletivo Baiano pela Democratização da Comunicação, até os nacionais, como o da Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social. Estes fóruns

foram despertando, pouco a pouco, a vontade de converter esta concepção de mundo em ações práticas, que resultou na criação de um projeto de extensão na Facom - a “Agência Experimental em Comunicação e Cultura”, onde temos atuado na área de assessoria de comunicação e produção cultural junto a movimentos e comunidades da região metropolitana de Salvador.

Também na área acadêmica, tivemos algumas experiências com disciplinas que nos fizeram despertar, de fato, o interesse de construir a nossa monografia a partir de uma interface entre a comunicação e os movimentos sociais. Foram através de disciplinas optativas como “Comunicação e Comunidade”; “Temas Especiais em Comunicação e Sociedade”, e “Comunicação e Sociabilidade” que tivemos a oportunidade de estudar temas como “comunicação e mobilização social”, identidade, co-responsabilidade, “comunicação popular/ comunitária”, além do contato com a história dos movimentos sociais e com entidades e grupos que atuam na periferia da cidade do Salvador.

Apesar da existência dessas poucas, mas importantes, disciplinas que trabalham diretamente a interface da comunicação com os movimentos sociais e as comunidades, sentimos falta de um investimento maior da Faculdade de Comunicação da UFBA nesta área. Esperamos que este estudo possa contribuir para mais um passo neste sentido.

No que concerne ao estudo em si, podemos dizer que ele reflete sobre o papel que a comunicação tem exercido nos movimentos sociais na atualidade. Nesse sentido, conforme dito, buscaremos perceber de que forma estes movimentos têm se apropriado de conhecimentos do campo comunicacional, discutindo, em termos empíricos, como estas experiências poderiam ser aplicadas no contexto do Movimento Sem Teto da Bahia (MSTB).

O estudo do papel da comunicação no âmbito do MSTB passa por uma análise de sua organização interna, da estrutura das ocupações e sua composição para, então, refletir sobre como esta organização trata e enxerga a comunicação. Para isso, foi realizada uma pesquisa de campo tendo como base princípios e métodos da pesquisa-ação, que pode ser caracterizada como uma ação coordenada por parte do pesquisador em conjunto com o grupo implicado no estudo. Ela possui, conforme apresenta Thiollent (1988), tanto um objetivo prático (o equacionamento de um problema) quanto um objetivo de conhecimento (aumento do conhecimento sobre determinadas situações) e pressupõe participação e ação efetiva dos interessados - pesquisador(es) e usuário (s).

A pesquisa-ação não é considerada uma metodologia. Trata-se de um método, ou de uma estratégia de pesquisa agregando vários métodos ou técnicas de pesquisa social, com os quais se estabelece uma estrutura coletiva, participativa e ativa ao nível da captação de informação. (*Ibid.*, 1988, p. 25)

Assim, algumas outras técnicas foram utilizadas de maneira complementar para a coleta de dados, mas sempre partindo da lógica trazida pela pesquisa-ação: uma ação onde todos os envolvidos (pesquisadores e pesquisados) participem ativamente do processo de construção de conhecimento, sem deixar de lado o rigor científico, pois se trata de uma pesquisa acadêmica.

O diagnóstico da comunicação no MSTB foi realizado a partir de um trabalho de campo que traz resultados da observação direta, em quase dois anos de atividades – como a realização de oficinas sobre comunicação popular-alternativa; acompanhamento de assembléias, exibição de vídeos, e das entrevistas estruturadas com 50 pessoas que ocupam o “Quilombo de Escada”, no Subúrbio Ferroviário. A amostra das entrevistas não foi aleatória na medida em que elas dependeram da indicação dos coordenadores do movimento. No entanto, buscamos o máximo de representatividade no que concerne aos vários grupos sociais que a constituem. Foram entrevistadas mulheres e homens de várias

faixas etárias e que moram em regiões diferentes da ocupação. Buscamos contemplar, também, na medida do possível, as pessoas que não têm o hábito de participar das suas atividades. Portanto, trata-se de uma amostragem de caráter qualitativo, que busca subsidiar as propostas de comunicação a partir do perfil dos entrevistados.

No primeiro capítulo, foi feita a caracterização do conceito de movimento social, a partir do exemplo deste fenômeno na América Latina e, mais especificamente, no Brasil. Buscamos compreender as mudanças ocorridas desde o final da década de 60 até hoje, sobretudo no âmbito da sociedade civil com o surgimento de “novos atores sociais”; como e quando surge, no Brasil, o movimento de luta por moradia, e a trajetória do MSTB neste contexto.

No segundo, foi analisado o papel da comunicação na sociedade contemporânea, e, especificamente, a sua relação com os movimentos sociais. Foram identificados pelo menos dois papéis que a comunicação tem exercido nestes movimentos – um diz respeito à necessidade de organização interna e criação de vínculos, necessária para a mobilização. O outro, diz respeito à necessidade de tornar públicas as bandeiras desses coletivos sociais. Portanto, no primeiro caso, os próprios movimentos são produtores finais de informação; no segundo, são os produtores midiáticos que detêm o poder filtrar o que vai ou não ser veiculado. Para isso, foram relatados exemplos de organizações que reconhecem a comunicação como elemento estratégico.

Por último, foram elaboradas propostas de comunicação com o objetivo de suprir as demandas do MSTB, tendo em mãos os seguintes elementos: relatos de experiências de movimentos sociais que se apropriam dos conhecimentos do campo da comunicação de maneira estratégica; diagnóstico *in loco*, com o perfil geral da população pertencente ao MSTB e a forma como seus integrantes enxergam e se relacionam com a comunicação.

2. MOVIMENTOS SOCIAIS

Este primeiro capítulo da fundamentação teórica tem o objetivo de fazer uma caracterização do conceito de movimento social, a partir da análise deste fenômeno na América Latina e, mais especificamente, no Brasil. Tendo como base as contribuições da pesquisadora Maria da Glória Gohn, buscamos compreender as mudanças ocorridas desde o final da década de 60 até hoje, sobretudo no âmbito da sociedade civil com o surgimento de “novos atores sociais”. A partir daí, problematizamos o surgimento do movimento de luta pela moradia e as problemáticas que envolvem a análise da questão urbana no país; contextualizamos a história da cidade do Salvador e, a partir da junção desses dois elementos, mostramos em que contexto surge o Movimento dos Sem-Teto da Bahia.

2.1. Movimentos Sociais – Premissas Iniciais

Existem, na atualidade, diferentes interpretações sobre o que seria um movimento social, decorrentes de três principais fatores - primeiro: mudanças nas ações coletivas da sociedade civil, no que se refere a seu conteúdo, às suas práticas, formas de organização e bases sociais; segundo: mudanças nos paradigmas de análises dos pesquisadores; terceiro: mudanças na estrutura econômica e nas políticas estatais (GOHN, 2000). Como consequência, diferentes fenômenos sociais, com formas heterogêneas de mobilização e organização, têm sido designados como movimentos sociais sem uma base teórica fundamentada.

Utilizamos o conceito de movimento social desenvolvido por Maria da Glória Gohn, que o considera como “processos sociopolíticos e culturais da sociedade civil,

num universo de forças sociais em conflito” (*Ibid.*, P.245). Ela estabelece a diferença entre movimento social e grupo de interesses, muitas vezes utilizados pela grande imprensa como sinônimos. Para a autora, os interesses em comum fazem parte dos componentes de um movimento, mas não bastam para caracterizá-lo enquanto tal. A ação de um grupo de pessoas tem de ser qualificada por uma série de parâmetros para ser um movimento social, como estar constituído enquanto um coletivo social e possuir identidade em comum.

Outra diferenciação traçada por Gohn diz respeito à relação entre os modos de ação coletiva e o movimento social propriamente dito. Para a autora, ações como um protesto, uma rebelião, uma invasão ou uma luta armada, sozinhos, não podem ser caracterizados como um movimento social. São, entretanto, modos de estruturação de ações coletivas; podem ser estratégias de ação de um movimento social, mas sozinhos não se caracterizam enquanto tal.

Um outro elemento fundamental para a sua caracterização se refere à esfera onde ocorrem as ações coletivas. Elas se constituem em um espaço não-institucionalizado, fora da esfera estabelecida pelas instituições. Nesse sentido, um movimento social *strictu sensu* deixa de sê-lo quando se institucionaliza (visto que isso, não raro, os obriga a alterar suas práticas, estratégias e formas de atuação), embora possa continuar como parte de um movimento mais amplo, enquanto organização de apoio daquele movimento (*Ibid.*, p.247). Nessa perspectiva, uma associação de moradores não é considerada como um movimento, propriamente dito, apesar de ser considerada parte integrante de um movimento social mais amplo – o movimento comunitário de bairros.

Em síntese, movimento social diz respeito à ação de homens coletivos na história, que envolve um fazer – por meio de um conjunto de procedimentos – e um

pensar – por meio de um conjunto de idéias que motiva ou dá fundamento à ação. Nesse sentido, podemos identificar duas dimensões básicas de movimento:

uma ampla, que independe do paradigma teórico adotado, sempre se refere às lutas sociais dos homens, para a defesa de interesses coletivos amplos ou de grupos minoritários; conservação de privilégios; obtenção ou extensão de benefícios e bens coletivos etc. A outra acepção se refere a movimentos sociais específicos, concretos, datados no tempo, e localizados num espaço determinado. Na primeira acepção, a categoria básica é a da luta social e tem um caráter cíclico. (...) Os movimentos vão e voltam segundo a dinâmica do conflito social, da luta social, da busca do novo ou reposição, conservação do velho. (...) Na segunda acepção a categoria fundamental é a de força social, traduzida numa demanda ou reivindicação concreta ou numa idéia-chave que, formulada por um ou alguns, e apropriada por um grupo, se torna um eixo norteador e estruturador da luta social de um grupo – qualquer que seja seu tamanho – que se põe em movimento (GOHN, 2000. p.247-248).

A concepção de luta social aplicada neste conceito não implica nenhum tipo de determinação ou sobredeterminação estruturalista, para o qual toda luta social é sempre uma luta contra o capitalismo, por conta da determinação econômica. Esta concepção reconhece outras possibilidades de mobilização e resistência, como é o caso da luta das mulheres no movimento feminista que trabalha, sobretudo, com a dimensão simbólica na luta por igualdade, e mesmo que a questão estrutural seja tratada de forma transversal, não é travada uma relação de “luta prioritária ou secundária”. Nesse sentido, ao invés de “luta de classes”, utilizamos o termo “luta social”, por se tratar de um conceito mais abrangente. As classes sociais¹ são uma das formas, e não a única, de agrupar as ações dos homens na história.

Outro elemento importante para a conceituação de movimento social, segundo a autora, é a idéia de força social. A força social de um movimento dependerá de um conjunto de fatores, que envolve desde a formulação das reivindicações e as ações desenvolvidas pelo grupo, até a legitimidade e a justiça das demandas; a capacidade de

¹ “Classe se refere às ações dos indivíduos enquanto agentes produtores e reprodutores socioeconômicos, mas não dá conta de explicar todos os fenômenos da vida social. Por isso desenvolveu-se a categoria de atores sociais. Esta não contrapõe a classe social porque ‘ator’ é uma noção utilizada como categoria de análise, enquanto aquela é um conceito” (*Ibid.* p.248-249).

intervenção na realidade junto ao poder político; o lugar das demandas na conjuntura político-econômica do momento e a cultura política do grupo reivindicante. A comunicação ganha importância nesse contexto, pois terão mais capacidade de intervenção na realidade os atores sociais que conseguirem dar visibilidade às suas demandas – sejam através de ações coletivas como protestos e passeatas que ganham espaço na grande imprensa, ou através de veículos de comunicação próprios, como os *websites*, boletins digitais ou jornais impressos. Nesse sentido, a força social de um movimento vai depender do espaço que o conflito social em questão ganha no cenário da luta social mais geral de disputas por hegemonia, que são travadas na esfera de visibilidade pública.

O estudo dos movimentos sociais envolve uma análise da estrutura e da cultura da sociedade onde estão inseridos, bem como de suas contradições, pois são elas que vão gerar as demandas destes atores sociais – sejam elas de ordem simbólica ou material. Existem duas faces a serem analisadas: a dimensão interna, que envolve a forma como o movimento se organiza, suas demandas, ideologias, práticas, e sua composição; e a dimensão externa, onde leva-se em consideração o contexto sóciopolítico e cultural onde se insere, as articulações e redes que são formadas e as estratégias de ação que os movimentos constroem, pois são elas que os projetam para o exterior.

Na América Latina, por exemplo, os movimentos sociais, apesar de sempre presentes, passaram por momentos de fluxo e refluxo, resultados das realidades política, histórica e cultural. A relação historicamente engendrada entre Estado e sociedade civil nos países dessa região terminou por gerar um modelo de cidadania particular, fortemente influenciado pelos períodos de vigência de regras autoritárias. O Estado

nacional configurado foi fruto de lutas internas, nas quais a maioria das elites políticas era representante de interesses econômicos subordinados ao capital internacional.

O passado colonial-imperial, a subsequente república dos coronéis e depois os líderes populistas levaram ao desenvolvimento de uma cultura política na sociedade latino-americana em que se observa uma ‘naturalização’ das relações sociais entre os cidadãos (ou não-cidadãos) e o Estado, ou seja, a relação de dominação expressa em termos de clientelismo e paternalismo passou a ser norma geral, vista como natural pela própria população. (GOHN, 2000. p. 225-226)

Neste contexto, os movimentos sociais assumiram também uma postura clientelista perante o Estado que, muitas vezes, se perpetua em setores da sociedade civil até hoje. A partir da década de 60, houve mudanças nos cenários político e econômico com a consolidação de regimes militares por duas décadas em vários países da AL. Este período foi marcado pela centralização política; o bipartidarismo; um novo modelo de desenvolvimento baseado no tripé empresariado nacional - capital internacional - militares, norteado pelos princípios da segurança nacional e desenvolvimento. Os anos 70 e 80, por outro lado, correspondem ao período da redemocratização, impulsionada pelas pressões e mobilizações da sociedade civil. Os regimes militares foram substituídos por regimes civis, através de processos negociados no parlamento ou através de eleição. A cultura política latino-americana se transforma neste processo, com novos aspectos baseados numa visão de direitos sociais coletivos e da cidadania coletiva de grupos sociais oprimidos.

No Brasil, como em outros países da região, surgiram “novos atores sociais”², sob influência dos seguintes fatores: apoio de setores da sociedade civil, como da Igreja Católica e de outras entidades atentas aos direitos da pessoa humana; percepção da necessidade de uma ação coletiva para interferir nos processos de decisão do poder

² Para Peruzzo (2004) a caracterização como “novos” se dá não enquanto formatos específicos para expressar o protesto, pois nessa perspectiva já existiam ao longo do tempo, mas pelas “características historicamente diferenciadas que incorporam”.

público; a compreensão emergente da população quanto às suas condições precárias de vida, e a espoliação concreta das classes subalternas (PERUZZO, 2004). A dimensão do novo³ está justamente na cultura política destes movimentos e na mudança de postura com relação ao Estado, Igreja, partidos e sindicatos.

Neste mesmo período, surgiram as primeiras experiências de comunicação popular-alternativa, onde estavam em pauta discussões como a de cultura popular versus a cultura de massa, sob influência de teóricos da educação popular, e num contexto no qual a sociedade civil buscava organizar a luta pela redemocratização do país. Nesse contexto, a cultura popular era vista como “sinônimo de resistência popular”, produzida e recriada por seus participantes. Já a cultura de massa, era vista como pré-fabricada para integrar os indivíduos, como meros consumidores (GOHN, 2003).

A globalização trouxe uma nova conjuntura econômica e política e um outro cenário para as lutas e movimentos sociais. Na década de 90, verifica-se uma ampliação da sociedade civil, com a incorporação de novos atores no “associativismo brasileiro” (GOHN, 2003). Além disso, percebe-se uma ampliação da noção de cidadania, ultrapassando a ênfase no campo dos direitos para a questão do cumprimento de deveres e de uma maior responsabilização da sociedade civil na participação de espaços que, até então, eram restritos ao Estado. Aqui, nota-se o aumento de espaços como conselhos e fóruns de políticas públicas, trazidos pela própria conjuntura de democratização do país e de “abertura” do Estado para as demandas trazidas pelos movimentos sociais. Esta “nova” sociedade civil tem como principal característica a heterogeneidade, tendo como protagonistas Movimentos Sociais, Organizações Não Governamentais, Grupos e

³ Enquanto, no cenário europeu, a diferenciação básica é entre os chamados novos movimentos sociais (de gênero, raça, sexo, ecológico) e antigos (movimento operário clássico), na realidade latino-americana, a diferença é entre novos (luta pela moradia e equipamentos coletivos em geral) e antigos movimentos populares onde imperavam práticas de cunho populista e clientelista (GOHN, 2000)

entidades de Direitos Humanos, conselhos setorializados, conselhos populares, dentre outros.

Nesse novo cenário, percebe-se ainda uma institucionalização desses movimentos, seja pela mudança na forma como boa parte deles passam a se organizar (através de fóruns, conselhos, associações, cooperativas, ONG's, ou até mesmo pela ocupação de cargos públicos), ou mesmo pelo estreitamento das relações com o Estado. Se, por um lado, percebe-se uma diminuição na visibilidade destes movimentos, por outro, percebe-se que eles adotam, cada vez mais, uma postura propositiva, disputando projetos políticos a partir das concepções defendidas pelas organizações. Como defende GOHN (2002),

De um lado, eles perderam visibilidade (porque ao longo dos anos 90 os movimentos populares urbanos diminuíram as formas de protesto nas ruas e diminuíram sua visibilidade na mídia), e houve um deslocamento dessa visibilidade para as ONG's. (...) eles incorporaram outros elementos, isso possibilitou-lhes sair do nível apenas reivindicatório, para um nível mais operacional, propositivo.

Nesse contexto, esses setores da sociedade precisam amadurecer o debate sobre suas estratégias de ação na obtenção de determinados objetivos, já que se coloca um novo cenário. Enumeramos aqui alguns deles: Em primeiro lugar, há um entendimento cada vez maior do Estado enquanto espaço de disputa e que esta se daria no âmbito da implementação de políticas públicas. Entretanto, é necessário um amadurecimento sobre a relação estabelecida com o Estado, de forma que os movimentos possam manter a sua autonomia quando inseridos em sua dinâmica burocrática interna. Em paralelo a isso, é necessária uma análise sobre quais os limites que esse tipo de estratégia apresenta dentro do campo da disputa social e até que ponto vale a pena colocar essa estratégia enquanto a principal tática dos movimentos sociais organizados. É no âmbito das políticas públicas que se coloca o melhor cenário para a disputa? Existem outras táticas

que possibilitam uma relação diferenciada com o Estado e com o capital que permitem ganhos sociais mais efetivos? Nesse momento, não temos respostas para essas perguntas. Mas, certamente, são questões que os movimentos sociais contemporâneos não podem deixar de se confrontar.

