

Blog da Ação Palavras de Liberdade: a Comunicação Utilizando o Ciberespaço Para Promover a Efetivação dos Direitos Humanos ¹

William da Silva SANTOS ²

Aimêe Andrade SILVA ³

Gleydson Silva MOREIRA ⁴

João Carlos Bento FILHO ⁵

Ranniery Melo Barros de SOUZA ⁶

Roberta Kelly de Souza BRITO ⁷

Edgard PATRÍCIO ⁸

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

A Liga Experimental de Comunicação, programa de extensão dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará (UFC), funciona como uma agência de comunicação que integra alunos dos dois cursos. No ano de 2011, a agência desenvolveu a ação *Palavras de Liberdade: a Comunicação na efetivação de direitos*. Discutindo temas como Juventude, Diversidade Sexual, Meio Ambiente, Inclusão Digital, Violência Urbana e suas interfaces com a Comunicação, a Liga fazia com a sociedade uma reflexão sobre a Comunicação como um Direito Humano e que pode atuar na garantia dos demais direitos inalienáveis ao homem. O presente trabalho mostra um dos produtos de divulgação e promoção da ação, o blog do *Palavras de Liberdade*, de endereço palavrasdeliberdadeufc.blogspot.com.

PALAVRAS-CHAVE: agência de comunicação; extensão; produção interdisciplinar; produção em meio digital; blog.

1 INTRODUÇÃO

A Liga Experimental de Comunicação é fruto do debate e da iniciativa dos próprios alunos do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará. Eles viam a necessidade de trabalhar com demandas práticas na área de comunicação, aliando as habilitações de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, por meio de uma agência que

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Blog (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail:

william.santos93@gmail.com

³ Estudante do 5º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFC, e-mail: aimeeas@gmail.com

⁴ Recém-graduado em Publicidade e Propaganda pelo Curso de Comunicação Social da UFC, e-mail:

gleydsons.moreira@gmail.com

⁵ Estudante do 9º semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: joaoCarlosbentofilho@gmail.com

⁶ Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: rannierymelo@gmail.com

⁷ Estudante do 3º semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: bertasouza.cs@gmail.com

⁸ Orientador do trabalho e professor do Instituto de Cultura e Arte da UFC, e-mail: edgard@ufc.br

possuísse uma relação mais ativa com a sociedade. E assim foi feito. Criada em 2007, a Liga inicialmente funcionava como projeto de extensão. Em 2011, transformou-se em programa de extensão, quando passou a integrar também ações da Oficina de Quadrinhos.

As atividades do programa buscam refletir sobre questões pertinentes à sociedade, compreendendo a formação em comunicação e a extensão universitária como fomentadoras do diálogo entre a sociedade e o meio acadêmico. É por isso que a Liga foge do modelo de Agência Júnior, já que não trabalha com clientes, e sim com parceiros. É experimental, uma vez que não obedece à lógica de produção mercadológica. E é uma agência de comunicação, pois, nos seus trabalhos, busca aliar as duas habilitações.

Dentre os princípios da agência, além do diálogo entre Universidade e Sociedade e o caráter pedagógico interdisciplinar, está também a relação entre teoria e prática. Os projetos da Liga pretendem, sempre, trazer os conhecimentos adquiridos em sala de aula para debates, oficinas e práticas, de modo que o Ensino possa casar com a Pesquisa e a Extensão.

Com cinco anos de funcionamento, a Liga já firmou diversas parcerias com Organizações Não Governamentais, Movimentos Sociais, além de outros setores da própria Universidade. Contudo, vale ressaltar que, no sistema de parcerias adotado pela agência, não existe uma relação de mera prestação de serviços, mas de construção de uma proposta de comunicação que atenda aos anseios do parceiro, pensada junto com ele e que proporcione o desenvolvimento prático e reflexivo dos participantes do programa. “O diálogo nas atividades de extensão deve primar pelo reconhecimento do outro, ou seja, da sociedade como sujeito, um grande desafio, portanto, para aqueles que tradicionalmente se assumiram como detentores do saber” (BEZERRA, BARRETO, 2008, p. 7).

