A Comunicação como Instrumento de Transformação Social em Organizações da Sociedade Civil[1]

Camila Acosta CAMARGO[2]
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Com a globalização e o advento das novas tecnologias, a comunicação adquiriu posição central em nossa sociedade e o resultado disso no campo profissional pode ser visto com o crescimento de espaços de trabalho especializados, sendo eles principalmente as agências e assessorias. No entanto, este fenômeno também provocou o surgimento de modelos de negócio alternativos que também têm a comunicação como *core business*, como as organizações da sociedade civil especializadas na defesa do direito à comunicação ou que utilizam a comunicação como principal ferramenta de transformação social. Nesse sentido, este artigo busca apresentar a discussão inicial sobre como se constituem os processos comunicativos e como se dão os sentidos do trabalho nestas instituições a partir da abordagem do binômio comunicação e trabalho.

Palavras-chave

Comunicação; Sociedade Civil Organizada; Organizações da Sociedade Civil; Binômio Comunicação e Trabalho; Sentidos do Trabalho.

Introdução

Este artigo advém da pesquisa de mestrado "Comunicação como causa social em organizações da sociedade civil: uma investigação sob a ótica dos sentidos do trabalho" em andamento no Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho[3] da USP. Nosso objeto se constitui no estudo dos sentidos e relações de trabalho em organizações da sociedade civil que atuam direta ou indiretamente com a comunicação enquanto causa social na atualidade, seja na defesa do direito à comunicação ou na utilização da comunicação como principal ferramenta de transformação social. Apresentaremos aqui o caminho teórico e metodológico para essa escolha, assim como os primeiros achados da pesquisa.

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cidadania, XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM/ECA/USP) e pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA/USP). E-mail: rp.camila@yahoo.com.br.
3 Coordenado pela professora doutora Roseli Fígaro, existe desde 2003 e é resultado de pesquisas desenvolvidas desde 1997. Credenciado pelo CNPq, conta com a participação de professores, doutores, doutorandos, mestres, mestrandos e bolsistas de iniciação científica. A partir do binômio comunicação–trabalho, busca compreender como a comunicação organiza, constrói e transforma redes de sentido num mundo do trabalho em permanente mudança.

Essa investigação integra no CPCT-USP um conjunto amplo de pesquisas dedicadas a compreender o mundo do trabalho a partir da linguagem em diferentes espaços sociais: na comunicação institucional do setor privado[4]; em fábricas ocupadas por trabalhadores e autogeridas[5]; em escolas a partir da análise dos discursos dos jovens[6]; no mercado editorial[7]; no telemarketing[8]; e em especial no universo do jornalismo[9] em suas mais diversas representações.

Assim, buscamos criar um debate ousado, que promove a integração entre áreas distintas da ciência e possibilita alicerçarmos a articulação teórico-metodológica do binômio comunicação e trabalho – que fortalece o campo das pesquisas em comunicação sob um olhar amplo e não a resume aos estudos das técnicas, inserindo-a como aspecto de vital importância para a compreensão das relações humanas:

> Comunicação e trabalho como binômio possibilita estudos principalmente em dois eixos ou programas de pesquisa: a) com o objetivo de melhor conhecer a atividade de trabalho, portanto, o mundo do trabalho; e b) melhor entender as relações de comunicação, o processo de comunicação [...]. (FIGARO, 2008, p.130)

O interesse em realizar esta pesquisa partiu de uma vivência acadêmica e profissional, fortemente atravessadas pelo trabalho com a comunicação para projetos sociais em entidades sem fins lucrativos. Durante seis anos, atuei com a comunicação em seus mais diversos âmbitos – com relações públicas, jornalismo corporativo, design, marketing – sempre com objetivos institucionais de trabalhar a comunicação interna, a

[4] BARROS, Janaina Visibeli. **A comunicação no embate entre empresa e comunidades:** análise crítica dos discursos de trabalhadores e população sobre as práticas comunicativas de responsabilidade socioambiental das organizações. 2010. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

[5] AZEVEDO, Júlio Arantes. **Centralidade da atividade de comunicação e de trabalho:** um estudo da comunicação em fábricas recuperadas por experiências autogestionárias. 2015. 280 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

[6] SUENAGA, Alexandre. **Os Jovens e os Sentidos do Trabalho:** Pesquisa-intervenção em Comunicação na Rede Pública de Ensino. 2016. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

[7] PICCIARELLI JUNIOR, Sérgio. **As relações de comunicação no processo de produção na Gráfica Abril:** inovações, criatividade e reconhecimento do uso de si na atividade de comunicação e de trabalho. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009;
MUNIZ JÚNIOR, José de Souza. **O trabalho com o texto na produção de livros:** os conflitos da atividade na perspectiva ergodialógica. 2010. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

