

Comunicação comunitária, mídias alternativas digitais e movimentos sociais: uma reflexão teórica dos temas¹

Liana Kossmann FERLA²
Bárbara Vieira TURRI³
Carolina Cunegatto Rebellato⁴
Magda Maytê BLATT⁵
Thays Wolfart⁶
Aline Benso⁷

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

RESUMO

O presente estudo busca analisar os movimentos sociais e sua difusão digital, por meio das mídias alternativas digitais que surgem no decorrer do avanço tecnológico, por meio de uma pesquisa bibliográfica. Consequentemente, surgem novas formas de ativismo determinadas pela própria prática. Analisa-se também como a inclusão digital influencia no desenvolvimento de novos processos comunicacionais, trazendo conceitos que identificam o que são movimentos sociais e o que se trata a era digital. Desenvolve-se ainda a importância do repasse de informações no desenvolvimento da inclusão digital e a sua relação com os movimentos sociais na sociedade. Nesta perspectiva, utilizamos para abarcar o referencial teórico os autores Castells (2004), Recuero (2010), Kunsch (2007) e Peruzzo (1998).

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Comunicação Comunitária; Mídias Digitais; Movimentos Sociais; Pesquisa bibliográfica.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, devido à grande dificuldade de participação efetiva em veículos de mídia massiva, classes subalternas realizam ações em meios alternativos com características criativas e variadas, utilizando a comunicação comunitária. Entre esses

¹ Trabalho apresentado no II 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Estudante do 8º Semestre do Curso Comunicação Social – Hab. Relações Públicas – Ênfase em Multimídia. Email: liana_ferla@hotmail.com.

³ Estudante do 8º Semestre do Curso Comunicação Social – Hab. Relações Públicas – Ênfase em Multimídia. Email: barbaravturri@yahoo.com.br

⁴ Estudante do 8º Semestre do Curso Comunicação Social – Hab. Relações Públicas – Ênfase em Multimídia. Email: carolinarebellato@hotmail.com.

⁵ Estudante do 8º Semestre do Curso Comunicação Social – Hab. Relações Públicas – Ênfase em Multimídia. Email: magdablatt@hotmail.com.

⁶ Estudante do 8º Semestre do Curso Comunicação Social – Hab. Relações Públicas – Ênfase em Multimídia. Email: thays_wolfart@hotmail.com.

⁷ Orientador do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social – Hab. Relações Públicas – Ênfase em Multimídia, email: aline.benso@gmail.com.

meios alternativos destacam-se a rádio comunitária e, atualmente, a internet. Neste artigo apresentamos uma reflexão teórica, a partir de uma pesquisa bibliográfica, a fim de abordarmos as conceituações de comunicação comunitária, mídias digitais e movimentos sociais.

Os movimentos sociais consistem em ações coletivas de um grupo ou associação com interesses e características semelhantes que buscam alcançar mudanças sociais, econômicas, políticas ou religiosas. Os movimentos sociais estão presentes na sociedade a muito tempo, de acordo com Peruzzo (1998, p. 25) “isto pode ser encarado como um despertar de pessoas, de camadas sociais e de povos inteiros para a busca de condições de vida mais dignas, pautadas pelo desejo de interferir no processo histórico, sua vontade de posicionar-se como sujeitos”.

Os mais diversos meios de ação desenvolvidos por movimentos sociais são, segundo Pereira (2011, p. 11), “[...] fruto de um processo histórico cumulativo de atividades anteriormente desenvolvidas e que se adequam às necessidades e aos constrangimentos de cada processo específico que as entidades da sociedade civil desenvolvem”. Ou seja, os meios de atuação destes movimentos se adequam à tecnologia disponível, buscando a melhor forma de atingir e mobilizar as pessoas em busca de seus ideais. No ambiente digital, os movimentos utilizam meios cada vez mais criativos para buscar mudanças em sua realidade. Como especifica:

A criatividade é um elemento fundamental no processo de mobilização, pois à medida que novos constrangimentos surgem, novas formas de ação política são desenvolvidas, ou, à medida que novas ferramentas tecnológicas vão se desenvolvendo, também novas maneiras de agir coletivamente vão sendo articuladas (PEREIRA, 2011, p. 11).