Para Freire (1983), a comunicação só é possível quando vivenciada interativamente por sujeitos iguais: “A comunicação implica numa reciprocidade que não pode ser rompida” (FREIRE, 1983, p.67). Assim sendo, a proposta da Liga como agência de comunicação está embasada nessa equivalência entre estudantes que a compõem e parceiros. É essa a Comunicação que a Liga se propõe a fazer.

Em 2011, no entanto, a Liga desenvolveu uma ação diferente. Com o *Palavras de Liberdade: a comunicação na efetivação de direitos*, a agência não tinha nenhum parceiro específico, mas, ao mesmo tempo, tinha vários. Fruto de um edital do Ministério da Educação (MEC) que financia projetos e programas de extensão universitária de todo o país, o Proext, o *Palavras* teve como principal objetivo fomentar a discussão sobre como a Comunicação pode atuar na garantia dos direitos básicos do homem. Foram cinco ciclos de

debates e formações acerca dos temas Juventude, Diversidade Sexual, Meio Ambiente, Inclusão Digital e Violência Urbana e suas interfaces com a Comunicação. E o objetivo era expandir a reflexão para além da UFC. Justamente por isso, a Liga também produziu, pelo *Palavras de Liberdade*, cinco radiodocumentários sobre cada uma das temáticas abordadas ao longo da ação. Eles serão veiculados em parceria com a Rádio Universitária FM e distribuídos para rádios universitárias e comunitárias de todo o país.

Para executar toda a ação, durante o *Palavras de Liberdade* a Liga trabalhou com quatro núcleos principais: divulgação, produção, logística e assessoria. Esses núcleos desenvolveram vários produtos jornalísticos - reportagens, entrevistas, perfis, coberturas - e publicitários - campanhas, *teasers* - para reforçar os princípios de que a Comunicação pode atuar na efetivação dos direitos humanos e que a Comunicação, por si só, é direito de todos.

A Liga, sempre buscando a experimentação de novas linguagens ao pensar e elaborar seus produtos e fugindo do lugar-comum, pretende, com o *Palavras de Liberdade*, expor essas problemáticas para a sociedade em geral com vistas a intervir nesses processos, propondo uma atuação comprometida com a sociedade, para que ela se aproprie da Comunicação para lutar pelos demais direitos.

O blog da ação *Palavras de Liberdade*, desenvolvido pela Liga Experimental de Comunicação, firmou-se no decorrer da ação - ele está no ar desde março de 2011 - como um dos principais meios de divulgação dos ciclos de debates e das formações, bem como de difusão de informações e troca de experiências entre Academia, Sociedade Civil, Mídia e Poder Público. Sem dúvidas foi essencial antes, durante e também será após a ação, uma vez que servirá como memória para que o que foi debatido durante um ano inteiro perdure, afinal, a discussão de Comunicação e suas relações com os Direitos Humanos não pode parar. Neste trabalho, será detalhado todo o processo de construção coletiva que resultou no blog da ação *Palavras de Liberdade*: a Comunicação na efetivação de direitos, e também a importância de se utilizar o ciberespaço como recurso para despertar o senso crítico das pessoas e gerar debate sobre um tema que atinge à sociedade diretamente e, muitas vezes, passa despercebido.

2 OBJETIVO

"Mais que uma simples ferramenta ou um instrumento, os meios de comunicação podem ser percebidos, hoje, como constituidores da realidade e como novos lugares de atuação política. Reconhecer a importância do papel desempenhado pela comunicação na sociedade contemporânea nos

leva a compreender que a comunicação – para além das mídias – é um dos pilares de sustentação de uma sociedade que se proponha a ser verdadeiramente democrática". (Palavras de Liberdade, 2010).