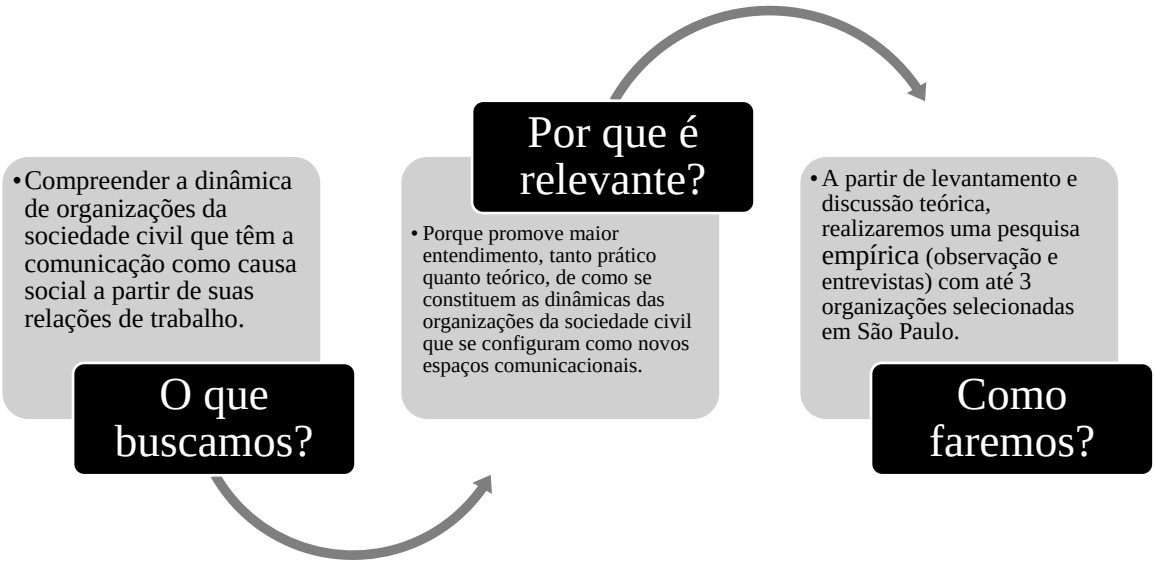
[8] SANTOS, Edilma Rodrigues dos. **Estudo de recepção em comunicação:** as representações do feminino no mundo do trabalho das teleoperadoras. 2011. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

[9] LIMA, Claudia do Carmo Nonato. **Comunicação e mundo do trabalho do jornalista:** o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos da informação. 2010. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.
GROHMANN, Rafael do Nascimento. **Os discursos dos jornalistas freelancers sobre o trabalho:** comunicação, mediações e recepção. 2012. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

divulgação de iniciativas sociais para o público externo ou a mobilização de recursos para os projetos.

Acreditamos que em toda empresa, órgão ou entidade a comunicação se apresenta como um processo inerente de sua constituição, já que compreendemos que toda atividade humana é constituída com base nas relações de comunicação. Porém, vamos além. Buscaremos compreender mais sobre como se comportam as instituições que, já de antemão, se propõem a atuarem sob uma perspectiva 100% comunicacional e, ainda mais, o fazem dentro do universo do trabalho social e filantrópico. Ao conceber este recorte específico de pesquisa, nos propomos a investigar instituições que estão impreterivelmente imersas no universo comunicacional, conhecem as especificidades e as principais discussões do campo, tendo-o em seus mais diversos aspectos como objeto de atenção.

Quadro 1 - Síntese do projeto de pesquisa



Fonte: Elaboração própria

Guiaremos a análise da comunicação destas instituições a partir de paradigmas que vão à contramão tanto dos estudos considerados do "terceiro setor" quanto da área de comunicação organizacional tradicional. Historicamente, este campo concebeu a comunicação interna como ferramenta no âmbito da estratégia institucional para promover negociações entre empregadores e funcionários de forma coercitiva, aspecto

que pude vivenciar na prática de meu trabalho, mesmo atuando com a comunicação com foco em benefícios sociais nestas instituições.