A internet possibilita facilidade para organizar protestos e movimentos, mas raramente esse será o único meio utilizado. Logo, pode-se dizer que não existe uma substituição e sim uma complementariedade.

AS MÍDIAS ALTERNATIVAS DIGITAIS

A Era Digital, também conhecida como Era da Informação, surge a partir de inovações tecnológicas como, por exemplo, a Internet. Em seu princípio, fizeram-se muitas previsões sobre o impacto que esta viria a ter na sociedade. As rotinas e os costumes

personais sofreram inúmeras mudanças: novas atitudes preencheram o cotidiano, novos conceitos estão presentes e muitas informações encontram-se ao alcance.

Esta revolução tecnológica trouxe inúmeras consequências para a humanidade, mas a principal é a agilidade e o dinamismo na difusão da informação. O avanço tecnológico possibilitou o envio e a recepção de conteúdos atualizados 24 horas por dia, podendo acessar essas informações a qualquer instante a partir de qualquer dispositivo que possui conexão à rede de dados.

A Internet transformou de maneira repentina a vida da população, as ações e a cultura foram revolucionadas. De uma forma ou outra, todos sofreram algum tipo de mudança ou foram forçados a se adaptar à tecnologia. Logo, pode-se classificar a Era Digital como uma revolução da comunicação e uma grande transformação na informação.

O avanço tecnológico por que passam telecomunicações, imprensa, rádio, televisão, computadores, internet e transmissões via satélite impele a sociedade a um novo comportamento e, conseqüentemente, a um novo processo comunicativo social, com inúmeras implicações técnicas, éticas e morais. (KUNSCH, 2007, p. 3).

De acordo com Pereira (2011, p. 7) “[...] a internet oferece as condições para que um processo reflexivo de recepção das mensagens aconteça, diferentemente das mídias tradicionais”. Isto por ser um mecanismo no qual a interação pode tomar formas distintas: uma pessoa pode comunicar-se com outra ou com várias, ou muitas pessoas podem comunicar-se com uma ou com várias.

Neste processo a informação pode circular em âmbito local, regional, nacional ou mundial, permitindo que a comunicação se desenvolva. Logo, no caso dos movimentos sociais, a comunicação acaba alcançando espaços e indivíduos a baixo custo, o que talvez não fosse possível em mídias tradicionais. Nessa perspectiva, Pereira (2011, p. 5) afirma que “[...] a liberdade de expressão, a pluralidade de canais de informação e respectiva independência, o acesso amplo de diferentes estratos sociais à informação e aos novos meios de comunicação são elementos relevantes na construção de relações de poder”.

Os avanços tecnológicos proporcionaram algumas melhorias no campo da comunicação e por sua vez a área da comunicação comunitária é uma das beneficiadas, isso porque favoreceu o aperfeiçoamento na comunicação em benefício a comunidades. O uso das mídias digitais tem possibilitado a comunicação, independentemente do tempo e do espaço.

Por exemplo, o *Facebook*, uma rede social, este pode ser utilizada como ferramenta que auxilia na educação, no âmbito de ensino fundamental, ou então, de mobilizações a cerca de determinados objetivos de uma comunidade. De acordo com Porta e Diani (1999, p. 40), “A mídia possui um papel relevante como fonte de interpretação da realidade, modificando e expandindo áreas de experiência individual, intervindo na formação da opinião pública e contribuindo para a definição de identidades individuais e coletivas”.

Neste sentido entendemos as mídias sociais como facultados as respostas imediatas e a interação entre os indivíduos de uma mesma comunidade que além de permitirem o relacionamento, auxiliam como um espaço em que pode ser construídos questionamentos e reformulados opiniões.

Recuero (2010, p. 16), acredita que a comunicação mediada por computador (CMC), “[...] mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, amplificou a capacidade de conexão, permitindo que redes fossem criadas e expressas nesses espaços: as redes sociais mediadas pelo computador”. Assim a possibilidade de expressão tornou-se facilitada, por meio da multiplicidade de ferramentas e suportes de interação, e que asseguram esta interação mesmo que o usuário esteja desconectado de seu ciberespaço.