Com a ação Palavras de Liberdade, a Liga objetivava discutir Comunicação sob duas perspectivas. A primeira delas trata da Comunicação como um direito essencialmente humano, e que deve ser assegurado. Mais que meros receptores, membros da sociedade em geral também têm direito de produzir Comunicação, emitir informações. Segundo a UNESCO,

"hoje em dia se considera que a comunicação é um aspecto dos Direitos Humanos. Mas este direito é concebido cada vez mais como o direito de comunicar, e ultrapassa o direito a receber comunicação ou ser informado. Se estima, pois, que a comunicação é um processo bidirecional, cujos participantes – indivíduos ou coletivos – mantenham um diálogo democrático e equilibrado. Esta ideia de diálogo contraposta a de monólogo, é a base mesma de muitas ideias atuais que levam ao reconhecimento de novos Direitos Humanos". (UNESCO, 1988, p.300)

A segunda perspectiva leva em consideração a Comunicação como ferramenta formadora de opinião e de mobilização social. Pensando nesse sentido, ela é um direito que pode atuar na luta pela efetivação dos demais direitos do homem.

"O direito humano à comunicação compreende ainda garantias como: instrumentos de controle público dos veículos de comunicação; a expressão da diversidade cultural; a participação popular na formulação, definição e acompanhamento de políticas públicas; o acesso equitativo a tecnologias da informação e da comunicação; a diversidade e pluralidade de meios e conteúdos; e a existência de um regime equilibrado de gestão do conhecimento, com regras flexíveis de propriedade intelectual". (Intervozes, 2009)

Para alcançar os objetivos da ação Palavras de Liberdade, a Liga Experimental considerou fundamental a existência de uma página na internet. E por que um blog? Além de mais acessível, o blog seria uma representação da democratização do direito à Comunicação. Produto interdisciplinar, já que reuniu Publicidade e Jornalismo desde sua elaboração até as postagens, ele surgiu com o objetivo principal de servir como um canal âncora dentro da ação, uma vez que funcionaria como ponto de convergência entre todas as outras mídias online utilizadas pela Liga, tais como o Flickr, o Youtube, além das redes sociais Twitter e Facebook.

Dentre os seus objetivos estava também gerar discussão e reflexão acerca das temáticas abordadas antes mesmo dos debates, por meio das entrevistas, reportagens, campanhas. Questões levantadas pelo público em alguns comentários de postagens, por

exemplo, eram subsídios para posteriores discussões durante os debates. O blog também foi utilizado para divulgação. As pessoas ficavam sabendo dos debates por meio de mídias em diversos suportes, mas era pelo blog que realizavam as inscrições. Por fim, o blog, até pelo seu formato, teve como objetivo aproximar o público das temáticas discutidas, permitir que as pessoas refletissem e se questionassem sobre as temáticas abordadas e, depois, dialogar com a Liga, pensar Comunicação e Direitos Humanos coletivamente. Como se refere Aguiar (2006):

“Os blogs são exemplos dessas novas maneiras de lidar com a informação no ciberespaço. Com um grande potencial interativo, eles se apresentam como a possibilidade de um jornalismo coletivo, construído a muitas mãos, numa comunicação horizontal. O público deixa de ser encarado como uma massa disforme e passa a se constituir de pessoas, ativas, prontas para se expressarem e opinarem” (AGUIAR, 2006, p. 1).

Através do blog do *Palavras de Liberdade*, o público pode refletir sobre as relações entre Juventude e Comunicação, Diversidade Sexual e Comunicação, Meio Ambiente e Comunicação, Inclusão Digital e Comunicação e Violência Urbana e Comunicação. E, afinal de contas, esse objetivo perpassa o que é o maior objetivo da ação como um todo.

3 JUSTIFICATIVA

Mesmo em um período em que muito se fala em convergência midiática, os blogs ainda não são unanimidade no meio acadêmico e jornalístico. Jornalistas e pesquisadores têm suas ressalvas ao considerá-los, ou não, como formas de se fazer jornalismo. Sobre isso, Aguiar (2006) aponta dois pontos de vista.