Assim, para nós coube então adotar um viés interpretativo e crítico sobre o tema:

> Comunicação interna, a meu ver, parece ser o processo pelo qual, acima de tudo, os sujeitos constroem e reconstroem a organização em que trabalham. E isso requer do entendimento de comunicação, no ambiente de trabalho, uma compreensão maior que simplesmente transmissão de mensagens, sobretudo na reflexão como objeto de análise. E para tanto, os estudos sobre comunicação organizacional precisam superar o viés funcionalista e considerar a perspectiva interpretativa como mais adequada, quando o assunto é comunicação no ambiente de trabalho das organizações. (REBECHI, 2008, p.114-115)

Como afirmamos, a perspectiva dialética que buscamos adotar para olhar o objeto supera o estigma da comunicação como "entendimento" e "concordância", ideias hegemônicas no pensamento comunicacional clássico e contemporâneo. No campo dos estudos do trabalho esta dualidade também está presente a partir da emergência do confronto entre os sentidos hegemônicos do trabalho e o estabelecimento de novos sentidos (ANTUNES, 2009). Ambos os casos revelam conflitos e contradições que atravessam a sociedade, e é a partir desta correspondência que adotamos o binômio comunicação e trabalho como principal suporte para entendermos o objeto, pois ao mesmo tempo em que as organizações da sociedade civil trazem novos elementos para a construção dos sentidos do trabalho – na medida em que não visam lucro e estão atreladas a causas sociais – elas estão inseridas no modo de produção capitalista e podem perpetuar seus sentidos hegemônicos.

Conjuntura do objeto

A realidade contemporânea e as transformações vivenciadas pela sociedade a datar da expansão do modelo econômico capitalista e do rápido avanço tecnodigital acarretaram uma série de alterações nos modos de vida, de trabalho e de atuação social e política da população de forma ampla e global – entre essas mudanças, o surgimento e crescimento das organizações da sociedade civil. Buscaremos adentrar neste universo a partir de um debate teórico sustentado no campo de estudos da comunicação, para compreender mais sobre como tais mudanças se apresentam no cenário atual que associa interesses públicos e privados com o objetivo de promover melhorias sociais.

Tendo como realidade um contexto mundial de desestruturação generalizada de direitos sociais – com a concretização do projeto neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016) – o meio das entidades filantrópicas nasceu e se expandiu durante a segunda metade do século XX, em grande medida, alicerçado por uma crescente desresponsabilização do Estado perante o atendimento às questões sociais somados às investidas do capital privado interessado em exercer influência sob o direcionamento de políticas públicas. Na prática, surgiram organizações tendo um modelo de gestão "privado de interesse público", atreladas financeiramente ou à convênios firmados com governos locais ou a empresas que patrocinavam diretamente suas atividades.

A expansão deste modelo de negócio, atrelada às fortes transformações ocorridas em nível político, econômico, cultural e tecnológico, fez com que o perfil com que se empreende filantropia no Brasil e no mundo sofresse grandes alterações ao longo das últimas décadas. O resultado pode ser observado no surgimento de entidades fundadas objetivando atender as mais diversas demandas sociais, ora apoiando políticas governamentais ora se contrapondo a elas, em um movimento que revela a complexidade da própria concepção do papel da sociedade civil.

O deslocamento do modelo de assistência social clássico para um espaço propício ao surgimento de novos padrões de organizações civis requereu modificações nos campos de atuação e organização do trabalho, em relações atravessadas por diferentes motivações – desde engajamento cidadão até interesse em crescimento profissional – que formatam um *modus operandi* bastante específico deste campo. A dificuldade de não se identificar nem no setor público nem no setor privado tradicional causa impactos diretos na atividade de trabalho destas instituições que, por vezes, estabelecem formas singulares de atuação que vão desde as contratações (regulares, irregulares, voluntárias, etc.) até a constituição da própria dinâmica das rotinas de trabalho.

Partindo desta concepção sobre a origem e constituição do setor filantrópico, surge-nos o interesse de conhecer mais sobre o segmento destas organizações que elencaram a comunicação como principal temática de atuação, atribuindo a ela o status de *causa* e entendendo-a como um direito social. Tradicionalmente, o setor privado foi responsável por abarcar as atividades de comunicação no âmbito profissional, representadas por agências de publicidade, assessoria de imprensa, veículos de comunicação, entre diversos outros. No entanto, as novas configurações da sociedade

abriram caminho para o surgimento de distintas possibilidades de atuação profissional associadas à comunicação, em especial vinculadas à urgência de atender carências sociais.

Dentre os exemplos, surgiram organizações voltadas ao trabalho com educomunicação, jornalismo investigativo, desenvolvimento tecnológico vinculado ao social, alfabetismo digital, militância em defesa do direito de informar e comunicar, e ainda diversos outros. Tais demandas não encontraram na dinâmica clássica do setor privado um espaço pertinente para coexistirem, nos parecendo genuíno que, para se estruturarem, tenham recorrido a outras formas organizativas habitualmente associadas ao social e consequentemente ao "terceiro setor".

