



AS RELAÇÕES ENTRE IMPRENSA E "TERCEIRO SETOR" NA PROMOÇÃO DO DEBATE PÚBLICO DE QUESTÕES SOCIAIS

Cíntia Lieseberg¹

Introdução

Este texto aborda principais aspectos que embasaram o projeto de pesquisa em desenvolvimento no departamento de Jornalismo da Escola de Comunicações e Artes da USP, que visa estudar as relações entre a imprensa, inserida nos meios de comunicação de massa, com foco para o jornalismo impresso, e o “terceiro setor” – termo que reúne, segundo autores que o definem, iniciativas e organizações da sociedade civil, não governamentais e com finalidade pública.

Terceiro Setor: origens do conceito e atuação no Brasil

Segundo Fernandes (2000; 1997), a expressão “terceiro setor” foi traduzida do inglês - third sector - e faz parte do vocabulário sociológico corrente nos Estados Unidos. No Brasil, como apresenta o autor:

“pode-se dizer que o ‘Terceiro Setor’ é composto de organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas pela ênfase na participação voluntária, num âmbito não-governamental, dando continuidade às práticas tradicionais da caridade, da filantropia e do mecenato e expandindo o seu sentido para outros domínios, graças, sobretudo, à incorporação do conceito de cidadania e de suas múltiplas manifestações na sociedade civil.” (Fernandes, 1997:27)

Como comenta, esta definição pode soar estranha por combinar palavras de contextos simbólicos diferentes e que apresentam, inclusive, divergências mútuas, como é o caso de filantropia em contraposição à caridade, e cidadania, ao mecenato. Porém, segundo o autor, são diferenças que passam a dar lugar a um jogo de oposições e complementaridades distintas, mas que já não se separam do todo, recobrando-se parcialmente, alternando situações de

¹ Mestranda do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da USP e bolsista pela CAPES.

¹ Trabalho apresentado na Sessão de Temas Livres, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



conflito, cooperação e indiferença: “A irmã de caridade que defende sua creche como uma ‘ação de cidadania’ ou o militante de organizações comunitárias que elabora projetos para o mecenato empresarial tornam-se figuras comuns.”, (FERNANDES, 1997 : 27). Para este autor, o terceiro setor abriga ainda, ações isoladas desenvolvidas por membros da sociedade civil, como trabalhos realizados por escolas, centros religiosos, igrejas e centros espíritas, além do investimento de empresas privadas em projetos sem fins lucrativos.

O agrupamento de tão variados componentes em um mesmo termo se explica, segundo Fernandes, em quatro razões principais: por fazer um contraponto às ações do mercado; por fazer um contraponto às ações do Estado, por emprestar um sentido maior aos elementos que compõe - realçando tanto o valor político como o econômico das ações voluntárias sem fins lucrativos e por projetar uma visão integradora da vida pública - entre Estado, mercado e terceiro setor. (FERNANDES, 1997 : 29 -32)

Nesse contexto, pode-se dizer que o discurso acerca da conformação do “terceiro setor” afirma que as organizações e iniciativas que o compõem tornam-se elemento de tomada de ação complementar ao dever do Estado e dos interesses de mercado. Ainda, segundo Fernandes (2000) estas são criadas a partir da iniciativa privada, mas com objetivos coletivos, em que interessa um Estado mais eficaz, e direcionadas para a sinalização das deficiências do mercado, de suas limitações e abusos, porém assimilando suas inovações e direcionando-as para áreas menos favorecidas ou ignoradas por este.

Imprensa e iniciativas circunscritas pelo conceito do “terceiro-setor”

Feita uma apresentação sobre o espaço que se afirma como “terceiro setor”, conceito que ainda é pouco conhecido no país (FERNANDES, 2000), o estudo se propõe a analisar a forma como a imprensa vem relatando o trabalho de organizações e iniciativas que o compõem, considerando sua diversidade de atuação, com o objetivo de realizar uma pesquisa que contribua para um melhor entendimento das relações entre essas instâncias: redes midiáticas e ações da sociedade circunscritas pelo pelo termo apresentado, bem como do discurso que constróem e suas implicações sociais.

