



Novas Tecnologias da Comunicação: Um *Upgrade* nas Mobilizações Sociais¹

Zoraia Nunes Dutra Ferreira²
Faculdade Evolutivo (FACE)

RESUMO

Cientes da importância da mídia de massa, os movimentos sociais populares cada vez mais se utilizam dela para obter visibilidade, hoje condição de existência para eles, e para publicizar seus objetivos. Não se restringem, no entanto, ao uso da grande mídia para tais intuítos e demonstram uma ampla visão a respeito da comunicação ao criarem estratégias de mídia radical e fazerem uso dos recursos e facilidades oferecidos pelas novas tecnologias da informação e da comunicação. Neste artigo serão analisadas as estratégias comunicativas de um movimento ambiental atuante na periferia de Fortaleza que bem exemplificam essa realidade.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia, Comunicação Alternativa, Movimentos Sociais, Internet

Introdução

O presente artigo tem como objeto de estudo as práticas comunicativas gestadas pelo Movimento pela Revitalização do Pólo de Lazer da Sargento Hermínio (MRPLSH), movimento ambiental atuante na periferia de Fortaleza, mas especificamente no bairro Ellery.

Em um primeiro momento abordar-se-á a importância da comunicação, as conseqüências do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa para a sociedade contemporânea e a lógica que permeia esses meios.

Tendo-se como objeto de estudo as práticas comunicativas de um movimento social, entende-se ser necessário abordar como se dá a relação dos movimentos sociais com a mídia comercial, principalmente pelo fato desses dois atores possuírem lógicas bastante diferenciadas e em muitos pontos antagônica. Ver-se-á que os movimentos sociais perceberam, durante seu processo de constituição, que o uso dos meios é de grande importância para publicizar suas idéias e lutas e atingir seus objetivos. No entanto, perceber-se-á que os movimentos não apenas fizeram e fazem uso das facilidades da mídia de massa, mas também se tornaram protagonistas de “uma outra comunicação” que se contrapõe à mídia industrial hegemônica e faz uso das novas tecnologias da informação e da comunicação.

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Júnior, na Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, do XI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste.

² Granduanda do 8º semestre do curso de Comunicação Social da Faculdade Evolutivo (FACE) em Fortaleza-Ce. zoraia.bk@gmail.com



Procurar-se-á entender os rumos que tem tomado atualmente a comunicação protagonizada pelos movimentos sociais e o papel das novas tecnologias da informação e da comunicação nesse processo.

Por fim, apresentar-se-á o MRPLSH e a análise de suas estratégias comunicativas, procurando entender como se dá o uso da mídia comercial, da mídia radical e ainda das facilidades oferecidas pela Internet.

1.0 A “Sociedade da Comunicação” e sua Lógica

A sociedade contemporânea responde também pela alcunha de “sociedade da comunicação”, explicitando assim a importância adquirida pela comunicação e o grau de influência desta no contexto das relações sociais.

Parte integrante de todas as sociedades desde as mais remotas épocas, a comunicação sempre teve papel de importância na vida social, porém, com o processo de desenvolvimento da mídia de massa essa importância vem se tornando cada vez maior chegando a ponto de não mais se poder imaginar a vida sem ela. Um dos motivos para isso reside no fato de que “a produção e circulação das mensagens na sociedade atual é extremamente dependente das atividades das indústrias da mídia”. (ALEXANDRE, 2001, p.05), sendo que “a imprensa e a televisão são a principal fonte de informação para expressiva camada da população”. (FERNANDES, 2001, p.02).

Cada vez mais os meios de comunicação de massa tem adquirido força e chegam mesmo a serem considerados como um “quarto poder”. Fernandes (2001, p.02) considera que:

Os meios de comunicação são instituições que desfrutam de grande prestígio na sociedade. Chegam a superar com grande vantagem as instituições fundamentais da República, dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário e das organizações da sociedade civil.

Muito da força dos meios de comunicação de massa é advinda do fato de estes terem se tornado um grande mediador, colocando-se entre o indivíduo e a sociedade e chegando mesmo a atuar como um referencial do mundo exterior. De acordo com Costa (2005, p.09)

[...] os meios de comunicação são uma mediação que oferece ao sujeito individual uma perspectiva que não pode ser apreendida dentro dos limites de sua experiência pessoal imediata. A mídia conecta e liga vidas individuais ao construir uma cadeia de códigos compartilhados e reconhecidos que são constitutivos das representações sociais.