Vale ainda enfatizar que estas temáticas de atuação têm características fortemente inovadoras e associadas a problemas sociais bastante contemporâneos, que parecem surgir como consequência direta da expansão do capital através da modernização digital. Ampliar nossa compreensão acerca desta realidade do ponto de vista acadêmico e científico é essencial para entendermos as realidades comunicacionais da contemporaneidade em suas mais diversas formas.

Assim, selecionamos instituições no município de São Paulo – local, no Brasil, com a maior expressão desta realidade – para buscar entender mais sobre suas estruturas e formas de atuação, tendo como base para isso o olhar teórico do binômio comunicação e trabalho. Durante o desenvolvimento do projeto, será interessante observar como se dão as relações de comunicação nestes espaços; também buscaremos entender mais sobre os vínculos entre público e privado que se atravessam e se confundem; como essa realidade específica do setor sem fins lucrativos afeta as rotinas e dinâmicas dos trabalhadores e em que medida estas organizações oferecem alternativas às propostas de organização do trabalho vigentes no modelo hegemônico. Neste artigo, apresentaremos a discussão inicial que dará as bases de sustentação para a investigação futura.

Breve histórico do trabalho social no Brasil e no mundo

Desde as últimas décadas do século XX até a atualidade tem-se visto crescer, no Brasil e no mundo, discursos em torno de pautas sociais associados a conceitos como cidadania, solidariedade e filantropia. Diferentemente dos discursos clássicos dos movimentos sociais, conhecidos por sua crítica ferrenha ao Estado e ao setor privado,

estes se instituíram de forma mais branda e foram mais bem assimilados socialmente, acabando por se vincular a uma concepção bastante específica de melhoria social: àquela onde há uma sociedade civil organizada através de entidades sem fins lucrativos e não governamentais e que tenta se estruturar apartadamente das instituições democráticas clássicas.

O surgimento deste segmento de mercado acaba por demandar tanto na área científica quanto na prática nomenclaturas e conceitos que abarquem toda sua complexidade, o que resultou na difusão da concepção de que há um terceiro setor depois do primeiro setor (o Estado) e o segundo setor (o mercado). Tanto para estudiosos quanto para profissionais do ramo, o terceiro setor é formado por organizações privadas de interesse público, ou seja, que atuam socialmente em defesa de benfeitorias coletivas e sociais. As abordagens teóricas advindas das ciências sociais aplicadas e da administração defendem que:

> O conceito Terceiro Setor descreve um espaço de participação e experimentação de novos modos de pensar e agir sobre a realidade social. Sua afirmação tem o grande mérito de romper com a dicotomia entre público e privado, na qual o público era sinônimo de estatal e privado de empresarial. Estamos vendo o surgimento de uma esfera pública não-estatal e de iniciativas privadas com sentido público. Isso enriquece e complexifica a dinâmica social. (CARDOSO, 2005)

Esta nomenclatura vem sendo utilizado desde a década de 1970, com início nos EUA, para identificar o segmento da sociedade das organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas com o intuito de atuar com a produção ou distribuição de bens e serviços públicos. (SMITH, 1991, apud ALVES, 2002).

Vale ressaltar que na América Latina a atividade filantrópica teve origem na década de 1970 como representante da voz da sociedade civil, construindo uma importante ligação entre o setor público e as populações locais (FIEGE, 2003). No período, estas instituições eram caracterizadas pela criação de projetos de defesa de direitos humanos, de fomento ao desenvolvimento local, de forte apoio a movimentos populares e movimentos sociais de resistência às ditaduras implantadas em diversos países do continente a partir dos anos 1960. Diferentemente das iniciativas de melhorias sociais propostas pelos governos, implantadas “de cima para baixo”, seus programas buscavam representar um movimento horizontal, que incentivava a participação cidadã e a democratização dos espaços coletivos.

A emergência destas instituições em meados do século passado nos remete a um período de crise de representatividade do Estado, no qual o setor público e as

instituições democráticas liberais começam a perder legitimidade perante a população. Neste momento, parece surgir uma demanda social por maior vínculo entre indivíduos e suas comunidades. Segundo Santos (1995), por trás da expansão deste modelo existe o crescimento de uma concepção de comunidade crente na proposta de autonomia associativa, onde há colaboração mútua, cooperativismo e confiança entre as partes do coletivo.