Partindo do pressuposto de que o jornalismo se assenta sobre a publicação periódica de informações de interesse da coletividade através de meios de comunicação massiva, pode-se dizer que os blogs constituem, de fato, uma forma de jornalismo. Em contrapartida, alguns pressupostos do jornalismo estão ausentes dessa prática, como a transmissão de informações, que nos blogs não são meramente fornecidas, mas construídas coletivamente por jornalista/blogueiro e leitores/visitantes. A ênfase na objetividade e na neutralidade é outro aspecto considerado relevante no jornalismo e que se rompe no blog. (AGUIAR, 2006, p. 6)

No entanto, segundo Aguiar (2006), é fato que os blogs são uma realidade que vem mexendo com as estruturas da mídia convencional. Algumas empresas jornalísticas, inclusive, já percebem essa situação e investem nessa nova forma de comunicação.

Por se tratar de ferramentas comunicacionais simples, baratas e de fácil utilização os blogs vêm se multiplicando na rede, assim como vêm se multiplicando, também, as formas de utilização e os objetivos deste tipo de páginas. O que nasceu como um “querido diário” virtual ou como uma espécie de guia de navegação ganha nova roupagem e começa a despontar como uma nova tendência jornalística. Além de divulgar informações e desabaços do autor, alguns blogs assumem um caráter informativo e tratam de política, economia, esporte, além, é claro, de trazer as considerações, críticas e opiniões do autor sobre esses assuntos. Debates, divergências de opiniões, interpretações variadas têm, nesse meio, espaço garantido. (AGUIAR, 2006, p. 4-5)

Pensando nesse sentido, a Liga Experimental de Comunicação encontrou em um blog o meio ideal para facilitar a comunicação e difundir a mensagem da ação *Palavras de Liberdade*. Como um meio democrático e que permite a construção coletiva do pensamento e da informação, o blog foi a ferramenta escolhida para levar quem o acessasse a refletir sobre como a Comunicação pode garantir os direitos de cada um, aliás, de todos. O *Palavras de Liberdade* estava enraizado no diálogo com a sociedade. E o blog permite esse diálogo constante. Como salienta Aguiar (2006), não se trata de dizer que a expressão de opinião seja algo novo na mídia. Ao contrário, as opiniões, explícitas ou não, sempre tiveram espaço no jornalismo em todas as suas formas. Mas, no ambiente digital, mais especificamente nos blogs,

Vemos o fenômeno mais caracterizado, onde se fomentam discussões e debates através da análise e opinião nos textos. Estes debates traduzidos sob forma de opiniões e discussões são estimulados através dos sistemas de comentários, dentro dos quais os leitores podem interagir com a publicação e com o autor. (SILVA, 2003, p. 8).

É por isso que, segundo Aguiar (2006),

Na blogosfera, a relação entre o jornalista e o leitor é radicalmente diferente daquela estabelecida entre eles na mídia convencional, já que existe uma troca constante de dados, uma produção e compartilhamento de sentidos através da relação entre os sujeitos envolvidos e não a transmissão de informações pura e simples. (AGUIAR, 2006, p. 6).

Nas mídias convencionais esta troca também existe. As cartas de leitor podem ser usadas como exemplo. Contudo, “nos blogs essa participação é ampliada e a relação que se estabelece é mais próxima e horizontal” (AGUIAR, 2006, p. 6).

Já tendo detalhado a importância de um blog para a produção de um jornalismo instigante e dialógico, como o proposto pela ação *Palavras de Liberdade*, vale ressaltar também a importância da utilização do ciberespaço pela publicidade, já que o produto foi

pensado e elaborado para ter um caráter transdisciplinar em Comunicação. A Convergência Midiática também influencia a Publicidade atualmente. Jenkins (2009) fala sobre isso: “No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplos suportes de mídia” (JENKINS, 2009, P. 29). Portanto, pensar publicidade para o meio digital é pensar em disputar e conquistar atenção em um meio tão cheio de recursos para o usuário.

A Internet dá espaço para que se comunique o valor de uma marca, mas é necessário mais que o espaço na Web, a Publicidade precisa de atenção. E a atenção é um desafio cada vez maior, visto que as informações são muitas e dispersas. E se há tanto conteúdo (segmentado) sendo oferecido, o público também se dispersa dentre as possibilidades a partir do fator escolha. (FARIAS, 2011, p. 4-5).