A comunicação de valores e a mobilização em torno do sentido são fundamentais. Os movimentos culturais (entendidos como movimentos que têm como objetivo defender ou propor modos próprios de vida e sentido) constroem-se em torno de sistemas de comunicação – essencialmente a Internet e os meios de comunicação – porque esta é a principal via que estes movimentos encontram para chegar àquelas pessoas que podem eventualmente partilhar os seus valores, e a partir daqui atuar na consciência da sociedade no seu conjunto. (CASTELLS, 2004, p. 170).

Neste sentido, compreendemos que a Internet, ou neste caso, as redes sociais, podem contribuir significativamente para o desenvolvimento de ações dentro de uma comunidade. Entendemos o uso estratégico das mídias digitais e interativas a partir de suas responsabilidades, tende a efetuar a comunicação neste espaço, porém o aperfeiçoamento quase que simultâneo é mais que necessário, pois diante de tanta informação é primordial saber manter o diálogo esclarecedor e objetivo.

COMUNICAÇÃO NO TERCEIRO SETOR

A consolidação das organizações não governamentais (ONGs) hoje presentes no cenário nacional surgiram nas décadas de 60 e 70, que pertencem ao terceiro setor. Com o enfraquecimento ou até mesmo a neutralização do poder público diante de demandas sociais que estavam acontecendo constantemente, começou a existir como resposta uma pressão pública ao Estado, a partir disso, começou a surgir um espaço que existe uma articulação entre os setores públicos e privados, chamado de Terceiro Setor.

Soares e Ferraz (2006, p.25) também entende que as causas do “[...] surgimento e o fortalecimento deram-se, principalmente, em decorrência do agravamento dos diversos problemas sociais e da impossibilidade do Estado em conseguir soluções para estas demandas”.

O terceiro setor se subdivide em diversas categorias, que são elas: Associações, organizações filantrópicas, beneficentes e de caridade, organizações não governamentais e fundações privadas. A definição de Pimenta, Saraiva e Corrêa (2006) para o terceiro setor constitui-se de fundações privadas e associações sem fins lucrativos que se enquadram nos seguintes critérios:

privadas, não integrantes, portanto do aparelho do Estado; sem fins lucrativos, isto é, organizações que não distribuem eventuais excedentes entre os proprietários ou diretores e que não possuem razão primeira de existência a geração de lucros; auto administrativas ou capazes de gerenciar suas próprias atividades; e voluntárias, na medida em que podem ser constituídas livremente por qualquer grupo de pessoas. (PIMENTA, SARAIVA e CORRÊA, 2006, p. 08).

Segundo Melo Neto e Froes (2001) terceiro setor define-se:

Como o espaço institucional que abriga ações de caráter privado, associativo e voluntarista voltadas para a geração de bens de consumo coletivo, sem que haja qualquer tipo de apropriação particular de excedentes econômicos gerados nesse processo. (NETO e FROES, 2001, p. 9).

Muitas pesquisas envolvendo o terceiro setor informam que hoje as organizações sem fins lucrativos formam uma das expressões mais verdadeiras de cidadania e participação social. Porém, não é somente uma ferramenta de melhoria social; o Terceiro Setor ganha um espaço cada vez mais fortalecido na economia, com geração de renda e participação econômica no país. Suas conquistas e crescimento ao longo dos anos são inegáveis para todos. Essa expansão revela, entre outros aspectos, os limites de governos

cada vez menos capazes de resolver os problemas fundamentais e básicos da maioria da população.

Para que o terceiro setor mantenha um crescimento positivo, devem-se ter a frente gestores sociais éticos e que tenham comprometimento com as ideologias pelas quais as organizações onde estão inseridos defendem, além de ter que enfrentar os desafios que existem no terceiro setor, que é a busca de recursos financeiros mais estáveis, a falta de disseminação de informações sobre o que é o terceiro setor, como é formada, como se expressa em âmbito nacional e na execução de ações de interesse público, e ainda, a vinculação com o Estado e com o setor Privado.

