

Website Bando 17 de Maio – Liga Experimental¹

Cláudio Lucas de Abreu ESTRELA²
Roberta Kelly de Souza BRITO³
Wladiane Silva COSTA⁴
Rômulo Almeida da COSTA⁵
Daniel Paiva de Macêdo JÚNIOR⁶
Jadiel Félix de LIMA⁷
Camila Lima da SILVA⁸
Edgard Patrício Almeida FILHO⁹
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Em parceria com o grupo de militância pelos direitos LGBT, Bando 17 de Maio, a Liga Experimental de Comunicação, por meio de seus realizadores, desenvolveu um *website* a fim de que o grupo implementasse uma comunicação mais ampla e expressiva nos debates sobre questões de gênero e diversidade sexual em Fortaleza. A ação fez parte do Projeto Ver Pra Crer (2012), cujo objetivo era o posicionamento da Comunicação como estratégia de mobilização e efetivação dos Direitos Humanos em diferentes searas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; *Website*; LGBT; Liga Experimental de Comunicação; Bando 17 de Maio.

1 INTRODUÇÃO

Há mais de seis anos, um grupo de estudantes do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará (UFC) decidiu criar um espaço, dentro do ambiente acadêmico, onde fosse possível a execução de atividades que dialogassem efetivamente com causas e movimentos sociais, além de projetos que seguissem em silencioso desenvolvimento dentro da UFC, carecendo de suporte em suas demandas comunicacionais. Inicia-se aí a história da primeira, e até hoje única, agência experimental de comunicação da UFC, a Liga Experimental de Comunicação.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Website (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso Jornalismo, email: claudiolucasabreu@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: bertasouza.cs@gmail.com.

⁴ Estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo, email: wladiane.c@gmail.com.

⁵ Estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo, email: romulocostace@gmail.com.

⁶ Estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo, email: daniel.macedo123@hotmail.com.

⁷ Estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo, email: jadiellima@alu.ufc.br.

⁸ Estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo, email: camila.alim.l@gmail.com.

⁹ Orientador do trabalho. Professor do Curso Jornalismo, email: edgard@ufc.br.

A Liga - como passou a ser conhecida - não se caracteriza como Agência Júnior. Dentro das possibilidades existentes à época, optou-se por atuar não com clientes, mas junto a parceiros. Para Freire (1983), “O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se, é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo.” (FREIRE, 1983, p.67). É por ter a troca horizontal de experiências como elemento norteador que a Agência, desde sua criação, trabalha com a união entre as duas habilitações da Comunicação Social, proporcionado, assim, o diálogo entre elas. Outra forte característica da Liga é sua forma de trabalho experimental, que não segue, necessariamente, o modelo de produção mercadológica.

Criada em 2007, a Liga foi desenvolvida sob os parâmetros de um projeto de extensão. Desde então, a agência já firmou diversas parcerias com Organizações Não Governamentais, Movimentos Sociais, além de outros setores da sociedade civil e da própria Universidade. Em 2011, a Liga tornou-se um programa de extensão ao abrigar projetos como o Palavras de Liberdade (2011) e a Oficina de Quadrinhos (2011).

Em 2012, a agência focou no desenvolvimento do Projeto Ver Pra Crer, fruto de um edital do Proext, programa que financia projetos e programas de extensão universitária por meio do Ministério da Educação (MEC).

O Ver Pra Crer tinha o objetivo de posicionar a Comunicação como estratégia de mobilização para a discussão dos Direitos Humanos. Para tal, o projeto foi dividido em cinco eixos principais de atuação: Educação e Mídia; Promoção e defesa dos direitos dos grupos LGBT; Direitos Humanos da Pessoa Idosa - envelhecimento e mídia; Direitos Humanos de

A primeira ação de um dos eixos de atuação do Ver Pra Crer, o eixo B, que contemplou a promoção e defesa dos direitos LGBT, propunha não somente o desenvolvimento de um *website* para grupos LGBT, mas também a formação tanto dos estudantes envolvidos com o processo, bem como a dos representantes dos grupos.

Para a execução de tal ação, o eixo estabeleceu uma parceria com o Bando 17 de Maio, um grupo com pouco mais de um ano de atuação na militância pelos direitos LGBT em Fortaleza. O Bando – como é conhecido - trabalha com valores semelhantes aos da Liga, como horizontalização da hierarquia e diálogo forte com a sociedade civil, e carecia, à época, de formação em Comunicação e de um *website*.

2 OBJETIVO

“Formação em comunicação e mobilização com grupos LGBT, incluindo web 2.0, na defesa dos direitos de grupos LGBT, com o desenvolvimento de ferramentas (blogs, sites, redes sociais)” (Projeto Ver Pra Crer, 2012). Com essas palavras, descreve-se e contextualiza-se a produção do *website* do Bando 17 de Maio.