Pudemos perceber, entretanto, que na atualidade, os principais movimentos atuam em redes sociais – locais, regionais, nacionais e internacionais – e utilizam a comunicação como uma das principais estratégias de disputa da sociedade. Não cabe, dentro da proposta deste estudo, fazer um panorama dos movimentos sociais no Brasil e na América Latina como um todo. É importante destacar, entretanto, que houve momentos históricos diferenciados nos quais os movimentos conquistaram maior ou menor espaço e força social.

2.2. A luta pela Moradia e a questão urbana

A cidade, enquanto palco de interações, relações sociais e trocas simbólicas, é um espaço que é determinado⁴ pela história, pela cultura, pelas tradições e pelas contradições daquela sociedade que a constrói. Partindo dessa premissa, podemos caracterizá-la, ao mesmo tempo, como condição, meio e produto de reprodução social (CARLOS, 2008). Isso coloca o homem com um papel ativo nessa construção, trazendo, conseqüentemente, consigo todos os valores que se materializam no asfalto, no concreto e na inter-relação homem-espaço urbano.

⁴ Aqui, tomamos a noção de “determinação” conforme apresentado por WILLIAMS (1979), enquanto um campo de limites e pressões. Um campo de relações que não se dão a partir da noção de reflexo – como uma imagem num espelho – mas sim a partir da noção de mediação. Relações nem sempre harmônicas, mas produtos de um processo de trocas, relacional, dialógico.

O urbano aparece como obra histórica que se produz continuamente a partir das contradições inerentes à sociedade. Essas contradições são produzidas a partir do desenvolvimento desigual das relações sociais (de dominação-subordinação) que criam conflitos inevitáveis. (*Ibid*, p.71).

Para entendermos a forma como se constituiu o movimento de luta pela moradia no país é necessário, *a priori*, compreendermos como se deu o processo de urbanização no Brasil. Não é mera coincidência que o surgimento desses coletivos sociais, que trazem esta bandeira como seu lugar central de fala, tenha ocorrido, contemporaneamente, ao período em que as metrópoles brasileiras atingiram seu maior grau de expansão em toda a história. Aqui, nos referimos ao período localizado entre os anos de 1940 e 1970, época em que o país passou, efetivamente, da posição de camponês e agrário para urbano e industrial.

Assim, enquadramos a cidade enquanto espaço de lutas, enquanto palco onde diferentes construções discursivas que entram em conflito na disputa pela hegemonia se materializam na conformação do espaço urbano. O que faz, por consequência, que este se torne um espaço heterogêneo, que reflete toda essa diversidade e essas contradições. E onde a existência de conflitos se torna inevitável.

Segundo Maria da Glória Gohn, a luta por moradia no país, nos moldes como a conhecemos hoje, tem seu germen na década de 70. Neste período, surgiram o Movimento Contra os Loteamentos Clandestinos nas periferias das cidades e o Movimento dos Moradores das Favelas, em luta pela sua urbanização e não apenas pela não expulsão, como em décadas anteriores (GOHN, 1997). Mas esta não é, certamente, uma luta recente.

Durante o período colonial surgiram inúmeras formas de contestação e de luta por moradia e terra (mesmo que ainda não se houvesse o entendimento desta enquanto direito). Exemplos disto eram os quilombos, espaços de resistência negra que se

contrapunham à ordem colonial escravista. Em geral, mesmo que estes movimentos de contestação ainda não apresentassem uma maior organicidade, característica fundamental dos movimentos contemporâneos, podemos localizar aí a semente dos movimentos de luta pela moradia no país.

Até o final do século XIX, o Brasil apresentava uma realidade agrícola-comercial. Mas é a partir desse período que se inicia uma verdadeira transformação da ocupação dos seus espaços urbanos. Até então, as cidades possuíam, basicamente, três funções: comercial (exportação de produtos agrícolas); político administrativo e militar. Entretanto, com o advento da indústria no país, essa realidade começa a se transformar.

Iniciando-se por São Paulo, onde a acumulação de capitais provocada pela exportação do café possibilitou o início do investimento em atividades do setor secundário. Entretanto, é importante reforçar que esse processo não se deu de maneira homogênea. Enquanto no eixo Rio-São Paulo, intensificou-se em meados do século XX, em outras regiões do país começou de maneira mais intensa a partir das décadas de 40 e 50, em regiões como Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife e Salvador.

Um fenômeno que é importante ressaltar dentro desse contexto é que, com o fim da escravidão no Brasil, as nossas cidades viram emergir grandes bolsões de pobreza nas suas regiões periféricas, compostas, em grande parte, pela população até então escravizada, que não foi aproveitada no campo, e que tentava buscar fontes de renda nesse contexto urbano-industrial que começava a surgir.

Após a segunda guerra mundial, o Brasil assistiu a intensificação do fenômeno da favelização, ocasionado pelo intenso fluxo migratório gerado tanto pela transformação das economias dinâmicas, tornando-as espaços de fortes fluxos econômicos e com possibilidade de absorção de grande quantidade de mão-de-obra, quanto pela utilização cada vez maior de técnicas de agricultura intensiva, fazendo

grandes contingentes populacionais rurais se deslocarem em busca de trabalho e renda. Ou seja, o crescimento econômico, ocasionado pela diversificação da economia brasileira com o desenvolvimento de seus setores secundário e terciário, acabou levando, paradoxalmente, a um aumento da miséria.

Assim, conforme aponta Gohn, nos anos 70,

o desenvolvimento do capitalismo levou, nas cidades, ao surgimento das periferias urbanas, das áreas de acampamentos, invasões e bairros inteiros de construções populares realizadas pelo poder público, com a participação da população por meio de multirões; e, de outro, o surgimento de novas formas de organização da população pobre na luta pela obtenção de um teto para morar (...) (GOHN, 1997, p.135)

A grande novidade desse período foi o surgimento de movimentos que passaram a ter um maior grau de organicidade, buscando deixar de lado o isolamento e a realização de ações pontuais. Outra característica marcante desse período, e que se prolongaria até os anos 80, era a presença da Igreja na organização e apoio desses movimentos, através daqueles que seguiam a teologia da libertação. Além disso, como dito anteriormente, percebeu-se uma mudança discursiva: reivindicava-se não apenas a garantia da não expulsão das terras ocupadas, mas se reivindicava a luta pela urbanização daquele espaço (GOHN, 1997).

Nos anos 80, as lutas se estruturaram, ganhando apoio, inclusive, de profissionais de áreas como Direito, Arquitetura e Engenharia que se organizavam a partir de ONG's. Ou seja, ampliou-se o escopo de organizações e indivíduos que passaram a apoiar, abertamente, as lutas sociais no país. Vale ressaltar, também, que este é o período da redemocratização do país, momento em que os movimentos sociais tiveram um forte incremento tanto no número de integrantes quanto na sua força social.

E foi já na década de 90, com o aprofundamento da crise econômica, que surge uma nova categoria no movimento pela moradia – os sem-teto. Neste período,

destacaram-se, também, os avanços obtidos ao nível das leis⁵ e na estruturação da luta pela moradia popular, onde a questão urbana passa a ter uma atenção diferenciada da mídia e do poder público.

Conforme aponta ANTUNES apud MIRANDA (2006, p. 07),

Nesta monumental sociedade dos precarizados e excluídos, o que os novos movimentos sociais urbanos estampam é algo com o que devemos começar a nos acostumar: a sociedade do consumo destrutivo e supérfluo, ao mesmo tempo em que cria necessidades múltiplas de consumo fetichizado, de fato impossibilita que amplos contingentes de trabalhadores, de verdadeiros produtores da riqueza social, dela participem sequer como apêndice, nem mesmo como membros da sobra de consumo.

Ou seja, nos últimos 40 anos, montou-se um cenário propício para a articulação da luta pelo direito à moradia. Hoje, os movimentos que constituem este campo de ação possuem o desafio de integrar a luta pela casa com outros direitos básicos essenciais: educação, transporte, saúde, emprego e renda. Mas alguns deles, mesmo que de maneira incipiente, já têm respondido a essa demanda.

2.3. O Contexto Soteropolitano

Para compreendermos o processo de ocupação do espaço urbano da cidade do Salvador é necessário entendermos, em primeiro lugar, como se deu o processo histórico, político e econômico de constituição da cidade. Durante três séculos, foi o aglomerado urbano mais importante do país, cumprindo funções comerciais,

⁵ Segundo Raquel Rolnik, houve avanços institucionais no campo do direito à moradia, do direito à cidade, do fortalecimento jurídico da noção de função social da propriedade e do reconhecimento dos direitos de posse, impulsionados pela reestruturação do movimento pela reforma urbana e a constituição de um fórum que agregou movimentos sociais e populares a setores técnicos e acadêmicos da área de políticas urbanas.

administrativas e políticas. Este período coincide com período em que a capital da província da Bahia foi a capital da colônia - entre 1549 e 1763 - e que chegou a alcançar a posição de entreposto comercial mais importante das Américas.

A localização do núcleo inicial da cidade, no entorno da atual Praça Municipal, não foi escolhida por acaso. A formação geográfica daquela região possibilitava que Salvador se constituísse enquanto uma “Cidade-Forte”, possibilitando uma defesa natural contra possíveis “inimigos” (espanhóis, holandeses, ingleses, piratas, etc).

Neste período, já era forte a especulação imobiliária que circundava a cidade, sendo a coroa portuguesa e a igreja os principais representantes dessa concentração latifundiária.

Em paralelo a esse sistema de concentração de terras, surgiram diversos movimentos de resistência na capital da Bahia. Resistência é uma palavra que sempre esteve atrelada às rebeliões escravas no Brasil, e a formação dos quilombos são exemplos de criação de uma ordem paralela a da exploração colonial portuguesa. Alguns quilombos apresentam uma história significativa na cidade, apesar serem pouco conhecidos pela historiografia oficial, como o Quilombo do Orobu.

O Quilombo do Orobu (localizado nas imediações da lagoa de mesmo nome, situada onde hoje localiza-se o bairro de Cajazeiras, em Salvador) foi construído no início do século XIX. A comunidade dessa região era liderada por uma mulher de origem angolana, Zeferina. À época negros/as construíam outra forma de organização social em conjunto com índios tupinambás (primeiros moradores da região), mulatos, cafuzos, caboclos, entre outros que fugiam da vida na capital da província. Entretanto, após 20 anos de construída, e assim como outras centenas de espaços dessa natureza, o quilombo acabou sendo destruído por uma ofensiva policial-militar.

Durante o desenvolvimento da cidade, ficaram evidentes as diferentes funções que suas regiões cumpriam. Enquanto a cidade-alta passou a cumprir uma função administrativa e política, a cidade baixa, onde se construiu o porto da cidade, cumpria uma função comercial, escoando a maior parte da produção de cana-de-açúcar, fumo e outros produtos agrícolas produzidos na região nordeste do país. Mais tarde, o mesmo porto viria a escoar a produção de ouro e diamantes da Chapada Diamantina e, no final do século XIX e início do século XX, a produção de cacau do sul do estado, enquanto o porto de Ilhéus ainda não fora construído.

Segundo SANTOS (1959), Salvador possuiu cinco grandes períodos de desenvolvimento urbano, que se ligam diretamente aos períodos de maior (ou menor) atividade econômica na região. São eles: Em sua fase inicial, que compreende o século XVI, a cidade cumpria um papel administrativo, religioso e militar; no segundo, localizado entre os XVII e XVIII, Salvador passa a sofrer um processo de crescimento lento e gradual, no qual a cidade começava a se expandir; o terceiro ciclo representou um período de crescimento rápido, pela expansão da atividade agrícola em outras regiões do estado no século XIX, e pelo forte êxodo rural; o quarto período apresentou, novamente, um crescimento lento. Ele representa o período situado entre o final do século XIX e o início do século XX, em que a área de influência de Salvador (principalmente o recôncavo) apresentou uma forte estagnação da atividade agrícola enquanto outras regiões, como Ilhéus e São Paulo, por conta, respectivamente, do cacau e do desenvolvimento industrial, atraíam grandes contingentes populacionais e econômicos. E, por fim, apresenta um quinto ciclo, a partir da década de 40, com novo desenvolvimento acelerado, pela recuperação da atividade agrícola. Mesmo que Salvador não concentrasse mais o monopólio do escoamento de produtos primários, ainda concentrava o pólo econômico, negocial e de beneficiamento destas matérias-

primas. Complementando esta visão de Milton Santos, identificamos um sexto período, iniciado a partir de meados da década de 50, que representa, justamente, o período de industrialização da capital.

A partir da década de 50, uma série de iniciativas foram empreendidas na tentativa de desenvolver o setor industrial local. A primeira delas se deu com a instalação da refinaria Landulfo Alves, primeira do gênero no país, e que começou a ser construída no ano de 1949, na região de Madre de Deus. O Brasil ainda engatinhava em sua produção petrolífera e as primeiras jazidas do “ouro negro” encontrados no país estavam em solo soteropolitano, na região do Lobato.

Outras duas iniciativas foram importantes no incremento da atividade industrial, na dinamização da economia local e, conseqüentemente, na atração de imigrantes: A primeira foi a instalação do CIA – Centro Industrial de Aratu, a partir de 1966, e a segunda, a instalação do COPEC – Pólo Petroquímico de Camaçari, na segunda metade da década de 70. Esse surto industrial propiciou o desenvolvimento de uma classe média urbana na cidade, bem como atraiu para a capital baiana uma grande leva de trabalhadores que tentavam um espaço nesse novo campo de trabalho, composto tanto pelos novos pólos industriais recém instalados quanto pelo setor terciário, que precisava igualmente crescer para dar conta dos diferentes tipos de serviços que eram demandados por esses “novos soteropolitanos”.

As transformações na base econômica de Salvador e da sua Região Metropolitana trouxeram rápidas e profundas mudanças no seu tecido social e urbano. O próprio Estado, que estava comprometido com uma “modernização conservadora” da cidade, antecipou os novos vetores de expansão urbana. Em 1968, na Lei de Reforma Urbana, a Prefeitura, que detinha a maioria das terras de Salvador, transferiu grande parte dessas propriedades públicas para pouquíssimas mãos privadas, notadamente de 5

ou 6 famílias tradicionais baianas. Esse episódio confuso e duvidoso, uma vez que a licitação para privatização dessas terras se deu de forma rápida e pouco publicizada às vésperas do Natal, foi denominado por Maria Brandão de “o último dia da criação” (BRANDÃO, 1981 apud CARVALHO; GORDILHO-SOUZA; PEREIRA; 2004).

Nesse contexto, é importante ressaltar o protagonismo de uma personagem na conformação do que a cidade do Salvador é hoje: Antônio Carlos Magalhães. No período em que foi prefeito da cidade, entre os anos de 1967 e 1970, começou a executar uma política de expansão urbana, com a criação do sistema de avenidas de Vale e com a construção da Av. Paralela. Até então, conforme aponta MOURA (1990), o modelo de uso do espaço urbano (em sua região central) se dava com a ocupação das áreas mais altas pela classe média e alta, enquanto os vales, sem sistema de infraestrutura urbana, eram ocupados pelas parcelas mais pobres. Entretanto, passou-se a inverter essa lógica com as Avenidas de Vale, onde essa população foi expulsa das zonas mais baixas, dando lugar a malha rodoviária e a construções voltadas para as classes A, B e C. A parcela mais pobre da população passa a ocupar as encostas e os morros.

O modelo de bairro tradicional sintetizava a cidade, abrangendo tipos como o médico e o magistrado, nas casas e sobrados construídos na cumeeira por onde corria a rua principal; o professor, o oficial de justiça e o alfaiate, em casas modestas justapostas nas ladeiras e ruas adjacentes; o servente, a lavadeira e o sapateiro, em barracos isolados, avenidas e pardieiros situados nas encostas e nos fundos dos vales. (MOURA, 1990, p. 26)

No tecido urbano, a partir dos anos 80, consolida-se um novo centro urbano, impulsionado pelos grandes empreendimentos públicos e privados realizados na década anterior, como a construção da Av. Paralela, do Centro Administrativo da Bahia, da nova Estação Rodoviária e do Shopping Iguatemi (CARVALHO; GORDILHO-SOUZA, PEREIRA, 2004). Em consequência desses novos empreendimentos, bem

como de todas as transformações econômicas, sociais e urbanas ocorridas na cidade a partir da década de 50, o crescimento urbano do Salvador passa a ser claramente marcado por três vetores bem específicos de expansão. Nessa divisão espacial, lê-se claramente uma divisão social da cidade.

Em primeiro lugar, delineia-se um novo vetor de crescimento valorizado da cidade, influenciado principalmente pela articulação do novo centro urbano: *a orla atlântica norte*. Essa é a área mais dinâmica e é considerada a área nobre da cidade, pois é a mais valorizada simbolicamente e onde se concentram também as atividades econômicas, os investimentos públicos e privados, os melhores serviços e equipamentos urbanos. Concentram-se, nessa área, os setores das classes médias e altas da cidade.

Delineia-se, também, a partir do fim da década de 1970 e início de 1980, o vetor do *“miolo”*. Essa área, situada entre a margem esquerda da Av. Paralela e a BR-324, teve sua ocupação inicial fortemente influenciada pelos empreendimentos do BNH (Banco Nacional de Habitação), que construía conjuntos habitacionais para uma classe média baixa. Com o crescimento da população, um grande contingente populacional se deslocou para área, se apropriando do espaço através de relações informais, através de ocupações coletivas e loteamentos clandestinos. Essa área é caracterizada pela mescla de uma população de classe média baixa, principalmente moradora dos conjuntos habitacionais, e uma população pobre, moradora das favelas e loteamentos.

Por fim, consolida-se o vetor do *subúrbio ferroviário*. Essa área tem sido, historicamente, ocupada pelos setores populares da cidade do Salvador; uma população que não tem acesso às oportunidades formais, de habitação, emprego, renda, ou seja, de integração, geradas (e apropriadas de maneira desigual) na cidade. Atualmente, o subúrbio ferroviário ainda é marcado por uma precariedade no que concerne ao seu padrão habitacional e o seu acesso a serviços, bens, equipamentos urbanos.

Todas as transformações narradas fizeram a população do Salvador evoluir da seguinte forma: 200.000 habitantes em 1900; 290.000 em 1940 (SANTOS, 1959); 629.772 em 1960; 1.007.195 em 1970, e chegando, finalmente, no ano 2000 com 2.443.107 habitantes (BRITO, 2005), fazendo a capital baiana voltar a ocupar a posição de terceira maior metrópole brasileira, posição perdida para Recife e Belo Horizonte em anos anteriores. Esse fenômeno potencializou, certamente, a existência de conflitos fundiários na cidade.

Inúmeros relatos demonstram o quanto foi conturbado esse novo contexto que a capital vivia. Mas o que poderia se esperar de um crescimento urbano realizado sem um planejamento adequado, quer dizer, polarizado pelos interesses privados, que não contemplavam a maioria da população? Os conflitos que foram potencializados por esse momento histórico ainda hoje perduram e são a mola que impulsiona os atuais movimentos de luta pela moradia.