É por isso que a publicidade também foi trabalhada fortemente no blog do *Palavras*. Aliás, não só no blog, mas nas mídias sociais também. Chamar a atenção de quem via um banner, um viral, ou uma galeria de fotos para acessar o blog era fundamental. Muito mais que direcionar as pessoas para realizarem as inscrições para os ciclos de debates, como já foi dito anteriormente, o marketing digital foi importante para o êxito da ação como um todo.

Das mídias existentes, a Internet é a que possibilita maior proximidade com o consumidor. Ele pode obter informações de maneira mais rápida, ver os comentários de outros consumidores e interagir com eles, postar elogios e reclamações que são acessíveis a todos, divulgar por vontade própria determinado produto/marca, entre outras muitas possibilidades. É uma oportunidade ímpar de obter um bom *feedback*. É possível ainda compartilhar ideias a fim de criar novos produtos e melhorar serviços. Se bem utilizada, a Internet pode passar de apenas um meio para um laboratório de ideias em constante renovação. (FARIAS, 2011, p. 6).

O principal objetivo da publicidade feita no blog não foi promover uma marca, mas sim tornar pública a discussão que a Liga levantava e mostrar à sociedade o quão relevante é debater Comunicação e Direitos Humanos nos dias de hoje.

Desse modo foi pensado o blog da ação *Palavras de Liberdade*. Feito em conjunto pelos estudantes de Publicidade e Jornalismo que integram a Liga Experimental, a ferramenta online, em uma mínima comparação, surgiu como uma forma elementar de ciberativismo, o qual Milhomens (2009) utiliza-se da Wikipédia, enciclopédia livre da internet, para explaná-lo:

Na década de 90, a Internet chegou mostrando a facilidade de conectar pessoas diferentes em diversas partes do mundo e logo se tornou popular. A

velocidade que as informações levam para ir de um extremo ao outro chamou atenção e despertou o interesse, incluindo o de ativistas que divulgavam suas ideias através de outros meios de comunicação (...). O Ciberativismo é uma forma de ativismo realizado através de meios eletrônicos, como a informática e a internet. Na visão dos que o praticam, o ciberativismo é uma alternativa aos meios de comunicação de massa tradicionais, permitindo-lhes "driblar" o monopólio da opinião pública por estes meios, terem mais liberdade e causar mais impacto (...) (WIKIPÉDIA, 2008).

O blog, como parte da ação Palavras de Liberdade, contribuiu, e muito, nesse sentido. Talvez a Liga não tenha tido a pretensão de mobilizar um grande número de pessoas para se organizarem e lutarem pelo direito à Comunicação e aos demais direitos humanos. O objetivo era, pelo menos, levar à reflexão, ao questionamento. O Palavras de Liberdade foi um primeiro passo, mas que pode gerar bons resultados.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O blog foi resultado de uma construção coletiva. Tem um pouco de cada estudante da Liga nele. Inicialmente, pensamos em como seria esse blog. Sabíamos que a identidade visual dele deveria ser fiel à identidade do Palavras como um todo. Discutimos templates, layout, quais as peças institucionais que estariam nele. Também debatemos uma linha editorial para orientarmos a linguagem a ser utilizada na produção de conteúdo para o nosso público-alvo, qual seria a periodicidade das postagens e quais os objetivos que queríamos alcançar com ele.

Um detalhe importante também foi levado em conta. Sendo a Liga uma agência experimental de comunicação que funciona como programa de extensão da UFC, o nosso desejo era que o blog fosse um espaço para livre experimentação de linguagens jornalísticas e publicitárias, pois sabemos que

No caso da extensão o que percebemos é que ela produz conhecimento a partir da experiência e assim tem uma capacidade de narrar sobre o seu fazer. O conhecimento narrativo ele não fecha, ele deixa sempre aberto ao final para a possibilidade de se criar outros finais ou se iniciar outros processos. Assim, a forma de produção da narrativa não pretende ser verdadeira objetivamente, mas ser também subjetiva. Além disto o que se verifica na extensão é um fazer que sempre pressupõe a presença de um outro que não é somente o aluno ou professor, mas um ouvinte. (CASTRO, 2004, p.3-4)