A plataforma foi desenvolvida com o objetivo de ser um catalisador na comunicação do grupo militante pela causa LGBT Bando 17 de Maio e permitir a ampliação da força expressiva da comunidade LGBT. Segundo Marcela Peregrino Bastos de Nazaré, mestranda em ciências sociais na Universidade Estadual de Maringá,

os blogs e sites das associações são para a maioria dos militantes um espaço onde é possível reunir as informações importantes sobre o grupo, sobre suas conquistas. Um espaço onde a entidade pode disponibilizar seus materiais de trabalho com o seu público alvo, divulgar suas atividades, orientar o público, postar e registrar as notícias que julguem relevantes. Esses recursos também aproximam alguns grupos de seu público alvo e de simpatizantes à causa. Os sites e blogs também são vistos por essa maioria como forma de provar para a sociedade que o movimento existe e que suas atividades são sérias. (NAZARÉ, 2012, p.256)

Outro objetivo do *website* era a maior formalização de comunicação do grupo. Por acreditarem que as redes sociais possuíam grande caráter de informalidade, os representantes do Bando manifestaram carência de um espaço aonde as informações se dispusessem de forma mais clara e concentrada, o que é uma possibilidade apresentada pelo modelo de *site* atual do Bando.

3 JUSTIFICATIVA

Os websites são, para os movimentos de ativismo, uma importante plataforma de expressão e congregação. Eles se configuram tanto como o espaço de extensão virtual das discussões do meio concreto, quanto a incitação virtual de inquietações que podem ser conduzidas a este meio. Segundo Marco Aurélio Nogueira, professor de Teoria Política da Universidade Estadual Paulista (Unesp-Araraquara),

trata-se, no fundo, de viabilizar uma articulação em nível superior, que não despreze nem banalize a força virtuosa das novas tecnologias e saiba

valorizar plenamente o meio físico, mostrando-se competente para encontrar neste meio no mundo histórico concreto - as bases de uma constante revitalização. (NOGUEIRA, 2001,p.4)

Para o Coletivo Intervozes (2009), “defender a comunicação como um direito humano é ir além da liberdade de expressão, um direito individual, e reivindicá-la como um direito coletivo.” (INTERVOZES, 2009, p. 2). É nessa defesa da comunicação como direito humano que a criação do *site* do Bando 17 de Maio se justifica; como uma forma de proporcionar que as discussões do grupo assumam outros formatos, direcionamentos e intensidade.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Logo no início do Ver Pra Crer todos os envolvidos com o projeto – onde me incluo – passaram por uma formação geral em Direitos Humanos que contemplava, em momentos específicos, as temáticas particulares a serem abordadas durante a execução do projeto. Para esta formação, foram organizados encontros com professores convidados, sessões de filmes que abordavam, de maneira crítica, os temas correspondentes à cada eixo de produção do projeto em suas interfaces possíveis, e a realização de rodas de leitura e discussão de livros, ensaios, reportagens e outros textos relacionados, além da produção acadêmica em si.

Passada esta etapa inicial, iniciou-se a produção em eixos. Para a execução da primeira ação do eixo B seguimos uma série de etapas, as quais descreverei aqui. A primeira delas foi a promoção de formação específica em direitos LGBT para os participantes envolvidos com o processo, a fim que nos sentíssemos mais capacitados ao dialogar com os grupos LGBT. Para esta formação, optamos por iniciar uma troca de experiências com os próprios grupos atuantes em Fortaleza, a fim de que pudéssemos não somente compreender questões relacionadas à temática, mas também compreender como se dá a realidade deles na cidade. Outro interesse nesta troca de experiências foi formular as próximas etapas da ação tendo como base demandas reais apresentadas pelos próprios grupos.

Encerrada esta primeira etapa, partimos para a etapa de seleção do parceiro com o qual iríamos trabalhar durante o projeto. Depois de contatar vários grupos de forte expressividade na cidade, optamos pelo Bando 17 de Maio, que possuía pouco menos um ano de existência e ainda apresentava tímida expressividade, se comparado aos demais. Escolhemos o Bando pela sua proximidade com o ambiente e o público universitário e pela disposição que o grupo demonstrou em trabalhar por meio de parceria. Outro fator que

contribui para a escolha foi a oportunidade de catalisar a comunicação de um grupo que ainda estava em seus primeiros estágios de formação, podendo fornecer-lhe uma oportunidade de potencialização de alcance ideológico por meio da Comunicação.

Com parceria estabelecida, partimos para a etapa de formação. Para isso, organizamos um encontro com os representantes do Bando, a fim de detectar suas maiores necessidades referentes à comunicação. Com um diagnóstico inicial realizado, formulamos um plano de oficinas para capacitação dos membros em comunicação na *internet*. O plano abordava questões básicas, como definição de linha editorial, escolha da linguagem a ser utilizada, hierarquização da informação e caminhava até questões específicas, como a criação de perfis no Facebook e a determinação das seções do site, que eram demandas requeridas pelo Bando.