A ideia da existência de entidades sem fins lucrativos fomentou o exercício da cidadania de forma mais direta e autônoma, na medida em que a sociedade civil abriu um espaço maior de participação nas causas coletivas – mesmo que tal constatação aponte uma contradição direta com o fato de que tais organizações contam com uma constituição privada.

Fatores externos como as mudanças estruturais do sistema capitalista, a eclosão digital, a globalização do mercado financeiro e dos processos produtivos e a crise das instituições públicas foram decisivos para o aumento da demanda por participação social. No Brasil, além destes aspectos, as desigualdades econômicas, sociais e culturais de origens históricas e aprofundadas durante o período militar dão as bases para esta reestruturação da sociedade civil. Em outras palavras, a insatisfação com todas estas violências que atingem o cidadão, atrelada a um desejo de mudança a partir do indivíduo e de sua comunidade, impulsionou o surgimento destas instituições que posteriormente viriam a se firmar como a sociedade civil organizada brasileira.

Tais entidades passaram a atrelar problemáticas locais com questões maiores e de amplitude nacional, remetendo-nos ao surgimento na década de 1980 e estabelecimento na década de 1990 de associações filantrópicas que começaram a firmar parcerias com empresas e outras entidades para promover ações sociais diversas. Alas mais críticas da sociedade entenderam estas iniciativas como uma proposta de realização de mudança social assistencialista, sem confrontar o status quo e as elites políticas; sendo muito pouco efetiva do ponto de vista da transformação da realidade da população, perspectiva essa que acompanha até os dias atuais a avaliação de muitos em relação ao estabelecimento do chamado terceiro setor.

Assim, se firma no Brasil o campo da filantropia que, por muito tempo, esteve associado unicamente a ideia da existência de ONGs, até sua expansão na atualidade e conseguinte oficialização da sigla OSC – organizações da sociedade civil – utilizada oficialmente pelos órgãos públicos através da Lei nº 13.019. Vale relembrar que os

termos ONG e terceiro setor ainda são mais difundidos popularmente que a nomenclatura oficial. Por conseguinte, a quantidade de entidades encontra-se em expansão desde o final do século passado, em sua maioria vinculadas a movimentos sociais, organizações de base comunitária, com foco especial na promoção da cidadania e na defesa de direitos. (ABONG, 2007).

Comunicação e trabalho

De início, a perspectiva que assumimos é que o homem constrói a vida a partir de uma ação no mundo (MARX, K., ENGELS,F., 2007). Ao agir, o homem modifica e é modificado pelo meio, o que promove uma relação dialética que resulta na construção do sujeito. Ou seja, acredita-se aqui que apenas na relação ativa com o meio, com os pares e consigo mesmo é que ocorre o processo de humanização, no qual o homem se desloca do animal ao racional, em um movimento circular de aquisição de consciência que constrói o indivíduo e a sociedade.

Nesse sentido, a categoria trabalho, entendida como ação do homem no mundo, adquire espaço central para se compreender as relações e, portanto, se compreender a comunicação.

> A produção da vida, tanto da própria, no trabalho, quanto da alheia, na procriação, aparece desde já como uma relação dupla – de um lado, como relação natural, de outro como relação social –, social no sentido de que por ela se entende a cooperação de vários indivíduos, sejam quais forem as condições, o modo e a finalidade. (MARX, K., ENGELS,F., 2007, p. 34)

É importante ressaltar que o trabalho aqui não é entendido meramente como ofício ou serviço assalariado. Acreditamos que tal definição reducionista é justamente resultado dos processos de construção do trabalho no modo de produção capitalista, que submete o sujeito ao trabalho alienante, ou seja, aquele que reduz o aspecto de autocriação do homem e afasta sua ação no mundo da construção de sua consciência (MARX, K., ENGELS,F., 2007). Se o homem consegue apenas dar sentido e significar o mundo através do trabalho, como ele sobrevive quando o capital reduz sua atividade a um único sentido?

O olhar sobre o trabalho que buscamos utilizar – que o entende como transformação do homem no mundo por meio da interação, emerge adequadamente à discussão pretendida nesta pesquisa.

Além dos conceitos de Marx e Engels (2007), também recorremos a Leontiev, que define o trabalho como a ação exata para o aparecimento da consciência humana, pois propicia a interação:

> No trabalho os homens entram forçosamente em relação, em comunicação uns com os outros. Originariamente, as suas ações, o trabalho propriamente, e sua comunicação formam um processo único. Agindo sobre a natureza, os movimentos de trabalho dos homens agem igualmente sobre os outros participantes na produção. Isto significa que as ações do homem têm nestas condições uma dupla função: uma função imediatamente produtiva e uma função de ação sobre os outros homens, uma função de comunicação. (LEONTIEV, 2004, p. 92)

Para nós, esta compreensão de relação como comunicação apresentada por Leontiev é extremamente importante para auxiliar o estudo do trabalho no campo da comunicação. Defendemos que é a partir desta compreensão de trabalho enquanto atividade humana que se constrói a associação intrínseca entre comunicação e trabalho.