O que o blog hospedaria? Produções publicitárias e jornalísticas da Liga feitas para a ação. Dentre as publicitárias, wallpapers disponíveis para download, cartazes de

divulgação e banners. As jornalísticas seriam reportagens, entrevistas, perfis, coberturas em texto e em fotos. Também nos preocupamos com a assessoria. Textos e vídeo institucionais, além dos contatos da Liga, estariam disponíveis.

Para os produtos jornalísticos, atentamo-nos para a linguagem utilizada nos textos, adequando-a de acordo com as técnicas de redação para a internet; bem como para as características do jornalismo na internet. Nesse sentido, assim como pontua Ribas (2004),

Conceber um sistema de informação consistente para a Web e que aproveite as potencialidades da Rede, oferecendo ao público um produto webjornalístico de terceira geração, configura-se como um desafio. O ambiente midiático digital transforma as características da notícia, quais sejam, hipertextualidade, interatividade, multimídia, personalização, memória e atualização contínua, potencializando a construção de modelos narrativos para o webjornalismo. (RIBAS, 2004. p. 3-4).

O trabalho de publicidade feito no blog levou em consideração a identidade visual da ação Palavras de Liberdade e estava, geralmente, relacionado às campanhas de divulgação realizadas pela Liga. Em cada ciclo, portanto, o blog era alimentado com peças que remetessem à temática discutida naquele momento. A intenção era buscar trabalhar com diferentes mídias, explorando a grande variedade de recursos que o ciberespaço disponibiliza.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O blog da ação Palavras de Liberdade foi desenvolvido na plataforma *blogger*, tendo o endereço *palavrasdeliberdadeufc.blogspot.com*. O *template* foi escolhido de forma a organizar e hierarquizar adequadamente as informações contidas no blog. As cores utilizadas no layout, predominantemente o laranja (#e77924) e o azul (#23235b), respeitavam a identidade visual presente em todos os demais produtos da ação.

São cinco as grandes seções principais: *Quem Somos*, *Palavras de Liberdade*, *Ciclos*, *Downloads* e *Contatos*. O *Quem Somos* traz informações referentes à Liga Experimental de Comunicação, programa que durante o ano de 2011 desenvolveu a ação. Na seção *Palavras de Liberdade*, o leitor conhece em que consiste a ação, como ela vai funcionar e quais são os objetivos. Em *Ciclos* estão informações adicionais sobre cada uma das temáticas discutidas - Juventude e Comunicação, Diversidade Sexual e Comunicação, Meio Ambiente e Comunicação, Inclusão Digital e Comunicação e Violência Urbana e Comunicação – e porque é relevante o debate sobre cada uma delas. Nos *Downloads*, dois wallpapers produzidos pela

Liga estão disponíveis, e em *Contatos*, os contatos institucionais da ação, da Liga e da bolsista do programa, a estudante de Publicidade Aimêe Andrade.

As reportagens eram produzidas sempre antes de cada debate acontecer, para que já gerassem repercussão, as pessoas refletissem e levassem seus questionamentos para o ciclo. O núcleo de produção da Liga realizava reuniões de pauta periodicamente e as matérias alimentavam o blog. A intenção era variar nos recursos, por isso tivemos matérias produzidas em texto, vídeo, além das fotos. As entrevistas eram feitas com algum nome de interesse social sobre o tema: educadores, membros de ONGs ou movimentos sociais, políticos, profissionais da mídia e da academia. A Liga também produzia perfis dos convidados para os debates, assim o público os conhecia antes do evento propriamente dito.