Com base na análise do discurso jornalístico, bem como de um estudo mais aprofundado sobre os argumentos e informações em que se baseiam os autores que defendem a reunião de iniciativas tão diversas em um mesmo campo, busca avaliar os juízos de valor



expressos, pressupostos e recorrências que permitam identificar processos de construção de sentidos indicativos dos posicionamentos e valores que, em interação esses discursos reforçam e ratificam.

Para tanto, utiliza referenciais teóricos como a chamada Análise de Discurso de linha francesa, a partir de Michel Pêcheux (1992 e 1990) e Eni Orlandi (1999), com atenção especial para os trabalhos de Dominique Maingueneau (2001a., 2001b. e 1989), tomando como princípio o papel de destaque assumido pela mídia na visibilidade e divulgação de temas na contemporaneidade, com embasamento em autores como Adriano Rodrigues (1997), Adrián Lavalle (2001) e Eugênio Bucci (2002).

Motivações para o estudo

Quantas são as iniciativas promovidas pela sociedade civil brasileira na busca por melhores condições de vida para os cidadãos? Estimam-se muitas, centenas de milhares². Talvez impossíveis de serem calculadas de tão numerosas e dispersas. Mesmo assim, ao se olhar ao redor, vêem-se pobreza, conflitos étnicos, roubo e miséria presentes e, aparentemente, em crescimento. Contraponto entre uma tendência que se espalha e minorias tendo que lutar por respeito a direitos básicos.

Como exemplo referencial, em Campinas, interior de S. Paulo, o Centro Infantil Boldrini (reconhecidamente uma organização não-governamental) adquire notoriedade no combate ao câncer infantil, ganha espaço e imagem na imprensa e apoio crescente da comunidade.³

Por outro lado, na mesma cidade, onde os problemas sociais, são fato evidente, atividades assistenciais desenvolvidas pela mesma instituição, em uma área de ocupação “sem teto”, em que viviam cerca de 7 mil famílias, enfrentava forte oposição por parte da população⁴.

² Ver dados apresentados nas *Considerações Finais*.

³ Fato observado em contato com a instituição e acompanhamento periódico de jornal do município (Correio Popular), bem como de publicações da FEAC - Federação das Entidades Assistenciais de Campinas, no ano de 2000.

⁴ Situação observada quando da atuação junto ao Centro Infantil Boldrini, no primeiro semestre de 2000. A instituição desenvolvia ações, como atividade secundária, junto aos moradores da localidade. Após a veiculação de matérias associando o Centro Infantil ao trabalho desenvolvido na área de ocupação, a entidade recebeu diversas ligações de pessoas que faziam doações regulares para a mesma. O teor dessas ligações consistia



A partir de paradoxos como este, surge a necessidade de estudos que contribuam para um maior entendimento dos sentidos construídos em torno do discurso relacionado às questões sociais. Para tanto, na sociedade mediada em que vivemos, tal estudo passa necessariamente pela divulgação e tratamento que a grande imprensa realiza sobre o tema.

Visando fornecer contribuições para a reflexão e o entendimento desse campo vasto e ainda pouco explorado, este projeto trata da inclusão e da abordagem pela imprensa de temas relacionados ao trabalho desenvolvido por organizações delimitadas pelo termo “terceiro setor” - que hoje assumem destaque na inserção no debate público de diversas problemáticas sociais, das mais triviais às mais contundentes - e dos processos de construção de sentidos atribuídos às ações realizadas.

Para Adriano Rodrigues, “o fato de termos hoje à nossa disposição a instituição mediática faz com que aquilo que não seja objeto da sua intervenção mediadora não tenha existência socialmente reconhecida.”.

Para Gomes (2000) a esfera pública é o “conjunto de agentes que o sistema expressivo dos mass media admite como sujeitos de opinião”. Esta perspectiva, que o autor considera mais apropriada para o contexto da sociedade contemporânea que o conceito elaborado por Habermas (1984), impossibilita qualquer dissociação entre esfera pública e os meios de comunicação de massa. A ponto de afirmar que:

“Uma discussão pode ser propriamente considerada debate público em sentido estrito apenas quando atinge cotas quantitativamente importantes de público [...] o debate é considerado realmente público se ele tiver à sua disposição um volume ‘satisfatório’ de audiência. Isso faz com que o debate especializado precise, de algum modo, frequentar a mídia”. (GOMES, W., 2000)

Gomes comenta a importância da exposição midiática para o reconhecimento político de iniciativas sociais:

“Se as entidades ou organizações da sociedade civil, por exemplo, não forem capazes de introduzir na cena de debate mediático, terão reduzidas consideravelmente as suas já não tão grandes chances de

principalmente em reclamações sobre a atividade desenvolvida no local e avisos de suspensão de doações motivadas pelo projeto realizado. Não houve registros de ligações apoiando a iniciativa.



participar das decisões do Estado e da agenda nacional.” (GOMES, W., 2000)

Embora não se partilhe aqui da mesma visão, já que há experiências de espaços de discussão que nem sempre chegam a ser divulgados ou explorados pela imprensa, como alguns dos exemplos trazidos por Dagnino (2002), como o caso de alguns Fóruns e Conselhos Municipais, que têm implicações significativas para as comunidades em que se desenvolvem, não se pode negar que os meios de comunicação de massa e a cobertura jornalística nela inserida assumem importante espaço na sociedade contemporânea, pois dispõem de mecanismos que permitem a abrangência de grandes públicos.

Nos Fóruns Sociais Mundiais realizados nos últimos três anos (2001, 2002 e 2003)⁵, na cidade de Porto Alegre - RS - que reuniram representantes de diversos países e mobilizaram a mídia nacional e internacional, encontra-se exemplo significativo dessa abrangência gerada por iniciativas promovidas pela sociedade civil.

Nesse sentido, vale comentar o posicionamento de Lasch (1986 : 11) quando afirma que os movimentos pacifistas e preservacionistas, como movimentos que fazem da sobrevivência o seu lema, forçam um sentimento de individualidade sitiado. Pela ênfase nas dimensões mundiais, segundo o autor, acabam por colaborar, provavelmente, “para minar a inserção em uma situação particular, debilitando ainda mais a base emocional em que se fundamenta um real interesse no futuro”.

Por outro lado sua afirmação leva à conclusão de que iniciativas de interesse coletivo podem ser favorecidas quando são apresentadas possibilidades de participação à população. Ao divulgar fatos promovidos localmente, pode-se dizer que a imprensa contribui para evidenciar formas de engajamento em determinada comunidade, como potencial elemento mobilizador à ação.

Nesse contexto, o estudo é valorizado por associar a participação da sociedade à reflexão sobre a imprensa inserida nos meios de comunicação de massa, às pautas que seleciona e o suas potencialidades como agente de transformações sociais. Incluem-se o posicionamento das iniciativas e organizações frente à discussão dos assuntos públicos, e o

⁵ Para maiores informações ver o site: [<http://forumsocialmundial.org.br>]



aproveitamento de possíveis “brechas” dessa estrutura na inserção de pautas de interesse coletivo, abrindo novas perspectivas de estudo no campo da comunicação na sociedade civil.

Cabe então abordar estudos sobre a utilização das informações provenientes de ações de relações públicas por parte dos meios de comunicação. Pesquisas realizadas, em 1987 na Alemanha, apontam que, dos boletins de imprensa entregues por diversas instituições como governo e partidos políticos, mais da metade foi publicada: dados indicaram que entre 73% a 90% do material escolhido para difusão foi veiculado sem comentários e, na maioria das vezes, as alterações consistiam em informações sem importância, como alterações de estrutura de texto, por exemplo, (KUNCZIK, 1997 : 283). Segundo o autor: “não se encontrou praticamente nenhum traço da iniciativa jornalística.”

Esse levantamento, ao mesmo tempo alarmante e intrigante, somado a outros fatos citados por Kunczik (1997 : 277-87) que demonstram a relação entre os profissionais de imprensa e de relações públicas na produção de pautas, leva mais uma vez a repensar a relação entre iniciativas de cunho social no contexto da imprensa de massa bem como o processo da produção jornalística envolvendo o tema. Isto é, retoma o foco da necessidade de pesquisa voltada para o teor das matérias produzidas em torno de questões sociais, considerando a crescente atuação de empresas privadas em iniciativas do gênero, que são incluídas como ações do “terceiro-setor”.⁶

Desenvolvimento dos trabalhos

As etapas de desenvolvimento do estudo proposto, baseiam-se no foco principal da pesquisa que visa buscar elementos que permitam discutir a produção de informações na atualidade em torno de questões sociais e suas implicações para determinadas visões de mobilização da população.