Sendo assim, não só o trabalho é conceituado em um sentido amplo e ontológico, mas também a comunicação. Para corroborar com esse pensamento, Wolton nos auxilia a diferenciar a comunicação de informação: "A informação é a mensagem. A Comunicação é a relação, que é muito mais complexa" (2010, p.12). Não podemos, portanto, reduzi-la aos meios e tecnologias, mas é preciso encara-la como relação, onde história, política e cultura têm um papel primordial.

Aqui, a partir do olhar teórico defendido por Roseli Figaro, comunicação e trabalho são compreendidos como um binômio que permite problematizar a função da comunicação nas relações interpessoais e na sociedade. Nesta abordagem, o trabalho é entendido como categoria fundamental do gênero humano.

> Estudar a comunicação no mundo do trabalho permite entender a partir de que valores as pessoas fazem suas escolhas; como se constituem os coletivos de trabalho que estão fora do enquadramento do organograma da empresa; como se constituem as redes de ajuda e solidariedade na resolução de problemas e tarefas. É, ainda, compreender como o mundo do trabalho transborda de seu meio e abarca outros espaços sociais, tais como a casa, o bairro, a mídia, etc. (FÍGARO, 2009, p.38)

Com o objetivo de ressignificar os sentidos do trabalho na contemporaneidade, recorreremos à literatura de Ricardo Antunes (2009), que defende a importância de se considerar, mesmo nos dias de hoje, o trabalho como tema primordial para a compreensão das relações humanas. Atrelados aos objetivos do presente projeto, Antunes discute sobre o trabalho que aliena em contraposição ao trabalho que

emancipa, debate essencial para ajudar-nos a compreender as práticas e modelos vigentes nas organizações da sociedade civil.

> E essa contraditória processualidade do trabalho, que emancipa e aliena, humaniza e sujeita, libera e escraviza, converte o estudo do trabalho humano numa questão crucial de nosso mundo e de nossas vidas neste conturbado século XXI, cujo desafio maior é dar sentido autoconstituinte ao trabalho humano e tornar nossa vida fora do trabalho também dotada de sentido. (ANTUNES, 2009, p.12)

Para aprofundar o tema durante o projeto, problematizaremos as relações de trabalho em organizações da sociedade civil, buscando compreender em que medida as proposições apresentadas se aplicam nestas instituições e como as contradições aparecem nas relações de trabalho ali desenvolvidas.

Organizações da Sociedade Civil com foco em comunicação

Durante a fase de definição do objeto, realizamos um levantamento bibliográfico, com o intuito de abordar as principais referências teóricas, autores e conteúdo dos campos temáticos que sustentam a argumentação da pesquisa. Nosso objetivo nesta fase é apresentar e correlacionar autores e teorias que discutem prioritariamente comunicação, relações e sentidos do trabalho.

A partir disso adentramos na etapa empírica da proposta que está sendo arquitetada a partir de uma estrutura metódica sob a ótica da pesquisa participante descrita por Cicilia Peruzzo, a qual "consiste na inserção do pesquisador no ambiente natural de ocorrência do fenômeno e de sua interação com a situação investigada" (2003, s/p).

Os aspectos constituintes mais relevantes para a compreensão da pesquisa participante são:

> a) Presença constante do observador no ambiente investigado para que ele possa " ver as coisas de dentro".
> b) O investigador compartilha de modo consistente e sistematizado das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado. Ou seja, ele se envolve nas atividades, além de compartilhar "interesses e fatos". (PERUZZO, 2003, s/p).

Destacamos como aspecto diferenciador da proposta metodológica da pesquisa participante a compreensão de que não há neutralidade do pesquisador, pois ela assume que o próprio ato de observar modifica a situação e é modificado pela ação da observação.

Sendo assim, sobre os aspectos pragmáticos de nossa pesquisa empírica, propomos a seleção inicial de seis organizações da sociedade civil que atuam com a comunicação enquanto causa social, todas com sede no município de São Paulo, a partir de uma amostragem não-probabilística por escolha racional (POUPART, 2008). Cada uma das entidades devidamente selecionadas exerce um papel relevante para o cenário local e nacional de comunicação de causas sociais, o que será exposto adiante.