Essa mediação ocorre de tal maneira que termina por interferir no relacionamento dos indivíduos com o que existe no mundo e com o que acontece ao seu redor. Nos dias atuais, para que algo exista, é preciso que exista para a mídia e que esteja presente nela. Bourdieu (1997, p.29) exemplifica de forma interessante essa situação:

Suponhamos que hoje eu queira obter o direito à aposentadoria aos 50 anos. Há alguns anos, eu teria feito uma manifestação, teríamos carregado cartazes, teríamos desfilado, teríamos ido ao Ministério da Educação Nacional; hoje, é preciso contratar – um mau exagero- um bom consultor de comunicação.

A mediação exercida pelos meios de comunicação tem como uma das conseqüências a dissociação do indivíduo com o lugar em que vive, o que Thompson (1998) denomina de “alteração na relação espaço-temporal”. O autor explica que o processo de formação de cada indivíduo, em um mundo mediado, é cada vez mais alimentado por materiais simbólicos mediados e que tal situação leva ao enfraquecimento da conexão com o local, já que os indivíduos passam a ter acesso a informações e comunicação advindas de fontes distantes, ou seja, passam a ter acesso ao que o autor denomina de “conhecimento não local”. (THOMPSON, 1998, p.181).

Essa dissociação com o local, que cada vez menos é de vivência e de convivência, dificulta o processo de mobilização e luta em prol de causas coletivas, já que a percepção das condições do local, dos processos de degradação, das demandas existentes é diminuída. Essa é uma realidade, porém não é a única. O MRPLSH dá exemplos de que existem possibilidades e brechas a serem exploradas.

Outra mudança que tem relação direta com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa é o fato de que as discussões relativas às mais variadas questões passaram a ser realizadas ou pela da mídia ou fazendo uso dela. Segundo Coronel (2008, p.175), “o ambiente midiático realiza a formação discursiva de comunidades ou coletivos que se caracterizam por adotar o rol de operações das instituições midiáticas na formação de sua identidade”. À mídia foi delegado o poder de representação social e é exatamente sobre esse fato que Assis (2004, p.11) faz um importante alerta.

Esta delegação tem por conseqüência, também uma adoção das lógicas que regem o campo dos média. Quando as instituições de outros campos concedem a este o poder de comunicar-se por elas, necessariamente estão inserindo-se em um jogo onde seus valores entram em conflito com os valores intrínsecos às mídias.



A colocação do autor é de extrema relevância também para se pensar a presença e atuação dos movimentos sociais urbanos na mídia. Eles garantem realmente a pluralidade do discurso ou simplesmente adequam o seu discurso à lógica midiática?

A influência dos meios de comunicação na vida e nas relações sociais ganhou ainda mais amplitude com o surgimento da televisão, definida por Andrade (2003, p.34) como sendo um “objeto técnico ininterrupto que invade sedutoramente o cotidiano dos indivíduos na contemporaneidade”. Tal é a força do meio televisivo que Bourdieu (1997, p.23) acredita ser a televisão capaz de estabelecer “uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população”.

A televisão conta com a força da imagem, que segundo Bourdieu (1997, p.29) “tem a particularidade de poder produzir o que os críticos literários chamam o *efeito do real*, ela pode fazer ver e fazer crer no que faz ver”. Dessa forma, a televisão possui não só efeitos **de** real, mas também efeitos **no** real.

Como não é difícil perceber, cada vez mais os meios de comunicação de massa exercem influência sobre a opinião dos públicos. Acreditamos sempre ser importante lembrar que esses processos não se dão de forma espontânea, mas sim norteados por uma determinada lógica que permeia toda a produção midiática, aparentemente tão diversa, todavia, possuidora da mesma essência.

A maioria esmagadora das produções tem como objetivo a conquista de altos índices de audiência; “o deus oculto desse universo que reina sobre as consciências”. (BOURDIEU, 1997, p.34). Para isso, foco constante é dado à diversão e ao entretenimento. Há um processo de diluição e descontextualização de qualquer temática, mesmo que esta seja de grande importância social, no intuito de retirar as asperezas e permitir uma assimilação sem dificuldades para o público. Tudo se transforma em entretenimento. O tipo de informação transmitida pelos meios massivos e principalmente pela televisão é chamado por Bourdieu (1997, p.23) de “fato-ônibus”, ou seja, notícias que interessam a todo mundo, mas que não tocam em nada verdadeiramente importante.