Para obter visibilidade é preciso investir em comunicação, como forma de se estabelecer estratégias e fortalecer a imagem da instituição diante dos públicos. Mesmo sendo no Terceiro Setor, as entidades mais visíveis na mídia, acabam instigando a população a ajuda-las.

Segundo Adulis (2002) em vários casos a comunicação no Terceiro Setor é vista apenas como uma forma de obter recursos materiais e financeiros, porém, para o autor vai além disso: estas organizações precisam se instituir na sociedade para que então mobilizem as pessoas a ajudar.

Toda organização, tanto do setor privado, como do terceiro setor, precisa de visibilidade para se legitimar diante da sociedade, para que seja agregada credibilidade política às suas ações perante os poderes públicos e para que sejam atraídos novos investidores ou consolidados os parceiros já existentes. (SOARES e FERRAZ, 2006 p.51).

Tanto para organizações privadas quanto organizações do terceiro setor, a internet torna-se um instrumento que atrai o público e facilita a interatividade entre estes. É importante que este instrumento, no caso do presente trabalho um site de uma ONG de animais, possua todas informações necessárias para que possa atender seus diversos públicos, como afirma Chleba:

Um público tão diferenciado pode ter motivos diferenciados. A ótica dos visitantes de um site difere em função de seus interesses. [...] É preciso apenas criar, dentro do site, recursos específicos – claramente identificáveis – para cada perfil de visitantes. (1999, p. 109-110).

Segundo Silva (2013) “o site institucional é o rosto de uma empresa na internet”, e a elaboração tanto do seu layout quanto do conteúdo, devem ser pensados cuidadosamente visando à primeira impressão dos visitantes, ou seja, deve ser agradável aos olhos e a leitura. Isso também se aplica ao site de uma ONG, este, deve se apresentar com todas as informações necessárias, de uma maneira que cativa e mostre que o trabalho realizando é sério para quem está acessando.

A COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E MOVIMENTOS SOCIAIS

Definir conceitualmente movimento social não é tarefa fácil e existem várias abordagens difíceis de comparar. Tarrow (1993 apud Melucci, 1989, p. 1) “o campo dos movimentos sociais é um dos mais indefiníveis que existem”. Vários autores que estudam esses fenômenos tentam isolar alguns aspectos empíricos, mas como cada um deles destaca fundamentos diferentes, tornando difícil a comparação entre tais definições.

Em linhas gerais, o conceito de movimento social refere-se à ação coletiva de um grupo organizado que busca alcançar mudanças sociais, econômicas, políticas ou religiosas. Essas mudanças variam conforme seus valores e ideologias dentro de determinado contexto e sociedade permeados por tensões sociais.

Movimentos sociais podem visar à transição, a mudança ou mesmo a revolução da realidade de certo grupo ou classe social. Essa luta pode ser tanto por algum ideal como também por um questionamento da realidade que se determina como um fator que impeça a realização das ambições do movimento. A existência de tais movimentos é fundamental para a sociedade civil por ser um meio de manifestação, reivindicação e, conseqüentemente, participação.

Para Scherer-warren (2005, p. 242), movimento social consiste em “uma noção presente em diferentes espaços sociais: do erudito, acadêmico, passando pela arena política das políticas e dos políticos até o meio popular”. Todos têm, na teoria ou na prática, uma representação do que seriam movimentos sociais e, segundo a mesma autora, “esta representação sempre envolve um coletivo de pessoas demandando algum bem material ou simbólico”.

As várias e distintas interpretações sobre o que é um movimento social na atualidade decorrem de três fatores principais: mudanças nas ações coletivas da sociedade civil, nos paradigmas de análise dos pesquisadores e na estrutura econômica e nas políticas estatais.

Gohn (2007, p. 243) destaca que, “resulta dessas alterações um conjunto dispar de fenômenos sociais que tem sido designado como movimentos sociais”.