Em cada uma das organizações a pesquisa de campo consiste em duas etapas: entrevistas qualitativas (DUARTE, 2008) e observação participante (PERUZZO, 2008). Durante a observação participante, a proposta inicial foi de acompanharmos o cotidiano de trabalho nas organizações, reuniões de equipe, atividades dos projetos, entre outros, tendo como instrumento de coleta de dados o diário de campo. Já para as entrevistas qualitativas, selecionamos dentro do corpo de funcionários prioritariamente os gestores e coordenadores, em seguida incluindo entrevistas menores com demais trabalhadores, utilizando o roteiro de entrevistas e o gravador como ferramenta de trabalho.

Entendemos que as estratégias da pesquisa empírica são importantes instrumentos de análise da realidade encontrada, especialmente sob a ótica da proposta teórico-metodológica da ergologia, onde pretendemos construir e estruturar nossas percepções sobre as relações de trabalho a partir do olhar do próprio trabalhador. Neste sentido, podemos inclusive afirmar que esta pesquisa não é passível de ser executada sem a efetivação desta importante etapa do processo.

Abaixo destacamos a seleção de instituições identificadas como tendo características relevantes para a compreensão do cenário do trabalho social com foco em comunicação no município de São Paulo:

Quadro 2 – OSCs com foco em comunicação no município de São Paulo

ORGANIZAÇÃO	ATUAÇÃO	RELEVÂNCIA
Instituto Alana	Tendo como foco a busca da garantia de melhores condições para a vivência plena da infância, conta com uma gama de iniciativas audiovisuais.	A organização ocupa posição de destaque na temática de combate a publicidade infantil, sendo a principal referência do tema no Brasil.
Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias	Idealizado pelo apresentador de TV Luciano Huck, o instituto busca promover a profissionalização de jovens em situação de vulnerabilidade social por meio da formação técnica em audiovisual.	Sua vinculação à Rede Globo de Televisão e suas atividades sociais com jovens a partir do ensino do audiovisual tornam a organização extremamente relevante para o cenário das causas sociais de comunicação.
Fundação Victor Civita	Organização que tem como foco apoiar o trabalho de professores,	A vinculação ao Grupo Abril, um dos maiores conglomerados de comunicação

	gestores escolares e formuladores de políticas públicas na área da educação.	do país, insere a organização em posição de destaque no universo da comunicação.
Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social	Se identifica como uma entidade que trabalha pela efetivação do direito humano à comunicação no Brasil, defendendo a luta por uma sociedade democrática, justa e libertária, construída por meio da autonomia, dignidade e participação de todas as pessoas.	A organização é a maior referência brasileira no trabalho de defesa do direito à comunicação.
Associação Escola de Notícias	Organização que tem o propósito de impulsionar a transformação social na periferia a partir da utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), especialmente atuando nas áreas da juventude, educação e desenvolvimento comunitário.	É a maior organização de São Paulo fundada diretamente na periferia, pela própria comunidade, que atua com aprendizagem comunicacional gratuita para jovens.
Repórter Brasil	Fundada em 2001 por jornalistas, cientistas sociais e educadores, tem como objetivo fomentar a reflexão e ação sobre a violação aos direitos fundamentais dos povos e trabalhadores no Brasil.	A organização é destaque por seu trabalho de investigação jornalística, já tendo sido reconhecida pelo Prêmio Líbero Badaró, Prêmio Jornalístico Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos entre muitos outros.

Fonte: Elaboração própria

A partir deste recorte inicial, decidimos selecionar metade delas para aplicar a pesquisa. Inicialmente não havia um critério prioritário de seleção, no entanto, ao iniciarmos o trabalho nos deparamos com aspectos práticos que colaboraram para esta definição, no qual chegamos a seguinte conclusão: será selecionada uma organização de origem corporativa, uma de origem acadêmica e uma de origem comunitária, com o objetivo de promovermos um estudo comparativo.

Considerações

Este artigo teve o objetivo de apresentar a discussão inicial da pesquisa de mestrado em andamento "Comunicação como causa social em organizações da sociedade civil: uma investigação sob a ótica dos sentidos do trabalho", destacando as escolhas teóricas e metodológicas tomadas para o encaminhamento da investigação. Apresentamos a discussão sobre o trabalho social e filantrópico no Brasil e no mundo, abrimos caminho para avançarmos nos estudos do binômio comunicação e trabalho e indicamos os percursos da pesquisa empírica.

Podemos afirmar que, sem dúvidas, a maior barreira encontrada para a realização da pesquisa é a dificuldade em realizar contatos eficientes com as

organizações selecionadas. Por questões que atravessam desde dificuldades de comunicação até conflitos de interesses, todas as conversas, reuniões e entrevistas têm sido verdadeiros obstáculos.