Toda essa lógica midiática se enraíza na lógica do capital. Os comprometimentos políticos e econômicos dos meios são enormes e fazem com que a voz da mídia se confunda com a voz do mercado. De acordo com Alexandre (2001, p.12), “[...] a mídia tem pouco espaço para a *verdade*, pois depende das verbas publicitárias que são manipuladas pelas grandes indústrias e conglomerados financeiros”. Incentivar e se tornar palco de discussões mais embasadas e aprofundadas, optar pela realização de produções que apresentem conteúdo mais denso, não é “aconselhável”, já que irá de encontro a esses comprometimentos.



Toda essa discussão sobre a produção realizada pelos meios e a constatação da força que isso gera pode fazer com que se pense estar vivendo em uma verdadeira “Matrix”³ na qual o receptor se encontra aprisionado, manipulado e obrigado a viver em uma realidade criada ao bel prazer dos produtores midiáticos, sem nem mesmo se dar conta disso. A idéia na mente dos produtores pode até ser essa, mas a realidade não é bem assim. Thompson (1998, p.20) alerta que “[...] é fácil focalizar o conteúdo simbólico das mensagens da mídia e ignorar a complexa mobilização das condições sociais que subjazem à produção e circulação destas mensagens”. O autor mostra que há brechas no sistema, que há falhas na “Matrix” (até no filme existiam), trazendo à tona a discussão da questão da recepção e chamando atenção para o fato de que “[...] os usos que os receptores fazem das matérias simbólicas podem divergir consideravelmente daqueles pensados ou queridos pelos produtores” e que como o processo de recepção é uma atividade “situada”, ou seja, o indivíduo que recebe os produtos da mídia está sempre situado em um contexto sócio-histórico específico (THOMPSON, 1998, p.42). A metáfora de um jogo, no qual há sempre a possibilidade de ganhos e perdas seria talvez mais útil para a percepção da relação entre meios de comunicação e receptor.

Como se colocam diante desse quadro de espetáculo mercantil no qual se transformou a produção midiática os movimentos sociais, que não podem prescindir do uso desta e ao mesmo tempo representam valores tão diferenciados e até mesmo antagônicos? Sobre essa e outras questões é que pretendemos discutir no item seguinte.

2.0 Os Movimentos Sociais na Mídia

A lógica dos meios, a espetacularização que estes protagonizam e a consonância com o sistema vigente, em nada se coadunam com a lógica dos movimentos sociais urbanos que, nas suas mais variadas representações, apresentam-se como opositores dessas questões e proponentes de uma nova forma de vida social. Apesar dessas diferenças essenciais, os movimentos sociais urbanos têm procurado fazer uso das mídias massivas a fim de garantir visibilidade para suas lutas, não havendo, portanto, uma negação desses meios de comunicação.

Na realidade, não há como negar a importância dos meios de comunicação de massa, por estes serem a principal fonte de informação de uma camada expressiva da população, por sua força de mediação, por seu poder de influência na opinião dos diversos públicos, por seu

³ Argumento presente no filme *The Matrix*, no qual a *Matrix* é um mundo virtual criado através de um programa de computador para iludir e controlar os seres humanos.



alcance, por seu poder simbólico e ainda pela necessidade que os movimentos têm de garantir visibilidade, hoje condição de sua própria existência. Para Peruzzo (1998, p.277)

É imprescindível, também, reconhecer a importância desses instrumentos. Não é suficiente e não leva a muita coisa pôr-se simplesmente a denunciar as manipulações realizadas pelos grandes sistemas de rádio, televisões e jornais. Há que se procurar ocupar os espaços abertos e propugnar pelo acesso a esses veículos, por sua descentralização e por seu reordenamento ético-político.

Vizer (2007, p.38) é otimista e afirma que “os medos e as fantasias que suscitou em especialistas, educadores e políticos o uso manipulativo dos meios, e os riscos de tender para a passividade perante a tela da televisão, diluem-se ante o novo palco social e midiático”.

Entre os movimentos sociais talvez o que mais esteja fazendo uso da mídia seja o movimento ambiental. Este se enquadra no que os teóricos denominaram de Novos Movimentos Sociais (NMS). Souza (2005, p.01) considera que o movimento ambiental “nasceu pela e para a mídia”. Para Peruzzo (2004, p.07), “o movimento ecologista, além de explicitar uma luta pela vida em favor de todos, que pode ser uma nação, uma região, uma espécie ou a humanidade, busca o acesso à mídia (o direito de opinião e expressão), enquanto movimento coletivo”. Castells (1999, p.161) é da opinião que o ambientalismo “dança conforme a mídia” e que as ações do movimento ambiental “ocorrem em razão de eventos que sejam apropriados para a divulgação na mídia”.