Segundo MOURA (1990), a primeira grande “invasão coletiva” da cidade foi a do Corta-Braço, em 1946, que viria a originar, em seguida, o bairro do Pero Vaz (região da Liberdade). Em 1949, fruto de outra ocupação, começava a se formar a Vila Ruy Barbosa, na Península Itapagipana. Outras duas áreas, que valem ser citadas pela sua importância histórica, foram ocupadas por movimentos da mesma natureza, e, nesse processo, foram alvo de forte atenção/ repressão do Estado. A primeira é a região do Calabar, incrustada entre os Bairros da Barra e Ondina, e que teve sua ocupação iniciada em 1977. E, a segunda, a então conhecida ocupação das Malvidas (atual Bairro da Paz). Em 1982, cerca de 3.000 pessoas montaram seus barracos na região, mas o aglomerado foi desmontado e seus moradores deslocados para regiões afastadas do centro da cidade. Não demorou muito e, em 1988, a população acabou retornando para o mesmo local, passando a expandir-se sem nenhum tipo de planejamento. Nestas ações coletivas, o

traço comum era sua pouca organicidade enquanto movimento social. Eram motivados pela necessidade básica (moradia), mas não havia uma preocupação em se conformar um movimento de reivindicações mais amplas.

A partir da década de 90, com a reestruturação produtiva, a inserção subordinada do Brasil na globalização e a guinada neoliberal de sua economia, que contribuíram decisivamente para a redução da dinâmica econômica tanto no CIA como no Pólo Petroquímico, podemos localizar um sétimo ciclo do desenvolvimento urbano da cidade. Percebe-se o crescimento de uma classe de trabalhadores desempregados que têm a economia informal como principal fonte de renda. Uma classe que passa a ver o seu poder aquisitivo ser reduzido gradativamente e que tem cada vez mais dificuldades de acesso a direitos básicos como saúde, educação e habitação.

É pela reivindicação desse último direito, e pela tentativa de reduzir o déficit habitacional na cidade do Salvador (estimado em 149.028 unidades pela Fundação João Pinheiro)⁶ que surge, em 2003, o MSTB. Esta não é a primeira iniciativa surgida na cidade de luta pelo direito à moradia. Entretanto, apesar do pouco tempo de criado, percebe-se nele um movimento relativamente bem organizado e que conseguiu agregar em torno de si um grande número de pessoas (segundo seus coordenadores, estima-se que ele agregue cerca de 10.000 pessoas).

2.4. “Organizar, Ocupar e Resistir” - O Movimento Sem-Teto da Bahia

Segundo o historiador Raphael Cloux, o então chamado “Movimento dos Sem Teto de Salvador” surge como fruto de uma ação coletiva ocorrida no bairro de

⁶ Dados de 2006 disponíveis em: <http://www.fjp.mg.gov.br/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=74&Itemid=>. Acessado em Nov 2008.

Mussurunga, iniciada pela ocupação de um imóvel naquele bairro para ser sede de um centro comunitário. A primeira ação do movimento que ganhou visibilidade ocorreu em agosto de 2003, quando 300 pessoas oriundas de bairros distintos de Salvador realizaram uma caminhada da Estrada Velha do Aeroporto até a Praça Municipal. Foi por causa desta caminhada que se deu a primeira cobertura jornalística sobre o MSTB:

O principal objetivo, conforme explicam os líderes de movimento, Pedro Cardoso e Jhones Pastos, foi chamar atenção da Prefeitura de Salvador e do Governo do Estado para o problema da falta de moradia em Salvador (JORNAL A TARDE, 21/10/2003).

Apesar do curto tempo de existência, o MSTB obteve um crescimento vertiginoso. Hoje, conforme sua coordenação estadual, integram o movimento 20 ocupações, reunindo cerca de 10.000 pessoas. Ele é formado, segundo MIRANDA (2005, p. 06), por “biscateiros, desempregados, subempregados, mães solteiras, retirantes, enfim, toda sorte de excluído com renda média de um salário mínimo ou sem renda”. Entretanto, essas conclusões são possíveis mesmo sem a realização de uma pesquisa empírica. Para isso, é suficiente a circulação por suas ocupações e a conversa com seus moradores para percebermos que aquela população, em geral, não possui emprego fixo, garantindo sua renda através do trabalho informal, de bicos e através de serviços domésticos, e que não tem condições de pagar aluguel ou mesmo de aderir aos programas de financiamento de moradia popular do governo federal. E muitos dependem de programas de assistência social (como o Bolsa Família) para garantir uma renda mínima mensal.

Sua principal estratégia de ação é a realização de ocupações, seja em terrenos abertos ou em prédios abandonados. As ocupações⁷ são realizadas em áreas urbanas

⁷Ver quadro (Anexo I) com listagem das ocupações ainda existentes e o tipo de ocupação (terreno, imóvel ou mista).

identificadas pelo movimento como propriedades que não exercem a sua função social⁸ e que poderiam ser utilizadas com o fim social de garantir o direito à moradia. É amparado por esse preceito constitucional que o movimento transforma uma ação aparentemente “ilegal” numa ação “legítima”.



Visão parcial da ocupação “Lagoa da Paixão”, na região de Valéria

O MSTB tem como instâncias de deliberação, em ordem de importância, as brigadas, uma coordenação local, uma assembléia local, uma coordenação municipal, uma coordenação estadual e o Congresso Estadual, fórum máximo de deliberação do movimento.

Dentro das ocupações, segundo seu estatuto atual, a organização se daria através de Brigadas, instâncias que seriam responsáveis pela administração dos imóveis por um período de uma semana, em regime de revezamento. Cada Brigada teria direito a um coordenador, eleito a cada três meses, responsável pela representação da mesma na

⁸ O Estatuto das Cidades (Lei nº10.257, de 10 de Julho de 2001), lei complementar que regulamenta as diretrizes da política urbana definidas pela Constituição Federal de 1988, define como princípio da função social da cidade e da propriedade a “garantia do direito a cidades sustentáveis, entendido como direito à terra urbana, à moradia, ao saneamento ambiental, à infra-estrutura urbana, ao transporte e aos serviços públicos, ao trabalho e ao lazer, para as presentes e futuras gerações”.

assembléia local⁹. Entretanto, essa forma organizativa ainda não foi plenamente executada pelo movimento¹⁰.

Em fevereiro de 2005, foi realizado o primeiro congresso do MSTB, que viria a estruturar o formato que o movimento possui hoje, a partir da aprovação de seu primeiro estatuto. Foi nessa ocasião, também, que foram definidos alguns marcos simbólicos do mesmo, como a aprovação de sua bandeira e a utilização do lema: “Organizar, Ocupar e Resistir” como seu *slogan* central.

Entretanto, logo após o congresso, um “racha” dividiu o movimento em duas partes, por conta de divergências na forma de organização; na forma de realização do trabalho de base, ou mesmo por diferenças político-ideológica-partidárias. Hoje, enquanto um grupo utiliza a sigla MSTS (Movimento Sem Teto de Salvador), o outro utiliza a sigla MSTB (Movimento Sem Teto da Bahia), entretanto, esta diferenciação ainda é desconhecida pela sociedade em geral.



II Congresso do MSTB – Março de 2008

⁹ De acordo com o Regimento Interno dos Sem Teto da Bahia, durante sua gestão, as Brigadas são responsáveis pela limpeza, portaria, seguranças e outras atividades que envolvam a coletividade, sendo proibida a remuneração por serviços prestados à ocupação.

¹⁰ Nesses quase dois anos de contatos com o movimento, presenciamos algumas tentativas de implementação desse modelo organizativo, entretanto, em nenhuma dessas oportunidades ele conseguiu ser plenamente executado, seja pela não participação efetiva dos ocupantes; seja pela centralização do poder em poucas pessoas; seja pelo não entendimento do seu funcionamento. No fundo, acreditamos que este modelo inicialmente pensado ainda está sendo adaptado para a realidade do MSTB.

Essa diferenciação começou a ser amadurecida a partir da realização do II Congresso do MSTB, em março de 2008. Com a presença de cerca de 250 delegados, provenientes das cerca de 20 ocupações do movimento, aproveitou-se para aprovar um novo estatuto, para se definir suas estratégias de ação para os próximos três anos e para a aprovação de uma nova coordenação estadual, composta por 21 pessoas.

Como uma de suas principais bandeiras e projetos, o movimento apresenta a idéia de “Comunidade do Bem Viver”. Segundo a cartilha distribuída para os delegados participantes do seu II Congresso Estadual, a Comunidade do Bem Viver seria “uma semente de sociedade mais igualitária, menos desigual, em contraposição ao Estado burguês (este que defende a propriedade privada e um modelo de sociedade e de família que só se organiza em torno do patrimônio material, do capital)” (MSTB, 2008).

3. COMUNICAÇÃO E MOVIMENTOS SOCIAIS

O nosso objetivo, nesse segundo capítulo da fundamentação teórica, é fazer uma breve reflexão sobre o papel da comunicação na sociedade contemporânea, e, especificamente, a sua relação com os movimentos sociais. Assim, num primeiro momento, contextualizamos a importância da comunicação na sociabilidade contemporânea e o desenvolvimento da economia política da comunicação. A seguir, problematizamos as noções de comunicação popular, alternativa e comunitária, separadamente, a partir de uma revisão bibliográfica dos principais autores que abordam essas temáticas e chegando ao nosso referencial final: o conceito de “comunicação alternativa-popular”. E, por fim, nos dois últimos tópicos do capítulo, traçamos a relação entre a comunicação e mobilização social, a partir da apropriação de autores como Bernardo Toro e Paulo Freire, e relatamos exemplos de atores sociais que reconhecem a comunicação como elemento estratégico.

3.1. Comunicação e Contemporaneidade – Novas formas de sociabilidade, novas formas de poder

A contemporaneidade assistiu e promoveu uma forma diferenciada de construção das relações sociais. A partir do advento das novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC's), que permitiu a convergência de diferentes meios, a exemplo da comunicação midiática, as telecomunicações e a informática (RUBIM, 1995), relativizou-se espaço e tempo, ao mesmo tempo em que diferentes formas de interação foram testadas, esquecidas ou potencializadas a partir deste novo ator que aparece em cena.

A comunicação, na sua modalidade mais atual, não surge como coisa à margem, como algo simplesmente agregado ao novo mundo. Ela se apresenta não como simples 'mensagens' e/ou 'efeitos', antes aparece como momento instituinte e instituído da atualidade. Seu poder não se circunscreve a transportar/ 'inculcar' ideologias, mas tem expressiva abrangência, abarcando alterações fundantes do estar no mundo, de sua percepção sensível e/ou intelectual, enfim, de uma nova sociabilidade e de sua contemporânea dimensão pública engendradas na novidade nomeada *comunicação midiática*. (*Ibid*, p.113)

O campo midiático transformou-se, neste contexto, a partir da apropriação de um conceito elaborado por Bourdieu, em um campo de poder simbólico¹¹ capaz de influenciar diretamente a constituição da agenda pública, definindo para todos os públicos o que deve ou não ser considerado importante (VIZER, 2007). O campo midiático tornou-se, portanto, um espaço privilegiado das mediações públicas,

articulando o público com o privado, e a especificidade de seu poder se acha precisamente na sua capacidade de construir dispositivos de regulação simbólica dos espaços sociais. Apesar das aparências, o verdadeiro poder dos meios não se encontra nos seus dispositivos de produção midiática, mas no deter o monopólio dos processos de circulação. (*Ibid*. p. 24-25)

E, além disso, se tornou um importante ator político e econômico, um verdadeiro palco de disputas simbólicas e políticas (porque não dizer, ideológicas). Um espaço que se conformou, especialmente a partir dos anos 50, nos moldes de um modelo de negócio que se adequava aos padrões do sistema de produção capitalista (pelo menos na parcela do mundo que assim se considerava). E que, por conseqüência, acabou trazendo para si todas as contradições que este sistema possui em seu interior, com a formação de grandes oligopólios e conglomerados de comunicação. Nascia, então, a Economia Política da Comunicação.

Com o desenvolvimento desse modelo de sistemas de comunicação, percebemos a existência de um controle da esfera de visibilidade pública, através do qual grupos que detêm o poder econômico, político e cultural reproduzem essa realidade. O exemplo

¹¹ Consultar: BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico.. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil; 1998

brasileiro ilustra bem de que forma este oligopólio se dá. Segundo o estudo “Os Donos da Mídia”, publicado pelo Instituto de Estudos e Pesquisa em Comunicação (Epcom) em 2008, cinco das maiores redes nacionais abrangem 945 veículos, entre emissoras de TV, rádios, revistas e jornais. As Organizações Globo possuem 35 grupos afiliados que controlam, ao todo, 340 veículos. O Grupo retransmite seu conteúdo, gerado por 69 veículos próprios, através de um sistema que envolve 33 jornais, 52 rádios AM, 76 FMs, 11 OCs (Serviço de radiodifusão sonora em ondas curtas), 105 emissoras de TV, 27 revistas, 17 canais e 9 operadoras de TV paga. O SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) possui relação com 194 veículos no Brasil, tendo 37 grupos afiliados. A Rede Bandeirantes de Televisão possui relação com 166 veículos e 22 grupos afiliados. São 30 grupos afiliados à Rede Record que controla, direta e indiretamente, 150 veículos. Seu sinal está presente em todo o Brasil por meio de 870 retransmissoras de TV.

O Epcom divulgou, ainda, pesquisa¹² que analisa a relação entre grupos políticos brasileiros e veículos de comunicação. Através do cruzamento da lista de prefeitos, governadores, deputados e senadores de todo o país com os dados da Agência Nacional de Telecomunicação – Anatel, verificou-se que 271 políticos são sócios ou diretores de 324 veículos de comunicação. Desses, 147 são prefeitos (54,24%), 48 (17,71%) são deputados federais; 20 (7,38%) são senadores; 55 (20,3%) são deputados estaduais¹³. Este controle direto de veículos de comunicação pela esfera política pode trazer

¹² Pesquisa disponível em <http://donosdamidia.com.br/levantamento/politicos> - acesso em outubro de 2008.

¹³ Esses números correspondem apenas aos políticos que possuem vínculo direto e oficial com os meios – não estão contabilizadas as relações informais e indiretas. A pesquisa também não inclui os prefeitos eleitos na eleição de 2008, mas os que estarão à frente das prefeituras até 2009.

conseqüências na forma de cobertura. As redações acabam por sofrer as pressões dos donos dos veículos que estão voltados, sobretudo, para a produção de capital político.¹⁴

Por outro lado, os veículos inseridos na lógica da indústria da informação têm como característica marcante um modelo de jornalismo que opera na lógica do entretenimento. As notícias são produzidas com o interesse de conquistar a audiência, e, conseqüentemente, oferecê-la aos anunciantes. Neste contexto, verifica-se o fenômeno da espetacularização da notícia, que é feita através da ruptura (o novo, o diferente, o interessante, polêmico), da diversão (o lúdico, o belo) e do drama (GOMES, 2004). Esta lógica atinge as editorias políticas dos jornais, enquadrando e produzindo uma série de narrativas dramáticas da política. Como conseqüência, “cada vez mais, a imprensa apresenta principalmente a vida política atual como um espetáculo deprimente, em vez de apresentá-lo como uma atividade vital, na qual os cidadãos poderiam e deveriam estar engajados” (FALLOWS, 1997, p. 14).

O ponto mais ressaltado pelo jornalismo político é o conflito entre grupos de interesses distintos, dando a impressão de que este campo é composto essencialmente por escândalos e guerras entre opositores. O jornalismo atua também emoldurando o jogo político, apresentando-o como um conjunto de manobras que tem como foco as vantagens e desvantagens que terão os grupos com determinada atitude ou declaração. Opera também na construção de personagens, a partir dos elementos do seu caráter, conduzindo o julgamento público. Há uma corrida pela busca das falhas dos agentes, que geram o escândalo político, ou das incoerências, como forma de identificação de defeito de caráter (GOMES, 2004).

¹⁴ Gomes (2004) utiliza o conceito de campo social de Pierre Bourdieu para explicar a relação da grande imprensa com os campos político e econômico. Para o autor, no modelo da grande imprensa funciona, não há propriamente meios, mas setores industriais e campos sociais. Enquanto sistema que integra o campo econômico a grande imprensa está voltada para assegurar o máximo de lucro e o maior número de anunciantes. O jornalismo, nesse contexto, se constitui enquanto campo social, no qual seus integrantes – os profissionais do campo jornalístico – lutam concorrencial por autoridade, ou seja, pela acumulação de capital jornalístico. Quando não há um campo autônomo, o veículo volta-se para a produção de capital político e, não econômico e jornalístico.

Este contexto acaba por trazer impactos no modo de se fazer política, e, também, na relação do cidadão com o campo político. Se, por um lado, o campo do jornalismo determina as regras para se passar pelos filtros da esfera de visibilidade pública, por outro, o campo político, dentro do modelo de democracia representativa, depende desta visibilidade. Ao tornar-se mais um dos espetáculos da comunicação de massa sua própria dinâmica transforma-se em um jogo encenado, no qual valem mais as declarações de impacto à discussão das políticas públicas em si. Fatos políticos, situações e textos são organizados para que se imponham à esfera de visibilidade da comunicação de massa e superem todas as barreiras e filtros selecionadores da indústria do jornalismo e entretenimento televisivo. E enquanto espetáculo encenado, o campo político cobra menos do fruidor a condição de cidadão ativo, colocando-o na condição de consumidor passivo.

Diante desta realidade e entendendo o campo da comunicação enquanto arena estratégica de disputa pela hegemonia de leituras e visões de mundo, os movimentos sociais também buscam passar pelos filtros do campo jornalístico, transformando as lutas por reconhecimento em lutas por visibilidade. Como aponta HENRIQUES (2002, p. 14),

Fazer-se ver e ouvir encontra-se no centro das turbulências políticas do mundo moderno. A busca por visibilidade vem em função da necessidade das reivindicações e preocupações dos indivíduos tenham reconhecimento público, servindo de apelo de mobilização para os que não compartilham o mesmo contexto espaço/ temporal.

Para passar por este filtro da esfera de visibilidade pública, existe uma negociação entre movimentos e campo midiático e a necessidade de dialogar com a gramática dos meios e com sua própria dinâmica – fechamento dos jornais impressos; duração e horário de telejornais, etc. A produção de informação pelos movimentos

surge, portanto, da necessidade de terem voz própria, ou seja, que possam ter acesso direto aos instrumentos de comunicação.

Neste contexto, as estratégias de visibilidade ganham lugar central em diversos movimentos como forma de inserir suas bandeiras de reivindicação na esfera de discussão pública. E, num contexto onde é cada vez mais evidente o fenômeno da “midiatização da política”, em que “os meios de comunicação impõem sua lógica na construção da realidade política” (VIZER, 2007), os movimentos se vêem desafiados a desenvolver estratégias duais, que articulam ações físicas (como passeatas; protestos e abaixo-assinados) às ações de visibilidade. Neste sentido, a partir da necessidade de apropriação das gramáticas e códigos de funcionamento das mídias contemporâneas, podemos perceber que “(...)esses atores e movimentos se apropriam e reelaboram tais lógicas, transformando a esfera das mídias em um espaço simbólico de conflitos, disputas e negociações (...)” (COGO, 2004).