Após o processo de formação, chegamos ao de elaboração da ferramenta de comunicação na *internet* para o grupo. Para isso, realizamos diversos encontros, aonde discutíamos sobre particularidades do veículo, como a ordenação das seções do site, da forma como os conteúdos audiovisuais poderiam ser disponibilizados e demais questões técnicas. Após a finalização do site, elaboramos, em conjunto com o Bando, uma campanha de divulgação do site, via Facebook, aonde iniciamos a criação do público do site.

Com a peça finalizada, realizamos uma reunião com o Bando para a entrega de um Manual de Comunicação elaborado por nós a fim de que este funcionasse como um guia para as produções no site e que eles pudessem se apropriar da melhor forma da ferramenta criada em parceria.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O website do Bando 17 de Maio foi desenvolvido na plataforma *WordPress*, tendo o endereço *bando17demaio.com.br*. A imagem de fundo, uma das diversas opções ofertadas aos integrantes do Bando, foi escolhida por meio de uma votação entre todos os integrantes do grupo e foi a escolhida por eles acharem que era a que melhor representava a imagem institucional que o Bando possui. A escolha do *template* levou em considerações fatores como fácil acesso às informações consideradas, pelos representantes do Bando, como principais e a fácil personalização.

O website é dividido em nove principais seções: Ninho, Bandidagem, Voando por aí, Notícias, InventAR, Textos e outros voos, Feirinha, Zona Quente (+18) e Contato. O Ninho é o acesso direto à página inicial, onde se tem acesso direto às postagens mais

recentes do site. Bandidagem é a seção onde está o texto de apresentação do Bando 17 de Maio, escrito coletivamente pelo grupo. Voando por aí é a agenda de atividades do grupo, onde pode-se acompanhar a agenda do Bando, a agenda da cidade e as atividades do grupo.

A seção Notícias é segundo o próprio website, a seção que “está voltada para a divulgação de notícias do Brasil e do mundo que saíram em periódicos nacionais e/ou internacionais que sejam do interesse da comunidade LGBT”. A seção InventAR é uma seção dedicada para a divulgação de materiais artísticos divididos nas seguintes subcategorias: Literatura, Fotografia, Cinema, Teatro, Desenho e Outras formas de arte. A seção Textos e outros voos é um espaço de discussões textuais com foco nos direitos e nas políticas que envolvem a comunidade LGBT. A Feirinha é um espaço de venda de produções do próprio Bando 17 de Maio, como uma forma de arrecadação de dinheiro para utilização com demandas próprias do grupo.

A seção Zona Quente (18+) é uma forma que os representantes do Bando escolheram de expressar a arte por meio de materiais eróticos. É importante ressaltar que a seção não tem o caráter pornográfico, mas sim um caráter artístico. E por fim, a seção Contatos é o espaço onde, por meio do preenchimento de um formulário, o internauta pode estabelecer contato direto com os representantes do Bando 17 de Maio.

Os textos de apresentação da seção foram orientados pela Liga, mas todos foram produzidos pelo Bando 17 de Maio, de acordo com suas divisões internas e respeitando sempre suas particularidades como grupo.

6 CONSIDERAÇÕES

Proporcionar a um grupo como o Bando 17 de Maio uma plataforma de expressão na *internet* é dar um passo em direção à uma sociedade mais democrática. Mesmo que essa democracia se dê em um espaço virtual, é certo que ela irá, em alguma intensidade, se transportar para o plano concreto.

Ao estabelecer a parceria com o Bando, a Liga Experimental de Comunicação assumiu a responsabilidade de auxiliar um grupo e seus representantes a produzir uma comunicação mais eficaz de seus ideais. Agora, com o trabalho cumprido, espera-se que ambos os parceiros tenham tirado o melhor proveito do período de diálogo e que ambos possam seguir seus caminhos em rumo a uma melhor comunicação, a uma maior efetivação

dos Direitos Humanos e, principalmente, em rumo a construção de uma sociedade mais horizontal e democrática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FREIRE, Paulo. Extensão ou Comunicação?. 7ª edição. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1983.

NAZARÉ, Marcela Peregrino Bastos. As mídias digitais e seus usos pelo movimento LGBT. In: Anais do X Seminário de Ciências Sociais - Tecendo diálogos sobre a pesquisa social, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2012.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. Riscos e virtudes da cibermilitância. Rio de Janeiro, Universidade Federal Fluminense, 2001.

INTERVOZES. Sociedade e comunicação democráticas. Texto de Formação de Comunicadores Culturais (organização Rede Social Virtual Ponto por Ponto – Pontão Instituto Paulo Freire). Fortaleza: Coletivo Intervozes, 2009.