Logo, podemos agrupa-los da seguinte forma: ligados à bens de consumo coletivo, envolvidos na questão da terra, motivados por desigualdade cultural, dedicados à questão trabalhista, relacionados com as condições gerais de vida, voltados à defesa dos direitos humanos e vinculados a problemas específicos.

As expressões movimentos sociais, movimentos coletivos, movimentos populares, movimentos sociais urbanos, movimentos sociais populares, entre outras, são usadas indistintamente, o que talvez reflita sua grande diversidade e heterogeneidade em nossa sociedade. (PERUZZO, 1998, p. 44).

Os movimentos sociais ligados a bens de consumo coletivo tratam-se de comissões ou associações de pessoas com características e interesses semelhantes, por exemplo, grupo de mulheres, associação de moradores. Estes grupos ou associações buscam reivindicações para melhorar transporte coletivo, coleta de lixo, saúde, educação e segurança a partir do seu local de moradia.

Já os movimentos envolvidos na questão da terra pode-se citar como exemplo o Movimento dos Sem-Terra. Este movimento luta pelo acesso à terra como meio de produção e sobrevivência e pela reforma agrária. Os sindicatos e as oposições sindicais caracterizam os movimentos dedicados às questões trabalhistas. Estes sindicatos reivindicam problemas salariais, condições de trabalho em fábricas e fazendas, por exemplo.

Movimentos motivados por desigualdades culturais baseiam-se aqueles movimentos que tocam à etnia e ao sexo como, por exemplo, o movimento da cultura negra e o movimento feminista. São movimento recentes, mas que vêm se fortalecendo. Movimentos que lutam pela preservação do meio ambiente, contra o alto custo de vida e por melhores condições de vida são classificados como movimentos relacionados à condições gerais de vida.

Os movimentos voltados à defesa dos direitos humanos lutam contra a violação dos direitos da pessoa e contra a impunidade. Pode-se citar como exemplo o Movimento Nacional de Defesa dos Direitos Humanos. Também temos os movimentos vinculados à problemas específicos, que são os que se voltam para pequenas parcelas da população, por exemplo o Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua.

MÍDIAS DIGITAIS E MOVIMENTOS SOCIAIS

Os movimentos sociais pregam a transformação social, que é resultado da busca de condições de vida digna, Peruzzo (1998) destaca este conceito já na introdução do capítulo, pois sabe-se que é através dos movimentos sociais que as classes populares e subalternas empenham-se em manifestar seus desejos e anseios perante sua realidade diária.

Peruzzo (1998) afirma que, os movimentos sociais iniciaram a partir seguintes fatores, espoliação das classes subalternas, suas condições de vida, a percepção da necessidade de intervir em processos de decisões de forma coletiva, momento político e o apoio da sociedade civil principalmente da Igreja Católica e outros setores ligados aos direitos das pessoas. Estes fatores são destacados pelo fato de estarem conectadas as comunidades subordinadas, estas comunidades que ao reivindicar seus direitos são abordadas na mídia, o termo mídia, é o fato de divulgar informações, não só no cujo jornalístico, mas para a sociedade num todo.

Quando de refere à mídia e os movimentos sociais expõem que atualmente os movimentos sociais necessitam ter visão perante a mídia, pois é através dela que as demandas são consolidadas, tornando-se somente essências após a aparência para a sociedade através da mídia. Sendo que então são atribuídas as reivindicações, os apoiadores, que possuem também certo poder sobre a sociedade, mas a autora também destaca que o objetivo dos movimentos populares nem sempre é destacado na mídia, justamente porque a causa da luta por muitas vezes é em desfavor de instituições públicas ou até mesmo de instituições privadas.

De acordo com Peruzzo (1998) os movimentos populares passaram por algumas transformações desde seu início, em primeiro lugar, passam de uma fase de manifestações públicas para uma outra em que se preocupam em constituir-se enquanto organizações legal e solidamente estruturadas. Depois, sentem a necessidade de uma articulação, a que alguns chamam de “unificação” dos movimentos. É a articulação de entidades e movimentos visando a ações conjuntas, em nível setorial, municipal, estadual e nacional. Por fim, passam a aceitar participar de parcerias com o setor público e também com instituições privadas, como forma de somar forças e atender às demandas crescentes da sociedade.