Esta necessidade de negociação com os veículos de comunicação e de visibilidade pública tem estimulado o surgimento de assessorias e núcleos de comunicação nestes coletivos, com o objetivo de divulgar as suas ações e bandeiras através de boletins digitais, *websites*, jornais impressos, etc. É o caso do MST, que implementa ações de comunicação em formatos diversos e mantém uma página¹⁵ na Internet, em diferentes idiomas, com dados sobre o movimento, boletins de notícias e campanhas de arrecadação de recursos entre outros.

Esta nova postura com relação aos veículos, aliada às possibilidades trazidas por tecnologias como a Internet, tem repercutido até mesmo na relação entre os jornalistas e movimentos (enquanto fontes de informação). O jornalismo clássico tende a recorrer às fontes oficiais na busca pela informação, por sua dinâmica e estrutura. Assim,

¹⁵ Ver a página do MST . Disponível em <<http://www.mst.org.br>>.

(...) um movimento social como o *MST* ganha cobertura jornalística quando ocorre uma tragédia como o massacre de *Eldorado dos Carajás* ou uma ação que afronta a norma legal como a ocupação de uma propriedade privada sem prévia autorização porque a lógica massificada do jornalismo nas sociedades complexas dificulta a reiteração cotidiana das temáticas específicas, mais adaptadas a publicações dirigidas como o *Jornal do MST*, que conta o dia a dia do movimento para uma audiência limitada (GONÇALVES, 2002).

Com a Internet, os movimentos sociais, até então atores políticos dependentes da mediação das organizações jornalísticas, podem contribuir para a constituição de um espaço público democrático, desestabilizando a proporção do uso dos três tipos de fontes pelos jornalistas¹⁶.

Entretanto, se por um lado existe um movimento de adaptação aos códigos construídos pelo campo da comunicação e que caracterizam, hoje, seu processo de funcionamento interno, existe, em paralelo, um outro movimento, que objetiva a criação de veículos próprios de comunicação - concebidos, desenvolvidos e mantidos pelos próprios movimentos. E, mesmo que muitos desses adotem uma lógica de funcionamento semelhante aos dos meios tradicionais, é inegável que este processo refere-se a uma outra lógica de construção e disseminação de informações e de estabelecimento de processos comunicativos. Isso se tornou possível, especialmente, por conta do avanço tecnológico e, por conseguinte, da potencialização dos processos de construção de veículos de comunicação. Assim, muitos movimentos têm criado suas próprias formas de expressão.

¹⁶ Segundo Gonçalves (2002), nos sistemas convencionais de jornalismo, existe uma preferência pelas fontes oficiais, como uma “estratégia dos profissionais para obter dados fidedignos de personalidades reconhecidas, respaldadas pelo exercício de uma função pública”. As fontes são classificadas quanto em oficiais, oficiosas e independentes. Fontes oficiais são mantidas pelo Estado, por empresas e organizações como sindicatos ou associações. Fontes oficiosas são aquelas relacionadas de forma direta com uma instituição ou personalidade, mas sem poder formal de representação. Fontes independentes são aquelas sem vínculos diretos com o caso tratado. A Internet vai contribuir para uma mudança nesta dinâmica, já que a credibilidade das organizações jornalísticas poderia ser questionada, já que o seu papel de mediador pressupõe a incorporação das vozes dos diferentes setores. Com as redes telemáticas, “fica muito mais difícil desconhecer [organizações como] o *MST* como fonte porque a realidade do movimento circula no ciberespaço sem a necessidade da chancela jornalística”.

Não consideramos, neste estudo, a comunicação como um processo linear de emissão e recepção, no qual a taxa das duas etapas poderia ser aferida. Entretanto, é útil a formulação de Zeltmann e Moles, citados por Grinberg (1987), que considera como pressuposto de uma sociedade democrática o equilíbrio entre emissão e recepção. Esta definição traz consigo o princípio de se considerar necessária uma democratização do acesso aos meios de comunicação em todos os níveis para a existência de uma sociedade democrática. Nesse sentido, o surgimento de veículos de comunicação alternativos, vinculados a movimentos sociais ou comunidades, aparecem como possibilidade de democratizar o campo da comunicação no qual as grandes redes de informação detêm o monopólio dos processos de circulação e é, portanto, um mecanismo de fortalecimento da própria democracia, por permitir a visibilidade de diversas visões de mundo na esfera de visibilidade pública. É importante ressaltar que quando falamos em democratização da comunicação, não nos referimos apenas a uma maior possibilidade de acesso aos meios. Estamos falando, também, da construção de diferentes possibilidades de produção de conteúdo e de, por conseguinte, transformar a esfera pública num verdadeiro espaço de discussão pública. Como defende PAIVA (2003), apesar de colocar em ação poucos atores até então excluídos do processo informativo, ou presentes apenas passivamente, a existência destes meios já podem representar um “avanço democrático”.

3.2. Comunicação Alternativa e Popular: conceito e perspectivas de análise

Não existe um consenso quanto ao melhor conceito para caracterizar a comunicação desenvolvida no âmbito dos movimentos sociais e comunidades. Autores como Raquel Paiva, optam pela expressão *comunicação comunitária* para caracterizar

este tipo de fenômeno. A autora parte do conceito de *Comunidade Gerativa*, que seria uma nova possibilidade de socialização, com o propósito de fazer frente ao modelo econômico e político que caracteriza a sociedade contemporânea.

A partir da evidência da falência da “política de projetos”, a descentralização do poder e do individualismo característicos da sociedade contemporânea, a comunidade gerativa surge como um conjunto de ações, norteadas pelo bem comum, passíveis de serem desenvolvidas por um grupo de pessoas. A *política gerativa* teria ênfase nas práticas do cotidiano e da localidade, “já que o modelo neoliberal produziu um Estado mínimo, praticamente incapaz de atuar no que até então se entendia como do âmbito de suas próprias e intransferíveis atuações”. A comunicação comunitária, neste sentido, teria como princípio o comprometimento político, o caráter educativo e formas inovadoras de linguagem. Para Paiva, a comunicação comunitária nessa perspectiva se constitui enquanto uma força contra-hegemônica¹⁷, “em direção à construção de uma nova ordem na comunicação” (PAIVA, 2007. p. 140).

A pesquisadora Regina Festa, por sua vez, ao analisar o fenômeno da comunicação popular e alternativa e sua relação com os movimentos sociais na história recente do Brasil, faz uma distinção entre os dois conceitos. Para a autora, a comunicação popular diz respeito ao "fenômeno da comunicação no nível das bases sociais", e a comunicação alternativa se refere à comunicação "no nível médio da sociedade civil".

¹⁷ Entender a comunicação comunitária como uma estratégia contra-hegemônica significa, automaticamente, considerar toda a indústria da informação como parte do campo de produção hegemônica. Paiva (2007) parte do conceito de hegemonia de Gramsci para explicar o que seria esta dimensão contra-hegemônica da comunicação comunitária. Segundo a autora a hegemonia seria uma forma de dominação por consentimento e aceitação do dominado. A idéia gramsciana de hegemonia permite, segundo Paiva, vislumbrar a existência de determinações como a cultura, a produção de fantasia, a arte, a religião, a filosofia e a ciência que, articulados com a política e a economia contribuem para a produção de um pensamento dominante. Nesse sentido, os meios de comunicação hegemônicos contribuem para a perpetuação da ideologia das classes dominantes, enquanto os veículos de caráter contra-hegemônico estão, dentro da arena de disputas por uma hegemonia alternativa, em enfrentamento com a força dominante.

Festa (1986) identifica três processos distintos da comunicação alternativa e popular que coincidem com momentos diferentes da vida política, econômica e social do país.

A primeira fase, que corresponde ao período de 68 a 78 – entre o AI-5 e a abertura política – caracteriza-se por uma comunicação de resistência, denúncia e acumulação de forças por parte das oposições; a segunda fase, de 78 a 82, período de explosão social, eleições nacionais, abrandamento das restrições políticas, caracteriza-se por projetos políticos mais definidos e pela existência de uma comunicação popular, multiplicadora de meios nas bases e pelo quase desaparecimento da comunicação alternativa; e o terceiro período, de 82-83, caracteriza-se por uma atomização do processo de comunicação popular e alternativa na mesma medida que reflete a incapacidade das forças de oposição para articularem uma alternativa política à crise atual vivida pela sociedade brasileira. (p.10)

Neste sentido, a comunicação popular é entendida pela autora como aquela desenvolvida no âmbito dos movimentos sociais e que teve forte influência, nas décadas de 60 e 70, das Comunidades Eclesiais de Base. Um exemplo dado para explicar este fenômeno é o Movimento Custo de Vida, que surgiu a partir dos Clubes de Mães, integrantes das CEB's da Zona Sul de São Paulo e que rapidamente atingiu outros setores da sociedade civil, utilizando desde o início ações de comunicação. O MCV utilizava músicas, literatura de cordel, cadernos de estudo e souberam utilizar esses instrumentos para conquistar o seu direito de manifestar-se em um período em que não havia a liberdade de expressão.

Para caracterizar o que seria a comunicação alternativa, Festa traz o exemplo dos veículos de comunicação que surgem na década de 70 em oposição ao regime militar. Eram publicações de caráter cultural e político nos quais os grupos de oposições ou frentes políticas emitiam sua condenação ao sistema político. Essas experiências trouxeram como diferencial a sua organização interna, com a presença de editorias com a participação de representantes dos movimentos sociais. Coube à imprensa alternativa, durante este período, registrar a verdadeira história dos movimentos sociais omitida pelos veículos da grande imprensa que seguiam a cartilha imposta pelo regime.

Já Cicília Peruzzo, faz uma delimitação do que seria os dois fenômenos, admitindo, hoje, uma convergência entre a comunicação popular-alternativa e a comunicação comunitária. Para a autora, a comunicação popular-alternativa

se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática do “povo”. Possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o “povo” como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo. É um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa (PERUZZO, 2006. p.4).

É um fenômeno que surge na década de 70, como reação das classes populares à completa negação da cidadania por parte dos governos militares. Entretanto, desde o seu surgimento até hoje, houve transformações que aproximaram os dois processos. O movimento popular, apesar de ainda gerar práticas semelhantes ou equivalentes às que deram origem a centenas de estudos desse tipo de fenômeno comunicacional na América Latina, passou a desenvolver outras modalidades de formatos e de meios de comunicação característicos dos novos tempos e do jogo de interesses tanto no nível midiático, como nos níveis econômico e político-ideológico.

Para a autora, houve um avanço na democratização da comunicação, resultado das pressões sociais de setores da sociedade civil como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, podendo ser identificado um avanço no número de emissoras e canais de uso gratuito de TV a cabo e na área do rádio de baixa potência e com a presença de entidades populares na Internet. Paralelo a isso houve alterações no processo de ação e de concepção da comunicação no contexto dos movimentos populares, com o surgimento de formas mais plurais, avançadas e ágeis de comunicação. Dentro destas transformações, a Peruzzo identifica também o surgimento de novos atores:

Se nos anos de 1970, 1980 e parte dos 90 a contra-comunicação aparecia preponderantemente no âmbito dos movimentos populares, das organizações de base, da imprensa alternativa, da oposição sindical metalúrgica, de ONGs, de setores progressistas da igreja católica, ou realizada por militantes articulados em núcleos de produção audiovisual, a partir dos últimos anos pipocam experiências comunicacionais mais diversas, incluindo as do tipo popular tradicional (hoje mais conhecidas como comunitárias e se baseiam em premissas de cunho coletivo) e outras realizadas por associações, grupos ou até por pessoas autonomamente. (PERUZZO, 2006. p. 04)

Portanto, se por um lado, houve uma transformação da comunicação no âmbito dos movimentos populares, com a incorporação do lúdico, a cultura e o divertimento com mais desenvoltura, houve também a inserção de setores populares na mídia convencional, que passa a tratar de temas antes restritos aos canais alternativos e populares. É neste contexto que a autora identifica pontos de convergência entre a comunicação popular-alternativa e a comunitária que, embora continue a se configurar enquanto tal pode representar um canal de comunicação destes movimentos ou a ter vínculos diretos com os mesmos.

Ao mesmo tempo em que admite esta convergência, Peruzzo considera o termo *comunitário* como problemático, por poder se referir a processos diferentes entre si. Se por um lado, a comunicação comunitária passa a incorporar conceitos e reproduz práticas da comunicação popular em sua fase original e, portanto, confunde-se com ela, por outro, a grande mídia também incorporou a palavra para designar algumas de suas produções. É neste sentido que ela defende o estudo a partir de casos concretos, em decorrência da dificuldade de se fazer demarcações consistentes entre ambos os processos.

Outro conceito que aparece nos estudos sobre a comunicação nos movimentos sociais é o de mídia radical, desenvolvido por John Downing. O autor rejeita os conceitos de *mídia comunitária* ou *mídia popular* por considerá-los incapazes de delimitar o fenômeno da comunicação contra-hegemônica, sendo “mais firmes naquilo que excluem – a mídia convencional – do que naquilo que significam” (DOWNING,

2002. P. 75). Downing adota então o termo mídia radical para caracterizar os veículos – em geral de pequena escala e sob formas diferentes – que expressam uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas. Ele reconhece uma relação dialética entre os movimentos sociais e a mídia radical, que englobaria diferentes formas de expressão de caráter contra-hegemônico - desde rádios comunitárias até o grafite; o teatro popular de rua; xilogravuras; cartazes e murais. Esses meios artesanais aparecem como demonstração da capacidade das camadas populares de manifestar suas visões e suas opiniões, tanto no sentido da denúncia ou de desabafo crítico e não esquematizado, ou mesmo pela construção de estratégias de comunicação propriamente ditas. Por dar visibilidade a opiniões e visões de mundo que não conseguem espaço na mídia oficial, a mídia radical, para Downing, passa a ser fundamental para a democracia, podendo ser caracterizada como uma esfera de visibilidade pública alternativa.

Consideramos, portanto, que o estudo da comunicação no âmbito de movimentos sociais e comunidades possui diferentes dimensões - desde o caráter do veículo, seu conteúdo até o papel que desempenha dentro do grupo ou organização social na qual está inserido. Neste sentido, o veículo pode possuir um caráter comunitário, popular e/ou alternativo a depender de suas características, podendo se diferenciar ou não da comunicação hegemônica.

Explicar o que seria a comunicação comunitária implica, antes de tudo, na delimitação do que seria o termo comunidade, que hoje ganha diferentes conotações a depender do contexto onde é empregado. Segundo Peruzzo (2007), no percurso da sociedade, os conceitos de comunidade foram reformulados e deram origem a grandes críticas “com base nas discrepâncias entre os conceitos de comunidade, em geral marcados por ideais de perfeição, e a vida concreta” (*Ibid.*, p.109). Houve uma quebra

da noção de territorialidade geográfica, antes considerada condição fundamental para a existência de uma comunidade, e a noção de comunidade como perfeitamente unida em torno de ideais e modos pacíficos de convivência. Hoje, a noção de comunidade é norteadada pela existência de laços em comum entre seus membros – seja pela proximidade de interesses, objetivos ou outros sentidos da vida em comum.

Comunidade, portanto, pressupõe uma proximidade que pode ser geográfica, mas que não se limita a ela; vínculos entre os membros, como o sentimento de pertencimento, de identidade e de comunhão de interesses. Nesse sentido, a comunicação comunitária tem como princípio básico o envolvimento de pessoas em uma determinada comunidade, não apenas como receptores de mensagens, mas como protagonistas de todo o processo. Ou seja, tem como pressuposto o caráter cooperativo e a representatividade.

Para autores como *Ciro Marcondes*, citado por *PAIVA (2003)*, um veículo comunitário pode surgir no momento anterior à formação de uma comunidade, que pode ser invocada na medida em que representa uma nova forma de sociabilidade

com o predomínio de relações mais concretas do que as fomentadas pela abstração e dispersão existentes. Ele (*Marcondes*) não incorre no erro de supor um retorno ao suposto período paradisíaco, em que vigia a estrutura comunitária. Ao contrário, aceita o real societário compreendendo que a inserção da força comunitária possa atuar no sentido de promover maior coesão social” (*Ibid.*, p.136).

A participação é uma das dimensões essenciais à comunicação comunitária, que pode aparecer desde o ato da recepção, em seu nível mais elementar, até a participação através de mensagens ou depoimentos. Existem também níveis mais avançados de participação, quando existe no veículo dispositivos que permitam a participação na produção do conteúdo ou até mesmo na sua gestão. Quando desenvolvida através de uma base democrática, a comunicação comunitária possibilita o

acesso democrático e a partilha do poder de comunicar. Apesar de o último nível ser o modelo ideal de comunicação comunitária, por envolver seus membros em todos os processos, não se pode descartar o caráter comunitário de um veículo por não possuí-lo. As características ideais da comunicação comunitária não podem ser tomadas como dogmas, nem como universais. A tendência é que cada experiência desenvolva uma característica específica em detrimento de outras.

Há que se observar cada caso, cada experiência, pois tudo depende das condições locais, das identificações que se consegue realizar, do significado dos 'serviços' prestados em cada lugar e assim por diante (PERUZZO, 2002. p. 246).

O exemplo da rádio-poste "Pinguim", localizada em meio à Feira de São Joaquim, é bastante ilustrativo neste sentido. A rádio não é gerida por nenhum tipo de associação (seja de moradores ou comerciantes da região) e não existe nenhum mecanismo que possibilite a participação dos que ali trabalham em sua gestão. A programação, até mesmo pelas dificuldades técnicas e pela falta de estrutura, não tem como foco a cobertura de eventos ou temas relacionados àquele contexto, sendo que a maioria das informações veiculadas são reproduzidas de notícias dos jornais impressos. Existe também a veiculação de materiais educativos oriundos de ONG's - como é o caso dos cd's distribuídos pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) - ou projetos do governo federal. Entretanto, é inegável o potencial que este veículo pode exercer na mobilização comunitária local, a partir de uma reflexão sobre sua gestão.

Este é um panorama que é comum no cenário da "radiodifusão comunitária" em Salvador. Em geral, veículos que são ligados, ou que pelo menos possuem algum tipo de vínculo mais efetivo com associações comunitárias/ de moradores, conseguem fugir um pouco dessa realidade. Dois exemplos na cidade são as rádios "A Voz do Calabar", localizado no bairro de mesmo nome; e a Rádio Resistência FM, localizada

no Bairro da Paz. As duas surgem num contexto de mobilização popular, confundindo suas histórias com a ocupação desses espaços. Assim, desde o início, tinham claro que o rádio poderia cumprir uma função estratégica na disseminação de informações e na mobilização comunitária. Entretanto, apesar de suas limitações atuais (estrutura física, participação da comunidade na programação para além da função de ouvinte), é inegável o caráter comunitário deste veículo, pelo vínculo que estabelece com a comunidade¹⁸.