As peças publicitárias, principalmente os cartazes de divulgação, eram utilizadas para indicar os períodos de inscrição para os debates. Há também, disponível no blog, um banner que pode ser compartilhado em outros blogs. Um vídeo produzido pelo núcleo de assessoria da Liga mostra os estudantes que fazem o *Palavras* e o coordenador do programa, falando sobre a ação. Ícones do Twitter, Facebook e Youtube direcionam o usuário para os perfis e canal do *Palavras* nessas páginas. No blog, ainda há um espaço dedicado ao Flickr, com fotos que registraram muitas das ações da Liga durante o *Palavras*.

6 CONSIDERAÇÕES

A principal parceria da Liga Experimental de Comunicação é com a sociedade. E a ação *Palavras de Liberdade: a Comunicação na efetivação de direitos* é fruto dessa parceria. Há cinco anos, a agência de comunicação dos cursos de Publicidade e Jornalismo da UFC trabalha para mostrar às pessoas o poder que a Comunicação possui e que todos podem se utilizar dela como ferramenta na luta pelos direitos e conquista de uma realidade melhor. Na Liga, Jornalismo e Publicidade trabalham juntos e com objetivos comuns. Nossa intenção não é apenas prestar serviços na área de Comunicação, mas mostrar que todos são capazes de produzir Comunicação, afinal, ela é um direito humano.

Tendo a formação de sujeitos sempre à frente de suas atividades, a Liga Experimental mostra, através do *Palavras de Liberdade*, que uma Comunicação livre e libertadora é fundamental. O blog produzido para a ação foi mais que uma vitrine para o que a agência estava realizando, foi prova de que o ciberespaço pode, sim, ser utilizado para mobilização e conscientização social em busca da efetivação dos Direitos Humanos. Mostrando que a Comunicação exerce papel fundamental nessa luta, o blog foi o produto que perdurou do início até o fim da ação. Aliás, fim não. A ação acabou, mas a discussão

não deve parar. A Liga Experimental de Comunicação continua convidando a sociedade para espalhar palavras de liberdade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEZERRA, Glícia Maria Pontes; BARRETO, H.M.R. Diálogos possíveis: a experiência do projeto de extensão Liga Experimental de Comunicação. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 10, 2008, São Luís. **Anais eletrônicos...** São Luís: Intercom, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/resumos/R12-0356-1.pdf>>. Acesso em: 23 de abril de 2012.

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

IPDC/UNESCO. **Defining indicators of media development**. UNESCO, 1988.

INTERVOZES. **Contribuições para a construção de indicadores do direito à comunicação**. São Paulo, 2009.

AGUIAR, Kátia Fonseca. **Blog-jornalismo: interatividade e construção coletiva da informação**. Trabalho apresentado como requisito parcial para a aprovação na disciplina Pensamento Comunicacional contemporâneo, ministrada pelo professor Delfim Afonso Neto. Curso de Especialização em Comunicação: Imagens e Culturas Midiáticas. Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. Minas Gerais, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aguiar-katia-blog-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 28 de abril de 2012.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

FARIAS, Vanessa Ester Silva. Publicidade de Marketing de Permissão Aplicada à Internet: Uma Solução e Um Desafio. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 13, 2011, Maceió. DT 2 – Publicidade e Propaganda. Maceió: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0681-1.pdf>>. Acesso em: 30 de abril de 2012.

MILHOMENS, Lucas. MST, Esfera Pública e Ciberativismo: um novo espaço para o debate. **Conexões Midiáticas**, nº 1, p. 01-11, julho – dezembro de 2009. Disponível em: <<http://www.cchla.ufpb.br/ppgc/smartgc/uploads/arquivos/7cd961417c20100303074905.pdf>>. Acesso em: 2 de maio de 2012.

CASTRO, Luciana Maria Cerqueira. **A universidade, a extensão universitária e a produção de conhecimentos emancipadores**. Disponível em: <<http://www.anped.org.br/reunioes/27/gt11/t1111.pdf>>. Acesso em: 30 de abril de 2012.

RIBAS, Beatriz. Características da notícia na Web: Considerações sobre modelos narrativos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2, 2004, Salvador. **Comunicação Individual**. Salvador: Sbpjor, 2004. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_sbpjor_salvador_modelosnarrativos.pdf>. Acesso em: 30 de abril de 2012.