O estudo toma como objeto dois dos principais jornais que circulam na cidade de Campinas-SP. Optou-se por esse município pelo seu papel de destaque no interior do estado e pelos diferentes cenários que o compõe: acelerado desenvolvimento econômico, tecnológico e

⁶ Para maiores detalhes, ver PAOLI, Maria Célia. “Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil”. In: SANTOS, Boaventura de S. (org.) **Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa**. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 2002.



industrial, de um lado, e, de outro, graves problemáticas sociais, além da existência de diversas organizações que podem ser incluídas pela descrição do “terceiro setor”, o que propicia a abordagem conjunta das questões levantadas.

A escolha dos jornais Correio Popular e Folha de São Paulo permite, ainda, o trabalho complementar entre o jornalismo regional e o estudo de características da produção de imprensa das grandes capitais.

O Correio Popular é um jornal de destaque regional e seu estudo se faz importante para esta pesquisa pois, seja por maior proximidade entre centro produtivo e seus leitores, seja pela necessidade de cumprimento de pautas locais, permite maiores chances de inserção de assuntos originários de ações da comunidade e a abordagem de temas que estão mais ao alcance da participação da população.

A Folha de São Paulo que circula no município foi incluída em razão de sua abrangência nacional e por possuir um caderno produzido na cidade, a Folha Campinas, de circulação regional. Por mesclar matérias locais com outras elaboradas pela matriz, a inserção na agenda deste jornal passa por critérios mais rigorosos de seleção. Dessa forma, acreditamos conseguir associar elementos que possibilitem uma visão ampliada do fazer jornalístico inserido na imprensa de massa e de sua influência sobre o cenário de iniciativas não-governamentais desenvolvido em uma comunidade.

O período de oito meses para seleção das matérias foi estabelecido para que a amostra não fosse influenciada por datas comemorativas que pudessem tornar o estudo tendencioso pela existência de um maior apelo a determinado tipo de ações em certas épocas do ano, como o Natal, por exemplo, em que as mais diversas doações são incentivadas, sem, no entanto, apresentarem-se de forma a gerar atitudes mais efetivas da população em torno das causas sociais.

Partindo dessas considerações, os trabalhos compreendem, em um primeiro momento estudo aprofundado sobre o campo circunscrito sob o termo “terceiro-setor” e o registro de informações básicas, como a *clippagem* de matérias relacionadas ao tema, realizada no período de agosto de 2001 a março de 2002, seguida de seleção dos achados encontrados, que foram compilados em um inventário de formas de inserção das iniciativas incluídas no campo de estudo, que aponta interessantes achados, como a criação de produtos editoriais específicos



para abordar o tema, como é o caso da campanha: “Cidadão 2001” e “Cidadão 2002”, do Correio Popular e da “Coluna Social”, da Folha, motivadas pela comemoração de 2001, como o Ano Internacional do Voluntariado, instituído pela ONU, entre outros.

Na etapa subsequente desenvolveu-se metodologia de análise, em fase de aplicação sobre o *corpus* final. A partir das informações, achados levantados e dos resultados da análise pretende-se estabelecer relações que possibilitem o conhecimento mais apurado do objeto de pesquisa e das implicações do processo de produção discursiva veiculado pelo jornalismo na construção de sentidos associados à participação social.

Considerações Finais

Os estudos sobre a atuação do chamado “terceiro setor” ainda carecem de informações mais precisas, como demonstra a divergência entre os dados levantados nos sites da Rede de Informações do Terceiro Setor (RITS) e da revista eletrônica *Integração* – produzida pela Fundação Getúlio Vargas, recolhidos na mesma data (26/09/2000).

Segundo a RITS, existiam na época, no Brasil, cerca de 250 mil Organizações da Sociedade Civil (OSCs) que empregam aproximadamente 1,5 milhão de pessoas que atuam nas mais diversas áreas de interesse público, desde educação, meio ambiente à comunicação e ao lazer. Das mais antigas, ligadas à igreja católica, às mais recentes, em que se destacam as “ONGs” - Organizações Não-Governamentais -, que se multiplicaram nos anos 1980, principalmente na defesa dos direitos humanos e em projetos de desenvolvimento social. Já segundo a Revista *Integração*, a estimativa era ainda maior: 500 mil ONGs atuantes no Brasil, com investimentos que somaram, apenas em doações no ano de 1999, cerca de US\$ 511 milhões, acrescidos de cerca de US\$ 70 milhões ao ano, vindos das agências internacionais de investimento.