Nesse sentido, o surgimento de um veículo comunitário pode ter como justificativa tanto a circulação de informação entre os membros de uma comunidade, possibilitando vínculos mais estreitos entre eles, até a divulgação de propostas e reivindicações. Entretanto, nem toda comunicação voltada para a mobilização é comunitária. O termo “comunidade” pressupõe um tipo de vínculo que não existe em todos os movimentos. No caso do MSTB ou MST, além da existência de interesses em comum – a luta por moradia e pela reforma agrária – a vivência dos membros nas ocupações permite a formação de vínculos comunitários – além de compartilharem o mesmo território, os integrantes das ocupações e assentamentos compartilham também os problemas, os conflitos, um tipo de vivência que pressupõe vínculos que ultrapassam o sentido da mobilização. Neste sentido, as ações de comunicação podem contribuir ainda mais para a consolidação de uma comunidade neste contexto.

Da mesma forma que a comunicação comunitária deriva do termo comunidade, o significado de comunicação popular deriva do termo “povo”, que não possui sentido único. Pode significar o conjunto dos cidadãos; os pobres ou empobrecidos, sempre lembrados como “povão” ou “povinho”; as classes subalternas situadas em oposição das

¹⁸ Tivemos contato com essas rádios através do projeto de formação de comunicadores comunitários da Agência Experimental em Comunicação e Cultura da Faculdade de Comunicação da UFBA. Durante o segundo semestre de 2008, foram realizadas visitas em três rádios comunitárias, nas quais foram realizadas entrevistas com seus integrantes, tendo como foco a estrutura, a programação e a gestão das rádios.

classes dominantes na sociedade. Para PERUZZO (1998), “povo não tem estatuto teórico universal, não se podendo, portanto, vê-lo sob uma categoria de análise prefixada”. A autora defende, então, que o popular se remete a um todo plural e contraditório, cuja composição varia de acordo com o contexto histórico e cujos interesses variam em função de fatores determinantes, estruturais e conjunturais.

Existem diferentes correntes de estudos no âmbito da comunicação popular. Na primeira, “o popular abarca o universo das expressões culturais tradicionais e genuínas do ‘povo’”. Já para a segunda, “o popular circunscreve-se ao universo da indústria cultural” Para a terceira, que mais nos interessa, “o popular situa-se no universo dos movimentos sociais”. Mesmo dentro desta última corrente, há dissenso quanto ao caráter da comunicação popular-alternativa. Uma linha, que surgiu nos anos oitenta, considera a comunicação popular por si só libertadora e revolucionária, contrapondo-se à comunicação de massa. Já uma outra corrente, defende que a comunicação popular pode contribuir para a democratização dos meios comunicacionais e da sociedade. Entretanto, por suas próprias limitações e contradições e por concretizar-se em espaço próprio, ela não é antagônica à comunicação de massa.

Assim como nem toda comunicação voltada para mobilização é comunitária, nem toda comunicação popular é mobilizadora. A cultura popular também é reprodutora das contradições sociais da sociedade, mas pode, também, ter um forte caráter questionador e emancipador. No caso da comunicação popular-alternativa, o termo *alternativo* diz respeito ao seu caráter contra-hegemônico e o termo popular a seus protagonistas. Na disputa por novos consensos na sociedade, os movimentos sociais utilizam a comunicação de diferentes formas, entrando em contradição com os valores dominantes. Esta dimensão alternativa dos veículos vai, portanto, desde o seu propósito até o conteúdo e o formato. A busca por linguagem própria é um dos pressupostos

básicos de qualquer veículo alternativo, pois tem como base o não-atrelamento aos padrões existentes, o incentivo à inventividade e ao processo criativo como forma de subverter o esquema dominante (PAIVA, 2003).

Ser porta-voz dos movimentos sociais não é suficiente para caracterizar um veículo enquanto alternativo. Como defende Laércio Góes (2007), o que diferencia estes veículos dos hegemônicos é o engajamento na luta por transformações sociais. O elemento diferenciador relacionado à cobertura jornalística de um veículo alternativo é a seleção de pautas e o enquadramento dado às notícias, pois além de dar voz a setores que não têm espaço nos meios de comunicação tradicionais, a cobertura tem como princípio a construção de um framing¹⁹ contra-hegemônico, que interpreta a realidade segundo seus valores e interesses.

Além disso, o modelo de mídia alternativa tem uma postura diferenciada com relação ao público. Avalia não somente as audiências ativas para criar leituras de oposição aos produtos dos meios de comunicação hegemônicos, mas também audiências mobilizadas, numa relação horizontal através de uma estrutura organizada democraticamente.

Nesse sentido, a comunicação no âmbito dos movimentos sociais possui aspectos que pode enquadrá-la enquanto popular, alternativa e em alguns casos, comunitária.

¹⁹ Framing (ou enquadramento) é a forma como a notícia é construída, sua linha narrativa e organização das idéias centrais. Góes (2007) utiliza as contribuições de Entman (1993), para quem o framing consiste em selecionar aspectos de uma realidade e destacá-los em um texto comunicativo, promovendo uma definição particular do problema, interpretação de causa, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento. Nesse sentido, o framing guia como as pessoas entendem o mundo e, assim, formam julgamentos. O framing hegemônico mostrado pelos meios de comunicação tradicionais, para o autor, domina o discurso de tal forma que é aceito como descrições neutras da realidade e não como interpretações. Nesse sentido, o framing reforça a ideologia dominante como forma de manutenção do *status quo*. Esta postura dos meios de comunicação com relação à realidade diz respeito não a uma postura deliberada do meio ou profissional com relação a um governo, por exemplo, mas a própria lógica do campo jornalístico que dá prioridade a certos temas em detrimento de outros; seleciona fontes, dando mais espaço aos discursos oficiais e oficiais e o próprio discurso utilizado. Um exemplo do discurso é a utilização de termos como “invasão” ao se referir à ocupação de terrenos por parte de movimentos sociais, que implica em uma série de outros julgamentos que contribuem para a criminalização desses atores sociais.

Adotamos o termo comunicação popular-alternativa, por ser um termo capaz de traduzir o fenômeno que estamos estudando. *Popular*, para tratar dos atores sociais envolvidos neste processo dialógico e, *Alternativo*, por se apresentar como uma alternativa à comunicação hegemônica e por não reproduzir a sua lógica e linguagem.

3.3. Por um novo modelo de comunicação: O Papel da Comunicação na Mobilização Social

A proliferação de veículos contra-hegemônicos surge, como defende Grinberg (1987), “como antídoto frente ao monopólio da palavra por parte dos que usufruem também o poder político”. Este monopólio, além de reproduzir a estrutura de poder presente em toda a sociedade, é também símbolo do silêncio de maiorias transformadas em receptoras passivas de mensagens. A condição dos seres humanos enquanto objetos no processo de comunicação vai de encontro à sua “vocação ontológica” de “sujeitos criativos” (LIMA, 1981). Os homens podem ser tratados como objetos por sistemas sociais opressivos, isto é, podem ser desumanizados, mas isto não altera a sua vocação de Sujeito na interação com o mundo e com os outros. Esta visão que Paulo Freire tem dos seres humanos é essencial para entendermos o seu conceito de comunicação, que tem um importante papel para os estudos da comunicação como um todo e, em especial, para os da comunicação popular-alternativa.

Freire define a comunicação como uma relação social, ou seja, uma interação entre Sujeitos iguais em diálogo. Quando há um rompimento entre sujeitos igualmente livres, a comunicação é substituída por dominação;

os Sujeitos oprimidos são reduzidos à condição de ‘coisas’ (sic) e a comunicação se torna uma ‘palavra falsa’ ou uma resposta carente de criticidade. Uma sociedade em que se predomine este tipo de relação social ou interação humana é uma sociedade dependente, uma sociedade sem vida comunitária, caracterizada pelo mutismo e pela cultura do silêncio. (*Ibid.*, p. 118)

A comunicação em Freire é entendida como um processo dialético que envolve ação e reflexão. A verdadeira comunicação entre Sujeitos implica a reciprocidade dialética através da qual o homem livre transforma o mundo e cria o universo simbólico da cultura no processo permanente da sua própria libertação. Nesta linha de raciocínio, a cultura é entendida enquanto criação do homem, mas, de certa forma, também o criando, numa relação dialética. A sua abordagem, portanto, rejeita os princípios do behaviorismo e do funcionalismo presentes no quadro teórico geral dos estudos da comunicação e a redução da comunicação a processos estritamente psicológicos. Para ele, o estudo da comunicação e da cultura deve ser feito na relação dialética com o contexto social no qual são desenvolvidos.

Entretanto, suas contribuições não conseguem abarcar todos os fenômenos envolvidos nos estudos da comunicação. A sua definição de comunicação como “a co-participação dos Sujeitos no ato de conhecer”, torna impossível a análise dos meios de comunicação de massa, por tratar apenas do diálogo face a face ou, no máximo, em grupo. Por outro lado, as contribuições de Freire são essenciais para o estudo da comunicação no âmbito dos movimentos sociais. Seguindo a sua linha de raciocínio, a comunicação popular-alternativa passa pelo desafio de transformar a relação entre os meios de comunicação e seus comunicadores com o público. É a partir de uma relação dialógica com o público e com o seu contexto que permitirá a caracterização de um meio como popular e alternativo. Além disso, Freire rejeitava o modelo de simples transmissão de informação: defendia a utilização de imagens e linguagens que faziam parte do cotidiano dos alunos em suas reflexões sobre a ação pedagógica. Segundo ele,

na relação dialógica-comunicativa, os sujeitos interlocutores se expressam através de um mesmo sistema de signos lingüísticos, sendo, então,

indispensável ao ato comunicativo, para que este seja eficiente, o acordo entre os sujeitos reciprocamente comunicantes. Isto é, a expressão verbal de um dos sujeitos tem que ser percebida dentro de um quadro significativo comum a ao outro sujeito. Se não há este acordo em torno dos signos, como expressões do objeto significado, não pode haver compreensão entre os sujeitos, o que impossibilita a comunicação. (Freire, 1971, p.68).

A proposta pedagógica proposta por Freire pode servir de filosofia central para os projetos de comunicação popular-alternativa, na qual podemos refletir sobre a relação entre o “produtor/ativista” e a “audiência ativa”. Este modelo de comunicação dialógica propõe a democracia em todo o processo da comunicação, reconhecendo a audiência como co-arquiteta na produção das mensagens, de forma radicalmente oposta à ideologia da mídia comercial, segundo a qual “se eles assistem, devemos dar-lhes o que querem e necessitam” (DOWNING, 2002. p. 83). A proposta de comunicação em Freire é, também, radicalmente oposta ao discurso autoritário²⁰ que informa assertivamente ao invés de problematizar a realidade e que vê o receptor como objeto, convertendo-o em simples ‘recedor de comunicados’. Esta dimensão da proposta de comunicação em Freire é também essencial para a comunicação desenvolvida em contextos de mobilização, por trazer como princípio a igualdade entre todos os atores envolvidos, quebrando, assim, o dirigismo presente em alguns movimentos sociais.

A mobilização, como caracteriza TORO²¹ (1996) é um ato de convocar voluntários a um propósito, com interpretações e sentidos compartilhados, sendo, antes

²⁰ Para Freire (1971), O autoritarismo não está necessariamente associado a repressões físicas. Dá-se também nas ações que se fundamentam no 'argumento de autoridade'.

²¹ Apesar de adotarmos alguns princípios do conceito de mobilização proposto por Toro (1996), a partir de uma análise global de sua teorização, percebemos que existe uma subversão do conceito de movimento social – o movimento surge como resultado do processo de mobilização, fruto basicamente de um trabalho de colaboração, coesão, com ações propositivas. Não existe uma preocupação quanto as causas histórica e política das contradições sociais – parte-se de dada situação e busca-se pessoas para a sua resolução. Com o objetivo de mobilizar cidadãos para atuar na realidade onde vivem, o autor elabora uma metodologia de trabalho para os “produtores e reeditores sociais”, pessoas responsáveis por implantar e

de tudo, um ato de liberdade. “Esta é a diferença entre a mobilização e os atos de manipulação, de persuasão, de chantagem pública que às vezes ocorrem” (*Ibid.* p. 26). A mobilização é, também, um propósito que deve ser claramente delineado, “pois não se convoca para qualquer coisa ambígua ou vaga”. E se é compartilhada com interpretações e sentidos, a convocação é, antes de tudo, um ato de comunicação.

Para TORO, a mobilização na sociedade urbana atual enfrenta uma série de desafios por conta da não territorialidade das identidades, geradas pelas novas formas de sociabilidade trazidas pela globalização e pelas tecnologias de informação e comunicação como a Internet. A cidadania, segundo o autor, não é mais vista como resultado da luta social ou “construção de uma ordem desejada”, mas como sinônimo de ‘viver bem’ e, nesse sentido, cidadãos transformam-se em consumidores. A comunicação popular-alternativa tem como desafio a subversão dessa lógica, trazendo de volta a dimensão da cidadania como conquista de direitos através da luta social. Enquanto espaço de articulação e mobilização, a comunicação tem a função de promover a coletivização das idéias e reivindicações do grupo, reforçando o caráter de protagonistas das ações coletivas dos atores sociais envolvidos. Nesse sentido, a comunicação voltada para a mobilização rompe com o princípio da comunicação hegemônica que coloca o público na condição de apenas consumidores passivos de produtos.

Por surgir na dinâmica dos movimentos populares, de acordo com suas necessidades, uma das principais características da comunicação popular-alternativa é a questão da participação voltada para a mudança social. Falar em comunicação popular,

desenvolver os processos participativos através de projetos mobilizadores. Os produtores e reeditores têm seu campo de atuação no cotidiano, através de processos de comunicação direta e redes comunicativas que criam imaginários sociais, e despertam o desejo de engajamento nas pessoas (GOHN, 2008).

portanto, significa falar de cultura, de relação²². Segundo Christa Berger, “durante muito tempo falar de comunicação significou falar de meios, canais, mensagens. (...) Trazer a comunicação popular para o espaço da cultura, fez introduzir a dimensão do conflito (...) histórico do qual popular se define enquanto movimento de resistência”²³. Para esta autora, o conceito de comunicação popular contribuiu para redefinir o próprio conceito de comunicação, e de popular, superando a visão populista e idealista.

A postura de contrapor a comunicação popular aos meios de comunicação de massa resultou num modelo de veículo pouco atraente, que considera a cultura como algo despolitizante, onde não há espaço para entretenimento ou amenidades. Para PERUZZO (1998, p.132), um dos desafios para os meios alternativos é justamente o de repensar esta prática, “se quiserem alcançar sucesso e se mostrar democráticos”.

Como é o contexto que vai lhes dar significado, todas as experiências não podem ser tratadas sob o olhar de uma mesma narrativa, até porque existem veículos populares com metodologias diferentes, com modelos de gestão diferentes e com nível de participação também diferentes. Do ponto de vista teórico, muitas vezes a comunicação popular é entendida numa perspectiva de igualdade entre emissor e receptor. Entretanto, na prática, o nível de participação de veículos comunitários varia, sendo comum a produção acumulada na mão de poucos. Entretanto, se tivermos como norte o avanço na qualidade participativa e na conquista da cidadania, é fundamental a busca por um modelo de gestão que seja suficientemente aberta, capaz de incorporar novos atores e de dialogar com os integrantes da comunidade/movimento. Pois,

para que as pessoas se mobilizem e tomem uma decisão de se engajarem no movimento, é preciso não só que estas pessoas tenham carências e problemas em comum, mas que compartilhem visões de mundo semelhantes”. (HENRIQUES, 2002, p. 32)

²² O conceito de comunicação popular em BERGER segue a mesma linha defendida por FREIRE, no qual a comunicação é um diálogo, como uma proposta de “ação cultural” libertadora.

²³ BERGER citado por PERUZZO (1998, p.113) fala da posição de alguns autores que defendem uma contribuição da comunicação popular para a teoria da comunicação.

Dentro de um contexto de mobilização social, a comunicação assume algumas funções específicas para dinamizar a participação e potencializar a organização da ação coletiva. E, como a participação é elemento fundamental em qualquer projeto mobilizador, uma das funções básicas da comunicação nestes movimentos é o de gerar e manter vínculos, através, por exemplo, da difusão de informação e registro da memória.

As muitas experiências de veículos alternativos que ainda repetem um modelo autoritário, unidirecional e paternalista, mostram que este modelo é incompatível com algum veículo que tenha como objetivo a mobilização. Para HENRIQUES (2002, p.20), a comunicação adequada para a mobilização social é, antes de tudo, dialógica, libertadora e educativa. Como defende FREIRE (1982), o modelo de comunicação dialógica, onde haja co-participação e reciprocidade, rejeita toda forma de manipulação, na medida em que esta contradiz a sua libertação. E, além disso, este modelo deve ser coerente com a proposta ética e ideológica do movimento.

A simples aplicação de técnicas já tradicionais de segmentação e classificação de público se mostram insuficientes no que diz respeito aos modelos de planejamento de comunicação. Isso se deve pela incompatibilidade de funções e pelo próprio papel que a comunicação irá desempenhar nos diferentes contextos. Dentro de um projeto mobilizador, a comunicação deve gerar vínculos entre o movimento e o “público” envolvido, alcançando o nível da co-responsabilidade.

2.4) Comunicação e Movimentos Sociais: Experiências

Dentro desse contexto, não são poucos os exemplos que podemos recorrer para demonstrar como movimentos sociais tem se utilizado de conhecimentos do campo da

comunicação para potencializar a sua organização e a visibilidade de suas bandeiras. Entretanto, como mapear este tipo de prática não é o objeto de análise deste trabalho, optamos por resgatar alguns dos exemplos mais significativos deste tipo de construção e que sejam desenvolvidos em movimentos de natureza semelhante ao MSTB. Para isso, recorreremos aos exemplos do Movimento Zapatista mexicano e do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST).

O exemplo do Exército Zapatista de Libertação Nacional – EZLN é, certamente, emblemático. O grupo insurgente aparece no cenário mundial em 01 de janeiro de 1994, no México, sendo formado, principalmente, por descendentes dos agrupamentos maias que residiam na região do sul daquele país no período pré-colombiano. O dia de seu surgimento coincide com a data que marca a adesão do México ao Nafta, acordo comercial assinado junto com os Estados Unidos e o Canadá.

Desde o seu surgimento perante a sociedade mexicana, uma característica apontava que ali desenvolvia-se um movimento que possuía uma estratégia de ação que o diferenciava dos movimentos, até então, mais representativos no mundo. Os zapatistas perceberam, desde o início, o quanto era importante a construção de formas alternativas de comunicação, haja vista que muitos elementos convergiam para que a sua luta não obtivesse êxito: Ele é um movimento que surge numa região isolada e é composto por agrupamentos indígenas que compõem a parcela mais pobre da população mexicana. Ou seja, dois fatores que poderiam implicar num processo repressivo que o Estado comumente adota contra movimentos contra-hegemônicos desta natureza.