Inicialmente, o desafio foi o de realizar os primeiros contatos, apresentar a pesquisa e conseguir aprovação. As entidades em geral não contam com um departamento ou funcionário específico responsável por receber este tipo de proposta e dar encaminhamento. Neste sentido, em locais com estrutura mais rígida e bem definida tivemos a dificuldade de chegar no responsável e, a partir disso, de conseguir levar esta demanda para as áreas de tomada de decisão.

Durante as entrevistas realizadas até o presente momento já pudemos identificar aspectos-chave para guiar as próximas etapas de investigação e análise. Deparamo-nos com depoimentos que nos ajudarão a compreender mais sobre suas estruturas comunicacionais, modelos de gestão e rotinas de trabalho.

Já do ponto de vista teórico, nos deparamos com uma grande dificuldade em encontrar literatura adequada do campo de estudos das organizações da sociedade civil, filantropia e terceiro setor, visto que esta área está historicamente vinculada aos estudos das ciências sociais aplicadas e da administração, tendo uma lacuna de perspectivas críticas sobre o campo.

Referências

ABONG - Associação brasileira de organizações não governamentais, 2007. *O que é uma ONG?* Disponível em: <www.abong.org.br>. Acessado em: 08 de junho de 2017.

ALVES, M. A. *Terceiro Setor*: as origens do conceito. Anais do XXVI ENANPAD, Salvador/BA, 2002 (GPG 837-2002).

ANTUNES, R. *Adeus ao trabalho?* Ensaios sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. São Paulo: Cortez, 2009.

CARDOSO, R. Fortalecimento da sociedade civil. In: IOSCHPE, Evelyn Berg (Org.). *3o. Setor:* desenvolvimento social no Brasil. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1997.

DARDOT, P. Laval, C. *A nova razão do mundo*: ensaios sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.* 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FASFIL. *As Fundações Privadas e Associações Sem Fins Lucrativos no Brasil 2010*. Rio de Janeiro, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: 2012.

Disponível em:
<ftp://ftp.ibge.gov.br/Fundacoes_Privadas_e_Associacoes/2010/fasfil.pdf>
Acessado em: 13 de setembro de 2015.

FIGARO, R. *Comunicação e Trabalho:* estudo de recepção – o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Anita/FAPESP, 2001.

FÍGARO, R. (Org.). *Gestão da comunicação no mundo do trabalho, educação, terceiro setor e cooperativismo*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005. v. 1.

FIGARO, R. *Atividade de Comunicação e Trabalho*. In: Revista Trabalho, Educação e Saúde. V.6, n.1, p. 107-145, mar./jun. 2008.

FIGARO, R.: "Comunicação e Trabalho: binômio teórico produtivo para as pesquisas de recepção", *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 4, primer semestre de 2009, pp. 23-49. ISSN electrónico: 1989- 0494. Universidad Complutense de Madrid, 2009.

FIEGE, H. *Ongs no Brasil* – Perfil de um mundo em mudança. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2003.

LEONTIEV, A. *O Desenvolvimento do Psiquismo.* São Paulo: Centauro, 2004.

LOPES, M. I. V. *Pesquisa em Comunicação.* 12 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

MARX, K, ENGELS,F. *A ideologia alemã.* São Paulo; Boitempo, 2007.

MARX, K. *O Capital.* Crítica da economia política. Livro I: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2013.

MONTAÑO, C. *Terceiro setor e questão social*: crítica ao padrão emergente de intervenção social. São Paulo: Cortez, 2002.

PERUZZO, C K.. Da observação participante à pesquisa-ação em comunicação: pressupostos epistemológicos e metodológicos. In: INTERCOM. Belo Horizonte, 2003.

PERUZZO, C. K. *Observação participante e pesquisa-ação.* In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.* 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

POUPART, J. et al. *A pesquisa qualitativa. Enfoques epistemológicos e metodológicos.* Petrópolis: Vozes. 2008.

REBECHI, C. N. *Comunicação nas relações de trabalho.* Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, Ano 12 n.12, p. 107-121, jan/dez. 2008.
SANTOS, B. de S. *Pela mão de Alice:* o social e o político na pós-modernidade. 2a. ed. São Paulo: Cortez, 1995.

SCHAFF, A. *O Marxismo e o indivíduo.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

VYGOTSKI, L. S. *Pensamento e linguagem.* 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

WOLTON, D. *Informar não é comunicar.* Porto Alegre: Sulina, 2010.