Ao se considerar o relevante destaque que essas iniciativas adquirem, quando circunscritas por um mesmo campo, como pretende o conceito e defensores do “terceiro setor”, como os autores apresentados por Ioschpe (1997), os apontamentos feitos pela RITS (26/09/2000), valorizam a importância deste objeto de estudo. Discorrem sobre o tratamento da informação neste setor e sua relação com opiniões e atitudes da população:

“Sem informações sobre o conjunto, o setor não é sequer reconhecido. Fala-se de maneira impressionista. As imagens que passam para a opinião pública oscilam entre o angelical e o diabólico, ao sabor dos humores e dos acontecimentos.”

“Na ausência de informações claras e acessíveis, o público mantém-se naquela postura bem brasileira da simpatia desconfiada. Resulta que, apesar da cultura generosa deste país, pouco se contribui para ações cidadãs.”

“As OSCs mais dinâmicas investem na qualificação das suas próprias informações. Este é o passo mais importante... Sabendo de si e de seu público, é capaz de informar melhor aos potenciais financiadores: os próprios beneficiários, empresas, fundações ou órgãos de governo.”

Essas observações relacionadas à abordagem da informação em organizações do chamado “terceiro setor”, embora sucintas, podem ser associadas ao tratamento da imprensa e remetem à questão de que, para gerar debate abrangente sobre as causas pelas quais trabalham, essas organizações necessitam passar por uma esfera que permita difusão ampliada, o que, atualmente, implica em sua inserção na mídia.

Porém, apenas conquistar espaço na mídia não basta. É preciso ir além, pois o discurso por ela mediado constrói sentidos que reforçam idéias e valores de um imaginário social, que são traduzidos em posturas de vida e ações do cotidiano.

Essa análise discursiva, no entanto, passa também pela necessidade de se entender os posicionamentos distintos adotados pelas organizações e iniciativas que compõem o estudo para que não se corra o risco, como se aponta no artigo desenvolvido pelo Grupo de Estudos sobre a Construção Democrática (2000), de defesa de uma visão unilateral e virtuosista das ações desenvolvidas pela sociedade civil.

Essa questão impõe o aprofundamento da pesquisa no que tange às implicações da própria circunscrição de campo definida pelo termo “terceiro setor” e dos enfoques políticos e sociais aí presumidos. Situação peculiar que se refere ao interesse prioritário desse estudo em entender esses processos de produção simbólica que envolvem as relações entre imprensa e sociedade organizada em torno de finalidades públicas.



Referências Bibliográficas

- ALSINA, M. **La construcción de la noticia**. Barcelona : Paidós Comunicación, 1989.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo : Hucitec, 1995.
- _____. **Estética da criação verbal**. São Paulo : Martins Fontes, 1992.
- BARROS FILHO, C. **Ética na comunicação**. São Paulo : Moderna, 1995.
- BARTHES, R. **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis : Vozes, 1976.
- _____. **Crítica e Verdade**. São Paulo : Perspectiva, 1970.
- BECKER, M. L. **Informação, internet e cidadania na cidade de Curitiba**. Tese de mestrado. IA/Unicamp, 2001.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro : Zahar Editor, 1997.
- BUCCI, E. **Televisão objeto: a crítica e suas questões de método**. Tese de doutorado. ECA/USP, 2002.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**. São Paulo : Edusp, 1998.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo : Paz e Terra, 1999.
- CAVALCANTE, J., COSTA, S.M., VIEIRA, G. (coords.) **Investimento social na idade mídia**. Em: Agência de Notícias dos Direitos da Infância : www.andi.org.br, 12/2000.
- DAGNINO, E. (org.). **Sociedade civil e espaços públicos no Brasil**. São Paulo : Paz e Terra, 2002.
- DAGNINO, E. (org.). **Os anos 90: política e sociedade no Brasil**. São Paulo : Brasiliense, 1994.
- ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro : Nova Fronteira , 1984
- ERBOLATO, M. **Técnicas de codificação em jornalismo**. Petrópolis : Vozes, 1978.
- FALCONDER, A.P. **A promessa do terceiro setor**. Tese de mestrado. FEA - USP, 1999.
- FERNANDES, R.C. “*O Que é o Terceiro Setor*”. Em: **3º Setor desenvolvimento social sustentado**. IOSCHPE, E.B. (org.). Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1997.