Eles perceberam desde o início, conforme aponta Felice (2004), que estava em jogo uma disputa por leituras de mundo diferenciadas. Toda a história latino-americana foi marcada por conflitos desta natureza, onde distinguiam-se visões de mundo,

religiões e culturas diferenciadas, onde a visão eurocêntrica estrangeira se tornou dominante diante da natureza mítica pré-colombiana.

(...) é suficiente acrescentar como esta visão atravessou a história dos pensamentos latino-americanos, influenciando as relações e as organizações sociais e sobretudo excluindo a possibilidade de inclusão de outras visões e outros paradigmas (FELICE, 2004, p. 282/283)

E, conforme completa o mesmo autor, numa crítica à esquerda ortodoxa,

Com raras exceções, a própria perspectiva revolucionária adquiriu esta linguagem, sendo portadora, a nível cultural, de um modelo e de uma prática culturalmente excludente, filha de uma visão mecanicista, que privilegiou as categorias econômicas e considerou secundárias e até mesmo improdutivas ao fim da transformação da sociedade, o campo da cultura com suas mediações e construções lingüísticas e comunicativas. (*Ibid*, p. 283)

Deixando de lado uma comunicação instrumental e unidirecional, baseada no esquema emissor-mensagem-receptor, os meios e as mensagens eram entendidos como peça fundamental na estruturação da identidade do movimento, assim como na sua inserção na esfera pública mexicana e mundial. Desde o início, o movimento estruturou uma relação forte com a imprensa local e utilizou a Internet para divulgação de suas mensagens (isto já em meados da década de 90). O objetivo era a formação de grandes redes, grandes espaços de visibilidade e de solidariedade (seja física ou virtual). A barreira do isolamento precisava ser rompida, e as tecnologias da informação e da comunicação foram uma das principais formas de romper este isolamento.

Um exemplo emblemático foi o ocorrido numa manifestação, em 01 de maio de 1996. Em meio ao ato, “ouveu-se a voz do sub-comandante Marcos que, utilizando-se de um telefone celular, dava as boas vindas aos participantes em nome do Exército Zapatista” (FELICE, 2004, p.292).

A forma de diálogo (conteúdo) também era diferenciada. Os conteúdos dos materiais produzidos diziam que seu objetivo não era a tomada do poder, mas sim a “conquista do coração dos mexicanos”, convidando-os para a construção de um país onde imperasse “democracia, liberdade e justiça”. Foi com esse intuito que ainda em agosto de 1994, o EZLN organizou uma “Convenção Nacional Democrática”, no meio da floresta Lacandona (local de origem do movimento), que objetivava discutir a construção de uma nova sociedade. Mesmo com as tentativas de bloqueios federais, milhares de pessoas marcaram presença na convenção (FELICE, 2004).

Todas essas ações criaram uma situação que transformava qualquer tipo de ação repressiva do Estado mexicano numa ação ilegítima perante a sociedade mexicana, ou mesmo perante a sociedade civil mundial. Um dos exemplos que mostram como o movimento ganhou forte repercussão mundial foi a manifestação ocorrida no dia 12 de outubro de 1996, na cidade de Roma (Itália), onde mais de 10 mil pessoas se manifestaram em solidariedade ao EZLN e reivindicando que o governo mexicano cumprisse os acordos de paz estabelecidos com o movimento.

Mesmo que numa perspectiva de superestimação do poder que os meios de comunicação possuem na contemporaneidade, vale ressaltar que, segundo FELICE (*Ibid* p. 298)

“De fato, os comunicados do EZLN, tornaram-se a principal arma e instrumento de luta do movimento, ao mesmo tempo que criavam novos sentidos e significados, sendo difundidos por todo o mundo através da rede de internet”.

Partindo para o contexto brasileiro, não podemos deixar de fazer referência ao trabalho realizado pelo setor de comunicação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). O Movimento surge no final da década de 70, mas foi oficialmente

fundado em 1984, com a realização de seu I Congresso Nacional. Ele surge num contexto onde o regime militar começa a entrar em crise, e diversos movimentos sociais entram em cena na contestação tanto do regime, quanto da estrutura social brasileira. Com forte influência da Igreja Católica, através da Comissão Pastoral da Terra e dos seguidores da Teologia da Libertação, as primeiras ocupações de terra surgem no Rio Grande do Sul, estado-gênese do movimento que viria a se tornar o maior movimento social da América Latina. É interessante perceber que, desde o seu início, a preocupação com a produção de conteúdos próprios era entendido como peça estratégica na organização do movimento.

Nesse sentido, conforme aponta FONSECA (2006, p. 9),

As ocupações de terra vinham sendo articuladas desde 1978, com o apoio de padres vinculados à Comissão Pastoral da Terra e de João Pedro Stedile, que trabalhava na Secretaria de Agricultura (RS). Desde o princípio, a estrutura de comunicação desempenhou um papel importante na articulação do movimento. O 'Jornal do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra' foi criado no acampamento Encruzilhada do Natalino, no Rio Grande do Sul, em 1981, anos antes da fundação oficial do MST. Em 1985, quando aconteceu o primeiro Congresso Nacional do MST, o jornal já estava em seu terceiro ano e na quadragésima segunda edição.

Outro indicador da importância que o movimento dá ao campo da comunicação é que, desde 1985, o MST já conta com a figura do “assessor de comunicação” em sua estrutura organizativa. Entretanto, apesar disso, os coordenadores do movimento ainda não admitem que o “movimento dispõe de estratégias para se adaptar aos esquemas discursivos do campo dos media” (*Ibid*, 2006, p.17). Segundo José Arbex Jr, jornalista e figura bastante próxima aos sem-terra, “O MST não quer o espetáculo e é contra todos que fazem espetáculo” (apud FONSECA 2006, p. 17). Entretanto, é inegável que o movimento, a partir de uma estratégia de ação que é composta pela realização de

marchas, ocupações e atos públicos massivos, acaba tomando um caráter espetacular e, por conseguinte, acaba atraindo a atenção da grande mídia.

Em 1995, o Movimento Sem Terra produziu o documento intitulado “Por uma Política de Comunicação do MST”. Sobre esse documento, KUSCHICK apud MARTINS (2008, p. 800) aponta que nele

(...) há a definição que uma ‘política de comunicação acaba sendo um conjunto de normas, regras e procedimentos que, harmonizados e coerentes, contribuem para a consolidação da identidade de uma organização junto à sua base social e com a sociedade (p.9)’. Esclarece, a seguir, que ela deve cumprir um objetivo interno – motivar a militância – e um externo – divulgar as conquistas, principalmente em relação à educação e à produção.

Outra peça-chave na sua política de comunicação foi o processo de instalação de sistemas de rádio nos seus acampamentos e assentamentos. São diversas as experiências relatadas do uso da radiodifusão comunitária pelo movimento com o intuito de potencializar a mobilização dos seus integrantes e, conseqüentemente, a sua organização interna.

Assim, aos poucos, o movimento foi dando corpo a uma estrutura de comunicação significativa. Hoje, seus principais veículos de comunicação são o Jornal Sem Terra, de periodicidade mensal e com tiragem de 20.000 exemplares; A Revista Sem Terra, de periodicidade bimensal, e com tiragem de 10.000 exemplares; o site <www.mst.org.br>; um boletim eletrônico de periodicidade quinzenal e disponibilizado para aqueles que se cadastram através do site; além do apoio com a produção do Jornal Brasil de Fato, de periodicidade semanal e com tiragem de 50.000 exemplares. Além disso, o movimento produzia o programa de rádio “Vozes da Terra”, em parceria com a Universidade Católica de Santos, que era distribuído para mais de 500 rádios comunitárias e disponibilizado em seu sítio eletrônico, entretanto, sua produção está

interrompida. (FONSECA, 2006). Além destes, são produzidos vídeos e produtos culturais (especialmente cd's com temáticas diversas), mas que não possuem uma periodicidade em sua produção.

4. A COMUNICAÇÃO E O MSTB: O CASO DA OCUPAÇÃO DE ESCADA

Neste quarto capítulo, apresentamos o diagnóstico da relação do Movimento Sem Teto da Bahia – MSTB - com a comunicação, tomando como exemplo a realidade da ocupação “Quilombo de Escada”, localizada no Subúrbio Ferroviário, em Salvador. Este estudo é fundamentado a partir da nossa vivência de quase dois anos na ocupação, e dos dados obtidos na pesquisa empírica, de cunho quali-quantitativa, realizada a partir de 50 entrevistas com moradores da comunidade. A partir deste estudo do perfil social, econômico e de padrões de consumo midiático dos integrantes da ocupação de Escada, são elencadas propostas de como a comunicação poderia ser utilizada com um papel mobilizador e organizativo, dentro desta realidade específica.

4.1. Diagnóstico e Perfil dos Ocupantes de Escada

A ocupação surge em 20 de dezembro de 2006, ficando localizada num terreno pertencente à Coelba, entre os bairros de Plataforma e Praia Grande. O mesmo terreno já havia sido alvo, por duas vezes anteriores, de tentativas de ocupação pelo mesmo movimento. Entretanto, apenas nessa terceira tentativa a ocupação conseguiu se organizar para impedir a efetivação das ameaças e tentativas de reintegração de posse do terreno.

Numa primeira visão, a partir da realidade com a qual nos deparamos, é impossível não pensarmos que o que guia uma família a morar naquelas condições em nome de condições mínimas de sobrevivência (desejo materializado através da conquista da casa própria) é uma necessidade, realmente, básica.

O terreno é ocupado, hoje, por cerca de 400 famílias (segundo sua coordenação local). Algumas características do local é que todas essas famílias vivem em barracos de madeira; não existe acesso à água encanada (existem, na verdade, dois pontos de água que são divididos por toda a população local); o acesso à energia elétrica se dá através dos “gatos de energia”, montado pelos eletricitistas que residem na ocupação; e não existe tratamento de esgoto e muito menos acesso a saneamento básico (praticamente todas as famílias lançam mão da fossa, mesmo sabendo do risco de contaminação que existe do manancial subterrâneo de água que corta o terreno da ocupação).

Períodos de chuva são especialmente complicados por conta do grande lamaçal que se transforma o terreno. Além do risco de danos aos barracos, especialmente em caso de chuvas mais fortes, aumenta consideravelmente o risco de propagação de doenças relacionadas a ausência de saneamento básico, haja vista que o esgoto lançado pelos moradores corre, em parte, a céu aberto²⁴.

Também não é necessária uma pesquisa empírica pra percebermos o perfil geral dos seus ocupantes, formados, em sua maioria, por homens e mulheres negros/as; que sobrevivem do trabalho informal; que não possuem acesso a serviços básicos como saúde²⁵ e educação; e a maioria das pessoas vivia de aluguel e passou a integrar o movimento por não ter mais condições de pagá-lo (ou seja, uma necessidade objetiva básica é o que move, num primeiro momento, o ingresso no MSTB). De toda forma, lançaremos mão de dados empíricos de forma a melhor embasar nossas conclusões e experiências anteriormente percebidas.

A partir do trabalho de campo, no qual foram realizadas 50 entrevistas com os moradores que integram a ocupação “Quilombo de Escada”, e de dados oferecidos por

²⁴ O problema foi resolvido, parcialmente, por um multirão realizado pelos moradores que comprou encanamentos e instalou os mesmos de forma a evitar que o esgoto corresse a céu aberto.

²⁵ Um caso emblemático nesse sentido é que os moradores não possuem acesso ao Programa Saúde da Família por não possuírem “comprovante de residência”.

pesquisa quali-quantitativa realizada por SILVA (2007), buscamos traçar um perfil de seus ocupantes. Este trabalho engloba um perfil socioeconômico (genérico) dos ocupantes (faixa de renda, escolaridade, taxa de ocupação, etc); um perfil de consumo midiático (meios de comunicação mais utilizados, programas e gêneros mais consumidos) e, por fim, a relação destes com o MSTB (relação com o movimento, relação com outras ocupações, participação em atividades do movimento, etc). A partir desse perfil, apresentamos propostas iniciais de comunicação para o MSTB.

Utilizamos como base para traçarmos o perfil sócio-econômico dos moradores da ocupação de Escada os dados oferecidos por SILVA (2007). A partir de pesquisa empírica, de cunho quali-quantitativa, foram entrevistadas 54, das 396 famílias que residiam na ocupação no período de realização da pesquisa (julho de 2007).



Visão da Escola Comunitária construída na ocupação de Escada

Segundo a autora, a população da ocupação é majoritariamente feminina (58%) e negra/ afro-descendente (47% se considera negra e 26% parda). Essas são conclusões que poderíamos chegar mesmo sem a realização de uma pesquisa empírica. Circulando pela ocupação, percebemos que é grande o número de mães-chefes de família e que a

grande maioria dos ocupantes dos barracos tem origem afro-descendente, mesmo que não assumam esta identidade.

O índice de analfabetismo é relativamente baixo (8%), entretanto, o nível de escolaridade é baixo. Dentre aqueles que já freqüentaram a escola, 30% interromperam os estudos antes de concluir a quarta-série do ensino fundamental, e 38% interromperam antes de concluir a oitava série. Apenas 27% chegaram ao Ensino Médio, sendo que 11% não completaram os estudos e 16% concluíram o terceiro ano.

O quadro geracional da ocupação se conforma da seguinte maneira: 22% dos moradores se concentram na faixa entre 0 e 12 anos; 15%, na faixa entre 13 e 18 anos; 25% entre 19 e 30 anos; e 15% entre 31 e 40 anos.

Quanto a questão da empregabilidade, 85% dos moradores não possuem nenhum membro com emprego. Desse modo, podemos deduzir²⁶ que a principal fonte de renda dessa parcela da população se dá pela economia informal. E, no que diz respeito à renda familiar, 51% das famílias sobrevive com uma renda mensal de zero a meio salário mínimo e 26% vivem com uma renda de meio a um salário mínimo. Nesse caso, é importante ressaltar que muitas famílias apresentam como principal fonte de renda recursos provenientes de programas sociais, como o Bolsa-Família.

E, em relação as suas regiões de origem, 65% dos moradores do local são soteropolitanos versus 26% provenientes do interior do estado e 9% de outros estados, e a grande maioria já vinha residindo na própria região do Subúrbio Ferroviário (76%), especialmente das regiões do Alto da Terezinha e do Rio Sena.

Após contextualização do nosso universo de pesquisa, partimos agora para a apresentação/problematização dos dados obtidos a partir da entrevista de 50 moradores da ocupação (dos cerca de 1000 moradores). Desde o principio, é importante ressaltar,

²⁶ Um dado interessante é o de que apenas 55% da população que integra a População Economicamente Ativa (PEA) possui carteira de trabalho. Ou seja, ter um emprego no mercado formal não é um horizonte para cerca de 45% daqueles que integram a PEA.

que a amostra coletada não reflete, *ipsi literis*, o perfil da ocupação, no que diz respeito a, por exemplo, a relação entre o número de entrevistas e a formação social da ocupação. Pelas próprias dificuldades enfrentadas na pesquisa de campo, reflexo da dinâmica da própria ocupação, não foi possível contemplar, por exemplo, a proporção de 58% de mulheres e 42% de homens, ou garantir a realização de entrevistas com todas as faixas etárias que moram no local. De toda forma, acreditamos que esse fato não prejudica a intenção da pesquisa, haja vista que não buscamos obter dados apenas quantitativos/ estatísticos, mas, especialmente, obter uma amostra que fosse minimamente representativa da ocupação, e que pudéssemos avaliar, qualitativamente, a relação dos ocupantes com a mídia, estabelecendo um padrão médio de consumo midiático e da relação que é estabelecida dos seus integrantes com o MSTB.



Barracos localizados na região traseira da ocupação de Escada

Do universo de entrevistados, cerca de 84% era composto por moradores que ocupam o local há, pelo menos, 1 ano. Aqueles que estão presentes desde o início da ocupação representaram 40% dos entrevistados. A sua escolaridade média, assim como

na pesquisa de Silva, mostrou-se baixa - 72% dos ocupantes possuíam até o ensino fundamental completo. O índice de analfabetismo era relativamente baixo nessa amostra, representando 8% desse universo.

Em relação às questões de gênero e geracional, a amostra foi essencialmente feminina: 68% de mulheres versus 32% de homens. E a faixa etária que concentrou maior número de entrevistas foi a localizada entre 30 e 64 anos, que corresponde a 71% das entrevistas. Nesses dois casos em especial, verificamos uma maior distorção em relação à formação social real da ocupação, na qual essas duas categorias (mulheres e faixa etária de 30 a 64 anos) foram superdimensionadas. De toda forma, analisamos os dados tendo em vista possíveis distorções que possam ter sido causadas por isso.

Passando imediatamente para a análise dos padrões de consumo midiático, e da relação com a comunicação, é importante relatar, brevemente, antes de apresentarmos os dados empíricos, nossos contatos anteriores com os moradores da ocupação a partir dessa pauta.

No ano de 2007, a partir do mês de junho, realizamos algumas atividades na ocupação que trouxeram essa discussão. Num primeiro momento, um debate com o fotógrafo Rogério Ferrari, onde foi discutida a relação da comunicação com movimentos sociais, em especial o com o movimento zapatista. A partir dessa discussão, houve o desdobramento de se começar a discutir a instalação de uma rádio comunitária na ocupação.

Seguindo essa demanda, preparamos algumas oficinas pra começar a problematizar não só o papel que uma rádio poderia cumprir naquele espaço, mas também sobre o próprio papel da comunicação na contemporaneidade. Pra isso, tínhamos que lançar mão de uma metodologia de fácil compreensão e entendimento, haja visto que aquela discussão era relativamente nova para a grande maioria das

peças ali residentes. Partíamos de discussões e questões básicas como: “o que é comunicação?”. E, nesse contato, percebemos algumas coisas que viriam a se confirmar com a pesquisa empírica, como, por exemplo, a grande audiência dada a programas que compõem a categoria “jornalismo popular”, seja em veículos de televisão ou de rádio.

Essa discussão também era realizada a partir de uma discussão identitária. Nesse sentido, uma das oficinas de maior êxito se deu quando propusemos a criação de fanzines com a temática “o que Escada representa para mim”. Após a construção do material, abrimos uma roda para discussão dos resultados.

Entretanto, a realização dessas atividades sempre se mostrou como um grande desafio, haja vista que o público presente nas oficinas variava a cada atividade. Ou seja, não se tornou possível fazer um trabalho contínuo. Além disso, nesse período, a coordenação local (materializada em uma única pessoa) da ocupação concentrava muitos poderes em si e, num determinado momento, chegou mesmo a desmobilizar a participação das pessoas nas atividades²⁷.

No ano de 2008, com uma mudança no cenário, voltamos à ocupação a partir de um desejo dos próprios moradores, que ainda pautavam a construção da rádio comunitária. Hoje, existe uma coordenação composta por 11 pessoas (a maioria mulheres) que zela pela ocupação. E é esse novo cenário que propiciou o nosso retorno à ocupação e, conseqüentemente, a realização deste trabalho.