No entanto, as manifestações tratam-se, de processos de conceber o desenvolvimento de sociedade digna, por meio de reivindicações de uma comunidade, sendo por meio de um consenso dos indivíduos que ali vivem. É então que o assunto é

refletido na mídia e dependerá dela, se o assunto se ampliará e aprofundará, resultando numa intensa reivindicação ou apenas será abordado de forma singela não apresentando-se como uma manifestação popular, ou ainda nem será apresentada pela mídia, tornando-se praticamente inválida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente texto, procurou-se especificar o significado dos movimentos sociais mediante a mídia digital, como também analisar a importância da tecnologia para com a inclusão digital.

Os movimentos sociais possuem fundamental importância na construção da sociedade atual. Essa luta ocorre por diversos motivos, mas sempre por idealizar alguma questão a ser reivindicada. Nesse contexto encontra-se a era digital, a responsável por disseminar informações referentes a tais movimentos. Os movimentos sociais na internet possuem como objetivo principal atingir um maior número de pessoas e tempo real, ou seja, o repasse dessas informações é responsável por gerar discussões e promover a socialização. Deste modo, é essencial a exposição dos movimentos sociais nesse meio, tendo em vista que o número de pessoas a utilizar essas mídias está tornando-se cada vez maior.

Neste âmbito, foi possível reconhecer que a disseminação de tais movimentos via internet são de suma importância, pois assim os mesmos proporcionam maior visibilidade perante o público que se deseja atingir, gerando discussões e promovendo a socialização entre os indivíduos.

REFERÊNCIAS

ADULIS, Dalberto. O papel da comunicação na captação de recursos. **Revista RITS- Rede de Informações para o Terceiro Setor**. Disponível em: <http://www.rets.org.br/rits>. Acesso em: 12 de setembro de 2015.

CASTELLS, M. **A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

CHLEBA, Márcio. **Marketing digital: novas tecnologias e novos modelos de negócios**. São Paulo: Futura, 1999.

DELLA PORTA, D.; DIANI, M. 2006. **Social Movements: an introduction**. Oxford: Blackwell.

GOHN, M.; **Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. 6ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

KUNSCH, M. M. K. **Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades.** 2007. Disponível em: http://randolph.com.br/uniso/wp-content/uploads/2012/09/comunicacao_organizacional_digital.pdf. Acesso: 10 de junho de 2014.

MELO NETO, Francisco P. de Melo; FROES César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: administração do terceiro setor.** 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitmark, 2001. p.190.

MELUCCI, A. **Um objetivo para os movimentos sociais.** São Paulo: Lua Nova nº17, 1989. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-64451989000200004&script=sci_arttext. Acesso: 10 de junho de 2014.

PEREIRA, M. A.; **Internet e mobilização política – os movimentos sociais na era digital.** 2011. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Marcus-Abilio.pdf>. Acesso: 10 de junho de 2014.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos Populares: a participação na construção da cidadania.** Petrópolis: Vozes, 1998.

PIMENTA, S.M; SARAIVA, L.A.S; CORRÊA, M.L. (Org) **Terceiro Setor: dilemas e polêmicas.** São Paulo: Saraiva, 2006.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre, RS: Sulina, 2010.

SCHERER-WARREN, I. **Redes de movimentos sociais.** 3ª ed. São Paulo: Loyola, 2005.

SILVA, Lucas. O que são e qual é a importância dos sites institucionais para um negócio. **Administradores**, set. 2013. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/o-que-sao-e-qual-e-a-importancia-dos-sites-institucionais-para-um-negocio/73240/>. Acesso em: 12 de setembro de 2015.

SOARES, Isamar; FERRAZ, Luci. Voluntários, terceiro setor e gestão da comunicação. In: COSTA, Maria Cristina (org.). **Gestão da comunicação: terceiro setor, organizações não governamentais, responsabilidade social e novas formas de cidadania.** São Paulo: Atlas, 2006. Cap 03, p. 39-53.