- _____. **Privado porém público**. Relume Dumara, 1994.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- GOHN, M.G. **Mídia, terceiro setor e MST**. Petrópolis : Vozes, 2000
- GOMES, M. R. **Ética e jornalismo**: uma cartografia dos valores. São Paulo : Escrituras, 2002.
- GOMES, W. **Opinião pública hoje** - uma investigação preliminar. In: IX Compós, Porto Alegre, 2000.
- GONÇALVES, H. S. (org.) **Organizações não governamentais: solução ou problema**. São Paulo : Estação Liberdade, 1996.
- GRUPO DE ESTUDOS SOBRE A CONSTRUÇÃO DEMOCRÁTICA – “Os movimentos sociais e a construção democrática: sociedade civil, esfera pública e gestão participativa”. Em: **Idéias, IFCH-UNICAMP, n5/6**, 2000. (p.13 a 42)
- HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro:Tempo Brasileiro, 1984.
- HALL, S. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro : DP&A, 1998.
- HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo : Edições Loyola, 1991.
- IOSCHPE, Evelyn Berg (org.). **3º Setor desenvolvimento social sustentado**. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1997.
- KRISTEVA, J. **História da linguagem**. Portugal : Edições 70, 1994.
- KUCINSKI, B. **A síndrome da antena parabólica**. São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 1998.
- KUNCZIK, M. **Conceitos de jornalismo**. São Paulo : Edusp, 1997.
- LANDIM, Leilah (org.). **Ações em sociedade**: militância, caridade, assistência etc. Rio de Janeiro : NAU, 1998.
- LASCH, C. **O mínimo eu**. São Paulo : Brasiliense, 1986.
- LAVALLE. Adrián Gurza. **Espaço e vida públicos**: reflexões teóricas e sobre o pensamento



brasileiro. Tese de doutorado. FFLCH/ USP, 2001.

MAINGUENEAU, Dominique. **O contexto da obra literária**. São Paulo : Martins Fontes, 2001a.

_____. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo : Cortez, 2001b.

_____. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas : Pontes, 1989.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas : Pontes, 1999.

ORDONEZ GARCIA, M.E. **Do anonimato ao exercício da cidadania** : estudo de caso de recepção de jornais por um grupo de trabalhadores do serviço doméstico. Tese de mestrado. Eca - USP, 1990.

PAOLI, Maria Célia. *“Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil”*. In: SANTOS, Boaventura de S. (org.) **Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa**. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 2002.

PÊCHEUX, M. **Delimitações, inversões, deslocamentos**. Cadernos de Estudos Linguísticos nº 19. IEL, Unicamp, 1992.

_____. **O discurso**. Campinas : Pontes, 1990

PERUZZO, C.K. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis : Vozes, 1998.

RODRIGUES, A. D. **Comunicação e cultura**. Lisboa : Presença, 1994.

SADER, E. **Quando novos personagens entram em cena: experiências, falas e lutas dos trabalhadores**. Tese de doutorado. Departamento de Sociologia. FFLCH/ USP, 1987

SANTOS, Boaventura de Sousa. *“Subjetividade, cidadania e emancipação”*. Em: Santos, B. S. **Pela mão de Alice**. SP: Cortez, 2001, pp. 235-280.

TELLES, Vera da Silva. **Pobreza e cidadania**. Editora 34 : São Paulo, 2001.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis : Vozes, 1998.

TREVISOL, J.V. **Tecendo a sociedade civil global e ampliando a esfera pública**. Tese de doutorado. FFLCH/ USP, 2000.



Sites e publicações on-line

ABONG – Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais.

[<http://abong.org.br>].

FERNANDES, R. **O Que é o Terceiro Setor**. In: [<http://www.rits.org.br>], 26/09/2000.

FÓRUM SOCIAL MUNDIAL. [<http://forumsocialmundial.org.br>]

INTEGRAÇÃO [<http://integracao.fgvsp.br>]. Filantropia pede transparência. 26/09/2000.

RITS – REDE DE INFORMAÇÕES PARA O TERCEIRO SETOR. [<http://www.rits.org.br>]