Assim, partindo para os dados empíricos, pudemos constatar que a TV e o rádio são os meios mais acessados por essa população. Apesar de a televisão ter ocupado o primeiro lugar em relação ao “meio que tem acesso com mais frequência”, contando com 59% das indicações, é importante ressaltar a forte presença do rádio, com 41%. Entretanto, quando verificamos a frequência de acesso a esses meios, percebemos que

²⁷ Nossa avaliação é que esta coordenação enxergava, em nós, um risco para a manutenção de seu poder centralizador e autoritário na ocupação.

aqueles que consomem rádio o fazem com uma frequência relativamente maior do que aqueles que consomem televisão. Enquanto 59% dos entrevistados apontaram que assistem TV diariamente, esse número alcançou a marca de 83% em relação ao rádio.

Quanto ao consumo de produtos televisivos, percebemos uma forte presença da Rede Globo. A emissora foi apontada por 52% das pessoas como o “canal que mais assiste”. Apesar do segundo lugar ter ficado aparentemente distante (Rede Record, com 16%), é importante ressaltar que isso só ocorreu porque essa questão não era de múltipla escolha. Foi grande o número de pessoas que citaram a Record como um dos canais mais assistidos. Isso ficou evidenciado quando questionamos quais seriam os programas mais assistidos. Foi forte a recorrência, de um lado, às novelas da Globo e ao Jornal Nacional; e, por outro, às novelas da Record e ao seu jornal noturno. Além desses, outra forte recorrência se deu a programas evangélicos e aos chamados programas de “jornalismo popular”, como o “Balanço Geral”, e o “Se liga Bocão”, ambos da TV Itapuã e o “Que venha o Povo”, da TV Aratu. Os programas de entretenimento do SBT, e o gênero infantil também foram mencionados.

Já no que se refere ao consumo de rádio, 92% dos entrevistados afirmaram consumir produtos veiculados por essa mídia. Entre as emissoras e os programas lembrados com maior recorrência, estão a Sociedade AM; Piatã FM, Itapuã FM e rádios evangélicas. O perfil de programação ouvida é semelhante ao encontrado no consumo televisivo. Programas de “jornalismo popular”, como o “Sociedade Contra o Crime” e o “Se liga Bocão”; programas musicais em geral e, mais uma vez, uma forte presença de programação evangélica entre as mais lembradas.

A leitura de jornais foi relativamente alta - 52% dos entrevistados afirmam ler jornal. Entretanto, quando verificamos a frequência de leitura, 38% apontam que lêem raramente, 15% aos finais de semana e 35% duas ou três vezes por semana. Os jornais

mais lidos são os de maior circulação no estado: A Tarde (13 lembranças) e Correio da Bahia (7 lembranças), entretanto, é importante ressaltar que a Folha Universal, publicação da Igreja Universal do Reino de Deus, também foi lembrada (quase 20% - o que representa 5 lembranças - entre aqueles que lêem jornal citaram esse produto). Por outro lado, a leitura de revistas foi relativamente baixa. O número de leitores que gênero chegou a 36% do universo de entrevistados. Revistas de entretenimento; horóscopo e culinária foram os produtos mais mencionados.



Visão geral da ocupação de Escada

Por fim, detectamos um baixo índice de acesso à Internet. Apenas 10% dos entrevistados já haviam acessado a rede virtual anteriormente. Desses, todos integram a faixa etária de pessoas com até 29 anos, ou seja, uma população essencialmente jovem e que acessa a Internet, especialmente, através de *lan houses*. Os sites e canais mais utilizados são o Orkut, o MSN Messenger e os e-mails pessoais.

Entre os entrevistados, 29 pessoas já viram notícias sobre o MSTB, correspondendo a 58% dos entrevistados. Entretanto, quando questionados sobre o

conteúdo da matéria ou sobre o enquadramento dado às notícias, apenas 13 pessoas sabiam responder. Portanto, 74% dos entrevistados (percentagem cumulativa), não sabiam do conteúdo da matéria ou não sabiam responder sobre o seu enquadramento. Das 13 pessoas, seis consideraram as matérias positivas, já que “mostravam a cara do movimento”, ou o “defendia”; duas pessoas consideraram as matérias neutras e cinco, negativas, porque “nem sempre retratavam a realidade como ela é”.

Partindo para o diagnóstico da relação dos entrevistados com o MSTB, apenas 10% dos entrevistados (cinco pessoas) sabiam, de fato, o número de ocupações que o movimento possui, e, entre as 45, sete pessoas achavam que sabiam. Este índice reflete a falta de integração da “Quilombo de Escada” com as demais ocupações do MSTB, e nos permite inferir sobre a presença de ruídos na comunicação do movimento como um todo.

Outro indicador que reflete a falta de integração entre as ocupações diz respeito à ida dos entrevistados em outras ocupações. 26 pessoas (52%) já foram a outras ocupações, entretanto, apenas 10 (20%) o fizeram motivadas por atividades do próprio MSTB – muitos foram apenas a passeio ou para visitar amigos e parentes (32%), e 48% nunca foram. Outra informação importante diz respeito à localização das ocupações visitadas – a grande maioria das que foram mencionadas – Lagoa da Paixão; Lobato; Tubarão; Periperi – se localiza no Subúrbio Ferroviário. Apenas uma pessoa se referiu a uma ocupação no centro da cidade, o que demonstra o baixo índice de circulação dos integrantes no próprio movimento.

Pudemos identificar, ainda, durante o trabalho de campo, uma relação de caráter muito mais pragmático do que ideológico, que é reflexo da característica principal do movimento – um coletivo que se organiza em torno de uma necessidade imediata que é a moradia. Apenas oito pessoas (16% do total de entrevistados), incluindo os

coordenadores, apontam para a necessidade de luta e conquista de outros direitos – como acesso a equipamentos urbanos, saúde, educação, etc. A imensa maioria afirma se sentir parte do MSTB por “morar no local”, sendo recorrente, também, uma relação de gratidão com o movimento (e até mesmo com coordenadores, especificamente), por terem “acolhido os necessitados”. Apenas uma pessoa demonstrou não ter ainda re-significado o estigma “sem-teto”, ao assumir que não se sente à vontade em dizer a todos que mora em uma “invasão²⁸”. Os diferentes modos de se relacionar com o movimento ficam claros nas declarações abaixo:

“Com certeza, porque o MSTB está ajudando quem precisa (...) me sinto ajudando também”. (E.S.F, 29 anos)

"Faço parte do MSTB pela força de luta de trazer benefícios para a comunidade" (M.L.L.F, 29 anos).

"Me sinto, mais do que nunca, pois abriga as pessoas que necessita." (J.S.S., 34 anos)

"Às vezes. Não falo pra todos que sou sem teto; falo que vivo em um lugar que dá pra morar." (E.M.C, 42 anos)

No que diz respeito à participação dos ocupantes nas atividades promovidas pelo MSTB, 43 (86%) afirmam ter costume em participar das atividades; apenas três pessoas (6%) assumiram não freqüentar as atividades, e quatro (8%), raramente, “por estar a maior parte do tempo fora da ocupação”. Achamos, entretanto que este alto índice de participação reflete ao perfil dos entrevistados que se dispuseram a responder e não corresponde, necessariamente, à realidade do movimento, tendo em vista os relatos dos coordenadores e o acompanhamento das atividades, no nosso trabalho de campo, em quase dois anos.

Com relação ao caráter da participação, 28 pessoas (56%) costumam participar das diversas atividades do MSTB - mutirões, passeatas, cursos, assembléias, grupos de

²⁸ Termo usado pelo entrevistado durante a sua resposta.

teatro, de saúde e capoeira foram mencionados. Entretanto, é comum a presença de uma postura passiva na relação dos que freqüentam as atividades com os coordenadores. Muitos alegam “assistir” às reuniões “para que os coordenadores passem o que está acontecendo”. Entre as respostas sobre participação, é importante destacar a presença de quatro respostas que se referiam à ajuda financeira; 15 pessoas (30%) diziam “assistir” às reuniões, e três fazem parte da coordenação, possuindo, portanto, uma postura diferenciada pela própria função que exercem no coletivo.



Festa de São João realizada em junho de 2007 na ocupação

A forma de divulgação das atividades também merece destaque neste diagnóstico – 37 pessoas (quase 80% das respostas, sem contar a coordenação) ficam sabendo das atividades através dos vizinhos e/ou da própria coordenação. Apenas 10 pessoas mencionaram os cartazes e avisos que são fixados na véspera das atividades, na porta do espaço onde elas acontecem, o que nos permite concluir que esta não é a forma de divulgação ideal para esta realidade. A divulgação “boca-a-boca”, entretanto, tem contribuído para o esvaziamento das atividades causado por ruídos na comunicação – presenciamos, inclusive, alguns conflitos gerados por esse problema. Além disso, tem influenciado fortemente a baixa rotatividade de pessoas. Os ocupantes que moram mais

próximos ao espaço onde as atividades acontecem são mais bem informados. De acordo com relatos da coordenação do movimento, a participação das pessoas que moram na parte inferior da ocupação (mais distante, portanto, do espaço mencionado) é baixa, o que nos permite concluir que a circulação de informação dentro da própria ocupação também apresenta problemas.

Os conflitos gerados por este problema interno de circulação de informação trouxeram a demanda de criação de uma rádio no interior da ocupação, por parte dos seus integrantes. Neste contexto, 30 pessoas (60%) disseram já ter pensado sobre o assunto. Entre os que nunca tinham pensado, apenas dois demonstraram preocupação quanto a sua criação – um questionou a sua sustentabilidade, relacionada aos gastos de energia que serão gerados, e outro, o próprio funcionamento – horário e altura do som.



Vista para a Baía de Todos os Santos da ocupação de Escada

Com relação ao papel que os integrantes da ocupação “Quilombo de Escada” esperam da rádio, foi alto o índice de pessoas que consideram como importante a circulação de notícias locais e divulgação das atividades do próprio movimento – foram 21 respostas, que correspondem a 42% do total de entrevistados. Destacamos, porém,

quanto à programação, que o conteúdo desejado reflete, também, o perfil de consumo midiático traçado acima – é recorrente o interesse por programas evangélicos (nove pessoas que correspondem a 18%) e musicais. 20 pessoas (40%) destacaram a importância do caráter lúdico, através de “notícias boas que alegrem o povo” e músicas. Muitos entrevistados mencionaram, também, a necessidade de divulgação de serviços de utilidade pública – como dicas de saúde; culinária; cursos de capacitação, etc – e programas educativos. Uma pessoa mencionou o potencial da rádio no que se refere à propaganda, por ter a intenção de divulgar o seu “comércio” no veículo.

Reproduzimos, abaixo, algumas das respostas que nos foram dadas e que demonstram o interesse dos entrevistados com a possível implantação de uma rádio na comunidade.

"Gostaria de ouvir coisas que chamassem os jovens para participar e para levar a palavra de Deus. (...) Palestra sobre saúde; informações sobre cursos; oportunidades pra tirar os jovens da marginalidade..." (C., 18 anos)

"A rádio seria nosso maior meio de ajudar na divulgação das atividades do movimento. Assim, não teria mais como dizerem que não sabiam da reunião." (M. L.L.F., 29 anos)

"Somente notícias que venham favorecer a ocupação, como repasse de informações do movimento vindas da coordenação. (...) Tem que ter pessoas que leve a sério a rádio; Assuntos pessoais (roubo de barraco; homem bateu em mulher) não devem entrar, pois quem resolve isso é a polícia." (M.J.A.M., 38 anos)

"Com a rádio ficaria mais fácil de informar as pessoas sobre o que está acontecendo. (...) As pessoas que vão trabalhar lá precisam estar bem informados sobre o que acontece na comunidade" – (A.S.N., 39 anos)

4.2. Propostas e Possibilidades

O foco central deste estudo era fazer uma análise sobre o perfil da ocupação para, a partir daí, serem pensadas algumas propostas de comunicação para o MSTB.

Assim, a partir dos dados obtidos, elencamos três propostas iniciais no que tange a potencializar a mobilização e a organização interna da ocupação e melhorar sua relação com os demais setores do movimento:

- *Criação de uma comissão de comunicação, contemplando a presença de representantes de todas as ocupações.*

A partir desta comissão, sugerimos a organização de cursos de formação focados na relação dos movimentos sociais com a comunicação, tendo em vista a relação instrumental que o movimento vem estabelecendo com o campo comunicacional, diagnosticada neste estudo. Uma mudança de postura se faz necessária, tendo em vista a influência que a comunicação exerce na força social que esses coletivos sociais irão possuir, como nos exemplos relatados no capítulo 3 deste estudo.

Além disso, por outro lado, a existência de uma comissão de comunicação com representantes de todas as ocupações contribuiria para o aumento da circulação de informação dentro do movimento; para a consolidação de um discurso harmônico entre seus integrantes, e, conseqüentemente para a potencialização da mobilização.

Possibilitaria, também, em longo prazo, a elaboração de um planejamento de comunicação que consolide o seu reconhecimento como elemento estratégico para o movimento, na sua relação com a sociedade como um todo, e pense a criação de veículos de comunicação próprios, permitindo ao grupo comunicar sem ter que, necessariamente, passar pelos filtros da esfera de visibilidade pública hegemônica.

- *Implantação de um projeto-piloto de rádio-poste na ocupação “Quilombo de Escada”.*

Acreditamos que o veículo mais compatível com a realidade do MSTB, hoje, no que se refere à circulação de informação nas ocupações, é o rádio. Como relatado no diagnóstico acima, meios como o jornal mural e os cartazes afixados nos locais das atividades, não vêm sendo eficientes, tendo em vista o número baixo de pessoas que, na pesquisa de campo, os mencionaram como forma de acesso à divulgação das atividades. A divulgação, boca-a-boca, outro lado, tem contribuído para a baixa rotatividade de pessoas e o surgimento de conflitos por ruídos na comunicação e, conseqüentemente, para o esvaziamento das atividades.

Para a criação da rádio-poste, entretanto, seria necessário um estudo que: 1) analisasse os locais onde os alto-falantes seriam instalados, para possibilitar de fato a integração da ocupação, contemplando todo a sua abrangência; 2) pensasse um modelo de gestão democrático, que possibilitasse a participação dos integrantes em todas as suas etapas; 3) construísse, em conjunto com os integrantes da ocupação, uma grade de programação que respeite a realidade local, contemplando tanto o perfil geracional e quanto o perfil temático.

Por último, destacamos a necessidade de discussão dos seguintes temas: 1) presença de programas religiosos, que está fortemente presente no imaginário do grupo, e 2) a sustentabilidade da rádio, o seu horário de funcionamento e altura do som, que surgiram como possíveis problemas durante as entrevistas.

Reiteramos que a rádio, neste contexto, poderia contribuir para a diminuição de conflitos entre os ocupantes, gerados por ruídos na comunicação; a melhoria na circulação de informação em toda localidade, contribuindo para a sua integração; fortalecimento de vínculos comunitários entre os integrantes e, principalmente, o aumento na participação. Destacamos a importância de se pensar em uma linguagem

alternativa, que possibilite a integração entre o lúdico e o seu potencial enquanto meio educativo e mobilizador. É fundamental, também, o respeito quanto às áreas temáticas de interesses dos ocupantes, através de mecanismos de participação da comunidade na definição de sua “linha editorial”. Como refletido no capítulo 03 deste trabalho, qualquer discurso autoritário ou sectário é incompatível com projetos de mobilização. Neste sentido, a questão da gestão ganha espaço central para o caráter que o veículo poderá ou não assumir no interior da ocupação.

- ***Organização de eventos e atividades de caráter cultural, com o objetivo de integrar as diferentes ocupações que compõem o MSTB.***

Dentro do diagnóstico, constatamos que os membros da ocupação “Quilombo de Escada” têm pouca relação com as outras ocupações. Na verdade, a grande maioria sequer conhece quantas ocupações o movimento possui. Nesse sentido, a realização de atividades em conjunto potencializaria o diálogo entre os diferentes membros do MSTB, fortaleceria seus vínculos com o mesmo e, certamente, possibilitaria, também, o fortalecimento de sua identidade, a partir do reconhecimento do outro enquanto parte de um mesmo grupo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta deste trabalho era fazer uma reflexão sobre o papel que a comunicação tem exercido nos movimentos sociais na atualidade e, especificamente, no Movimento Sem Teto da Bahia. Para isso, delineamos o conceito de “movimentos sociais”, suas principais características e fizemos uma breve exposição do fenômeno no Brasil e na América Latina. Buscamos compreender, também, como surge, no país, o movimento de luta por moradia e sua relação com a questão urbana.

No segundo capítulo, partimos para o contexto comunicacional, abordando a mídia enquanto importante fenômeno social atual, e refletindo a constituição do campo da comunicação comunitária, alternativa e popular, tratando, também, do papel da comunicação na mobilização popular e resgatando experiências de movimentos que já vem lançando mão deste potencial.

A partir deste estudo, pudemos perceber que a utilização de veículos de comunicação é um dos elementos característicos dos movimentos sociais na atualidade. Pudemos perceber que, além da sua atuação em redes locais, regionais, nacionais ou internacionais, esses movimentos têm se mostrado preocupados com a questão da comunicação, através do surgimento de núcleos e assessorias de comunicação nestes contextos. Além de estarem voltados para fazer a mediação destes grupos com os veículos da mídia hegemônica, estes espaços também estão cada vez mais voltados para a produção de conteúdos, para que estes coletivos tenham voz própria mesmo sem passarem pelos filtros da esfera de visibilidade pública controlada pelos meios hegemônicos.

Entretanto, ainda existem movimentos que tratam a comunicação de forma instrumental, não a enquadrando como um elemento estratégico para a sua organização. Este fator exerce forte influência na força social destes grupos nas disputas por hegemonia e no seu potencial de intervenção na sociedade e na própria mobilização.

Através de um estudo qualitativo, pudemos identificar alguns problemas internos do MSTB (Movimento Sem Teto da Bahia) gerados pela falta de um planejamento da comunicação – desde a pouca visibilidade de suas bandeiras e projeto de sociedade, até o não afinamento do discurso entre seus integrantes; o esvaziamento de atividades; a pouca integração entre as diferentes ocupações do movimento; conflitos entre integrantes gerados por ruídos na comunicação, etc.

Pudemos perceber, ao longo deste período de trabalho de campo, que o MSTB vive, hoje, um momento crucial de organização interna e de articulação, até pelo seu recente surgimento, se comparado com a trajetória de outros movimentos como o MST. A comunicação, neste contexto, deverá assumir o papel estratégico de gerar vínculos entre os seus integrantes; fortalecer a suas bandeiras e reivindicações internamente, contribuindo, portanto, para a mobilização.

A criação de uma rede de serviço de auto-falantes no interior das ocupações, como proposto no projeto-piloto de uma rádio-poste na ocupação “Quilombo de Escada”, sozinha, não garante a solução do problema do baixo índice de participação. Além de ter raízes mais profundas, decorrentes do perfil dos integrantes e da sua cultura política, a repercussão da criação da rádio na ocupação dependerá diretamente do modo de gestão deste espaço; do seu caráter; do espaço que será dado aos problemas das próprias ocupações, e do intercâmbio de informação entre as demais ocupações, a coordenação estadual, municipal e local do movimento. Este espaço poderá contribuir para a consolidação da tão sonhada “comunidade do bem viver”, a depender de como o veículo

seja construído e se será capaz de fortalecer os vínculos comunitários entre os integrantes das ocupações. O significado deste espaço – se será popular, comunitária e/ou alternativa - será definido pelos próprios atores sociais envolvidos na sua construção a depender da trajetória que será traçada.

Por fim, essas propostas não dão conta da dimensão da visibilidade do movimento na esfera de visibilidade pública (hegemônica ou alternativa). Portanto, a comunicação externa merece ser objeto de estudo posterior, por influenciar diretamente na força social do movimento, e por exercer, potencialmente, um papel estratégico na relação do MSTB com os demais atores da sociedade na disputa por hegemonia na esfera pública midiática.

No decorrer deste estudo, algumas novas reflexões surgiram. Fica em aberto, para estudos posteriores, a reflexão sobre como a comunicação pode contribuir para a criação de redes entre os movimentos sociais. Até que ponto experiências como a do Movimento Sem Terra podem ser aplicados na realidade de movimentos urbanos?

Além disso, há, ainda, outro elemento fundamental, que está diretamente ligado às propostas elencadas acima – o modelo de gestão para veículos em contextos de mobilização. De que forma deverá se dá o diálogo entre a realidade social onde estão inseridos, suas contradições e as formas ideais de comunicação? Como fazer um veículo de comunicação contra-hegemônico que dialogue com a realidade local, como é o caso da rádio-poste na ocupação “Quilombo de Escada”? Como manter suas características de veículo alternativo, dialogando, ao mesmo tempo, com o que é esperado pelo seu “público”, já que o perfil de consumo exerce forte influência no imaginário dessas pessoas?

Neste período, tivemos a oportunidade de ampliar um pouco os nossos conhecimentos relacionados à temática abordada. Entretanto, novas questões surgiram

(e ainda vão surgir). Fica a certeza de que essas reflexões se fazem necessárias e de que não existe um modelo pronto para a criação de veículos de comunicação populares, alternativos e comunitários, já que é a realidade local quem definirá o seu percurso.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao Trabalho?** São Paulo: Cortez, 1995. *apud* MIRANDA, L. **Vizinhos do inconformismo: o Movimento dos Sem-Teto de Salvador.** IN: Anais II Simpósio Lutas Sociais na América Latina. Londrina: GEPAL/Universidade Estadual de Londrina, 2006.
- ALMEIDA, Fernando Pereira; GOHN, Maria da Glória (Orgs.). **Comunicação para a Cidadania.** São Paulo: Intercom; Salvador: Uneb, 2003.
- BRITO, Cristovão. A Estruturação do Mercado de Terra Urbana e Habitação em Salvador-BA a partir de 1970. IN: **Geotextos.** Salvador: UFBA, 2005, v. 1, nº 1, p. 51-80
- CARLOS, Ana Fani A. **A Cidade.** São Paulo: Contexto, 2008.
- CARVALHO, Inaiá Maria Moreira de; GORDILHO-SOUZA, Angela; PEREIRA, Gilberto Corso. Polarização e Segregação Socioespacial em uma metrópole periférica. **Caderno CRH: Revista do Centro de Recursos Humanos da UFBA, Salvador, v. 17, n. 41, p. 281-297, Maio/Ago. 2004.**
- CLOUX, Raphael Fontes. **Movimento dos Sem Teto de Salvador: Sua trajetória a partir da oralidade.**
- COGO, Denise . **Mídia, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais.** In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004, Porto Alegre. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom. São Paulo: Intercom, 2004. v. 1. p. 1-15.
- DOWNING, John D.H. Conceitos: Mídia Radical e Teoria da Mídia. In: **Mídia radical: Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais.** São Paulo: Senac, 2002. p. 31-147.
- FALLOWS, James. (1997), **Por que odiamos a mídia.** In: James Fallows. *Detonando a notícia: como a mídia destrói a democracia americana.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997, p. 17-60.
- FELICE, Maximo di. As Armas Comunicantes – O Papel da Comunicação nos Novos Movimentos Revolucionários: O Caso Zapatista. IN: PERUZZO, Cícilia Maria Krohling (ORG). *Vozes Cidadãs.* São Paulo: Angellara, 2004.
- FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** 6.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- _____. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários a prática educativa.** São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- FONSECA, Isabel Costa da. **Estratégias de Comunicação do MST para se inserir na Esfera Pública.** Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação, ano 1 n. 1, maiO 2006.

- GADOTTI, Moacir (org). **Paulo Freire: Uma bibliografia**. São Paulo: Cortez, 1997.
- GOHN, Maria da Glória. Cidadania, Meios de Comunicação de Massa, Associativismo e Movimentos Sociais. IN: ALMEIDA, Fernando Pereira; GOHN, Maria da Glória (Orgs.). **Comunicação para a Cidadania**. Intercom; Salvador: Uneb, 2003.
- _____. Movimentos sociais na atualidade: manifestações e categorias analíticas. In: **Movimentos Sociais no início do Século XXI: antigos e novos atores sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 13 – 32.
- _____. As Teorias. In: **Novas Teorias dos Movimentos Sociais**. São Paulo: Loyola, 2008. p. 19-71.
- _____. Os Sem-Teto e os Sem-Terra no Brasil. In: **Os Sem-terra, ONG's e Cidadania: a sociedade civil brasileira na era da globalização**. São Paulo: Cortez, 1997. p. 135-155.
- _____. **Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. São Paulo : Loyola, 2000.
- _____. Cidadania, Meios de Comunicação de Massas, Associativismo e Movimentos Sociais. In: PERUZZO, Cicília M. K. Peruzzo, ALMEIDA, Fernando F. **Comunicação para a Cidadania**. São Paulo: INTERCOM; Salvador: UNEB, 2003.
- GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa**. São Paulo: Paulos, 2004.
- GONÇALVES, E. M. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Biblioteca on-line de ciências da comunicação, Beira do Interior, 2002.
- GRINBERG, Máximo Simpson (org). Comunicação Alternativa: dimensões, limites, possibilidades. In.: A Comunicação Alternativa na América Latina. Petrópolis, RJ: 1987. p. 7-50.
- HENRIQUES, Márcio Simeone (org). **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. Belo Horizonte, MG: Dom Bosco, 2002.
- KUSCHICK, Christa Liselote Berger. **Campos em Confronto - Jornalismo e Movimentos Sociais: As Relações entre o Movimento Sem Terra e o Zero Hora**. Tese de Doutorado. São Paulo: ECA/USP, 1996. *apud* MARTINS, Ana Paula Saab de Brito. MST Por Ele Mesmo: Imagens de um Movimento. IN: **Anais do II Encontro da ULEPICC**. Bauru: UNESP, 2008.
- LIMA, Venício Artur de. O Conceito de Comunicação em Freire. In: **Comunicação e Cultura: As idéias de Paulo Freire**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981. p. 59-133.
- MARTINS, Ana Paula Saab de Brito. MST Por Ele Mesmo: Imagens de um Movimento. IN: **Anais do II Encontro da ULEPICC**. Bauru: UNESP, 2008.

MIRANDA, L. **Vizinhos do inconformismo**: o Movimento dos Sem-Teto de Salvador. IN: Anais II Simpósio Lutas Sociais na América Latina. Londrina: GEPAL/Universidade Estadual de Londrina, 2006.

MOURA, Milton. Notas sobre o verbo invadir no contexto social de Salvador. IN: **Cadernos do CEAS**. Salvador: Centro de Estudos e Ação Social, 1990, nº 125, p. 25-41..

MOVIMENTO DOS SEM-TETO DO SALVADOR. **Regimento Interno dos Sem Teto da Bahia**. Salvador: 2005.

MSTB. **Cartilha do II Congresso do MSTB: "O Movimento que Temos, a Comunidade que Queremos"**. Salvador: MSTB, 2008.

PAIVA, Raquel. Perspectiva Comunicacional. In: **O Espírito Comum: Comunidade Mídia e Globalismo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. p.135-168.

_____. **O Retorno da Comunidade: Os Novos Caminhos do Social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____. **A Estratégia Comunicacional Contra Hegemônica e Memória Hegemônica e o Senso Comum Midiático**. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2004. Disponível em: http://leccufrj.files.wordpress.com/2008/10/paiva-rachel_estrategia-comunicacional-contramemoria-hegemonica.pdf. Acesso em outubro, 2008.

_____. **Os media alternativos como parte dos novos processos de mobilização popular no Brasil**. Disponível em: http://leccufrj.files.wordpress.com/2008/10/paiva_rachel_midia-alternativa.pdf. Acesso em outubro, 2008.

PEREIRA, Lúcia Helena Mendes. **Comunicação popular: para além do bem e do mal**. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-lucia-comunicacao-popular.pdf>>. Acesso em outubro, 2008.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Comunicação nos Movimentos Populares: A participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

_____. A dimensão pública da TV comunitária. In: **Televisão Comunitária: Dimensão Pública e Participação Cidadã na Mídia Local**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 109-147.

_____. Mídia Comunitária, Liberdade de Comunicação e Desenvolvimento. In: **Comunicação para a cidadania**. Salvador. BA: UNEB, Pró-Reitoria de Extensão, São Paulo : Intercom, 2003. p. 245-283.

_____. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. São Paulo: Intercom; Brasília: Unb, 2006. Disponível em: < <http://www.unifra.br/professores/rosana/Cicilia+Peruzzo+.pdf>>. Acesso em outubro, 2008.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. A Comunicação e a Política dos neo-Zapatistas. IN: **Cadernos do CEAS**. Salvador: Centro de Estudos e Ação Social, 1996, nº 166.

SANTOS, Elisabeth Pereira. **Grupo focal: algumas questões práticas e metodológicas**. Disponível em: http://www.unibh.br/imgMarketing/img_diversas/cd_simposio_mpop/pdf/mesa_5d.pdf>. Acesso em outubro de 2008.

SANTOS, Milton. **O Centro da Cidade do Salvador**: Estudo de Geografia Urbana. Salvador: Publicações da Universidade Federal da Bahia, 1959.

SOUZA, Rafael B. R. **Mídias, movimentos sociais e contra-hegemonia**: Subversão informacional na comunicação radical alternativa. Ribeirão Preto: Intercom Sudeste, 2006. Disponível em: <repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/19458/1/Rafael+Souza.pdf>. Acessado em 05 jun 2007.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia de Pesquisa-Ação**. São Paulo: Cortez, 1988.

VIZER, Eduardo A. Movimentos Sociais: Nivas Tecnologias para Novas Militâncias. IN: FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo A. **Mídia e Movimentos Sociais**. São Paulo: Paulus, 2007.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1979.

6. ANEXOS

Anexo 01 – Quadro das Ocupações do MSTB

Ocupação	Tipo
Subúrbio Ferroviário	
Escada	Terreno
Periperi (Cidade de Plástico)	Terreno
Lagoa da Paixão (Valéria)	Terreno
Boiadeiro (Lobato)	Terreno
Toster (Lobato)	Mista
Tubarão (Monte Sagrado)	Terreno
Valéria	Terreno
Centro	
IPAC I (Centro Histórico)	Imóvel
IPAC II (Centro Histórico)	Imóvel
IPAC III (Centro Histórico)	Imóvel
Conselho Tutelar (Dois Leões)	Imóvel
“Miolo” de Salvador	
Gal Costa (Sussuarana)	Terreno
Cajazeiras	Terreno
Cajazeiras (Núcleo)	Imóvel
Mata Escura	Terreno
Vila Metro (Retiro)	Terreno
Outras Cidades	
Conceição de Feira	Terreno
Lauro de Freitas	Terreno
Itambé	Terreno

Fonte: MSTB

Anexo 02 – Questionário aplicado em pesquisa de campo

QUESTIONÁRIO

PARTE 1 – QUESTIONÁRIO INDIVIDUAL

Nome: _____

1. Sexo: () M () F
2. Idade: _____
3. É alfabetizado? () Sim () Não
4. Escolaridade:
() Primário Incompleto () Primário Completo () Fundamental Incompleto () Fundamental Completo
() Ensino Médio Incompleto () Ensino Médio Completo () Superior Incompleto () Superior Completo
5. Mora na ocupação há quanto tempo? _____

PARTE 2 – PADRÕES DE CONSUMO MIDIÁTICO

6. Qual destes meios você tem acesso com maior frequência?
() TV () Rádio () Jornais Impressos () Revistas () Sites/Internet
7. Com que frequência assiste televisão?
() diariamente () 4/5 vezes por semana () 2/3 vezes por semana () raramente () Não assiste
8. Quais canais mais assiste?
() Rede Bahia (Globo) () TV Aratu (SBT) () TV Itapoan (Rede Record) () Band () Outra – Qual? _____
- Em que faixa de horário? _____
9. Cite os três programas de TV que você assiste com maior frequência:

10. Costuma ler jornal? () Sim () Não Qual (is)? _____
11. Com que frequência?
() diariamente () 4/5 vezes por semana () 2/3 vezes por semana () final de semana () raramente () nunca
12. Você ouve rádio? () Sim () Não Qual(is)? _____
13. Com que frequência?
() diariamente () 4/5 vezes por semana () 2/3 vezes por semana () final de semana () raramente () nunca
- Em que faixa de horário? _____
14. Quais os três programas de rádio que você ouve com maior frequência?

15. Você lê revistas? () Sim () Não Qual(is)? _____
16. Com que frequência?
() diariamente () 4/5 vezes por semana () 2/3 vezes por semana () final de semana () raramente () nunca
17. Você costuma acessar internet? () Sim () Não
Com que frequência?
() diariamente () 4/5 vezes por semana () 2/3 vezes por semana () final de semana () raramente () nunca
18. De onde acessa? _____

19. Cite os sites que você acessa com maior frequência.

20. Já viu/ouviu alguma notícia do MSTB em algum meio de comunicação? Lembre-se do que a notícia tratava? De que forma o movimento era retratado?

PARTE 3 – RELAÇÃO COM O MSTB

21. Quando você ingressou no MSTB (mês e ano)? _____

22. Sabe quantas ocupações o movimento possui? () Sim () Não Quantas? _____

23. Já visitou ou participou de alguma atividade em outra ocupação? Quando? Que atividade foi? _____

24. Já viu pessoas de outras ocupações visitarem a ocupação Quilombo de Escada? Quando?

25. Como fica sabendo das reuniões e assembléias?

26. Com que frequência participa das reuniões e assembléias? Caso não freqüente, porque não freqüenta? _____

27. Você se sente parte do MSTB? Por que? _____

28. De que forma participa do movimento? _____

29. Já pensou na possibilidade de ser instalada uma rádio na ocupação? () Sim () Não

30. Caso isso se torne realidade, o que você gostaria de ouvir nela?

Anexo 03 – Resultados da Pesquisa de Campo

Escolaridade	Frequência	Percentual	Percentual Cumulativo
Primário Incompleto	15	30	30
Primário Completo	2	4	34
Fundamental Incompleto	10	20	54
Fundamental Completo	9	18	72
Ensino Médio Incompleto	6	12	84
Ensino Médio Completo	4	8	92
Sem Instrução Formal	4	8	100
Total	50	100	

Fonte: Levantamento de Campo

Sexo	Frequência	Percentual
Homem	16	32
Mulher	34	68
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo

Idade	Frequência	Percentual	Percentual Cumulativo
Até 29 anos	12	24,49	24,48979592
De 30 a 64 anos	36	73,47	97,95918367
Mais que 65 anos	1	2,04	100
Total	49	100	

Fonte: Levantamento de Campo

Qual destes meios tem acesso com mais frequência?	Frequência	Percentual Válido
TV	29	59,18
Rádio	20	40,82
Total	49	100

Fonte: Levantamento de Campo

Costuma ler Jornal?	Frequência	Percentual
Sim	26	52
Não	24	48
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo

Com que frequência assiste TV?	Frequência	Percentual Válido
Diariamente	29	59,18
4/5 vezes por semana	4	8,16
2/3 vezes por semana	6	12,24
Raramente	7	14,29
Não assiste	3	6,12
Total	49	100

Fonte: Levantamento de Campo

Com que frequência lê jornal?	Frequência	Percentual Válido
Diariamente	3	11,54
2/3 vezes por semana	9	34,62
No final de semana	4	15,38
Raramente	10	38,46
Total	26	100

Fonte: Levantamento de Campo

Qual canal mais assiste?	Frequência	Percentual
Rede Bahia (Globo)	26	52
TV Aratu (SBT)	7	14
TV Itapoan (Rede Record)	8	16
Outro	2	4

Todos/Qualquer um	3	6
Nenhum	3	6
Não respondeu	1	2
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo

Ouve Rádio?	Frequência	Percentual
Sim	46	92
Não	4	8
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo

Com que frequência ouve rádio?	Frequência	Percentual Válido
Diariamente	38	82,61
2/3 vezes por semana	3	6,52
No final de semana	2	4,35
Raramente	3	6,52
Total	46	100

Fonte: Levantamento de Campo

Costuma acessar Internet?	Frequência	Percentual
Sim	5	10
Não	45	90
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo

De onde acessa a Internet?	Frequência	Percentual
Não acessa	45	90
Casa de parentes	1	2
Trabalho	1	2
Lan House	3	6
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo

Com que frequência acessa a Internet?	Frequência	Percentual Válido
Diariamente	2	40
2/3 vezes por semana	2	40
Raramente	1	20
Total	5	100

Fonte: Levantamento de Campo

Lê Revistas?	Frequência	Percentual
Sim	18	36
Não	32	64
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo

Com que frequência lê revistas?	Frequência	Percentual Válido
Diariamente	2	11,11
4/5 vezes por semana	1	5,56
2/3 vezes por semana	1	5,56
No final de semana	3	16,67
Raramente	11	61,11
Total	18	100

Fonte: Levantamento de Campo

Já viu notícias sobre o movimento?	Frequência	Percentual Válido
Sim	29	58
Não	20	40
Não sabe	1	2
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo

Sabe, de fato, quantas ocupações o movimento possui? (Diferente de "diz saber")	Frequência	Percentual Válido
Sim	5	10
Não	45	90
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo

Participa das reuniões e assembléias?	Frequência	Percentual	Percentual Válido
Sim, sempre	31	62	62
Sim, às vezes	12	24	86
Sim, raramente	4	8	94
Não	3	6	100
Total	50	100	

Fonte: Levantamento de Campo

Já visitou ou participou de alguma atividade em outra ocupação?	Frequência	Percentual
Sim	26	52
Não	24	48
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo

Já pensou na possibilidade de ser instalada uma rádio na ocupação?	Frequência	Percentual
Sim	30	60
Não	20	40
Total	50	100

Fonte: Levantamento de Campo