O uso da mídia de massa por parte do movimento ambiental, segundo Castells (1999, p.161) se dá pelo fato de que é através dela que a mensagem pode ser transmitida para uma audiência bem maior do que a representada pelas bases dos movimentos. Entende-se que esse fator também se aplica aos demais movimentos sociais.

Os Movimentos Sociais perceberam cedo a necessidade de se apropriar da comunicação e foram além do uso da grande mídia, desenvolvendo práticas comunicativas que possuem uma lógica bastante diferente das que se discutiu até aqui. São protagonistas do que Peruzzo (1998) chama de “uma outra comunicação”. Esta possui um caráter de contestação do *status quo* e se tornou um canal de expressão para uma parcela da população marginalizada que a usa para expressar suas demandas, na maior parte das vezes ligadas a carências básicas advindas das desigualdades sociais.



3.0 “Uma Outra Comunicação”

Através das teorias adornianas, foi se desenvolvendo uma tendência de perceber os meios de comunicação de massa como instituições monolíticas, controladas por setores das elites e profundamente comprometidas com interesses do sistema do capital. Não há como negar esta idéia e não é o que se pretende, mas acredita-se que há mais do que isso sob o sol.

Pensar na mídia apenas a partir de um viés apocalíptico faz com que se considere, importantes e legítimas, apenas aquelas que se expressam no plano industrial, relegando ao total ostracismo a comunicação comunitária, a comunicação alternativa e outras formas marginais de comunicação que foram denominadas por John Downing (2002) de “mídia radical”.

Através dessas práticas comunicativas que se encontram fora do circuito de expressão hegemônico, muito está sendo feito e resignificado, afinal de contas, “a comunicação interpõe-se nas relações sociais e vai assumindo feições diferenciadas de acordo com o momento histórico” (PERUZZO, 1998, p.21).

Durante o seu processo de constituição, os movimentos sociais descobriram que havia a necessidade de “apropriação pública de técnicas (de produção jornalística, radiofônica, estratégias de relacionamento público etc) e de tecnologias de comunicação (instrumentos para transmissão e recepção de conteúdos etc) para poderem se fortalecer e realizar os objetivos propostos”. (PERUZZO, 2004, p.01).

As características inerentes a esse tipo de comunicação protagonizada por atores sociais marginalizados são profundamente diferentes daquelas que permeiam a mídia comercial. Peruzzo (2004, p.07) cita algumas dessas características:

Opção política de colocar os meios de comunicação a serviço dos interesses populares; transmissão de conteúdos a partir de novas fontes de informações (do cidadão comum e de suas organizações comunitárias); a comunicação é mais do que meios e mensagem, pois se realiza como parte de uma dinâmica de organização e mobilização social; está imbuído de uma dinâmica de transformação social e ao mesmo tempo, de construção de uma sociedade mais justa; abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo.

Apesar de ser norteadas por uma lógica diferenciada e suscitar valores mais humanos, essa comunicação não está livre de problemas e antagonismos. De acordo com Peruzzo (2004, p.02-03) a mídia comunitária é um campo de conflitos, pois há os que usem o espaço dentro das designações acima citadas, mas há também os que se apropriam do espaço garantido às



práticas comunitárias para o “uso individualizado com finalidades comerciais ou para o proselitismo político partidário e religioso”. Este dado colabora com a não idealização dos movimentos populares e das ações por estes realizadas. “As contradições são inerentes às sociedades e o espaço comunitário apenas reflete a realidade mais ampla”, porém, “[...] não são os conflitos e as contradições que vão tirar o brilho desse tipo de ação cidadã”. (PERUZZO, 2004, p.03).

Diante de uma sociedade que pouco tem valorizado o coletivo o que termina por causar um refluxo dos movimentos sociais, qual seria a situação vivenciada hoje pelas práticas comunicativas não-hegemônicas?

De acordo com Peruzzo (2008, p.10), a imprensa alternativa se revigoreu e ganhou força, exemplo disso são iniciativas importantes como a revista Caros Amigos, a Agência de Notícias Carta Maior, a revista OCAS, o Centro de Mídia Independente, o *site* Overmundo, entre outros. A autora observa ainda que houve, no início do século XXI, “uma retomada crescente de iniciativas de comunicação popular, alternativa e comunitária no Brasil, e agora incorporando inovadores formatos e canais de difusão possibilitados pelas novas tecnologias de informações e comunicação”. (PERUZZO, 2008, p.04). O bairro Ellery, lócus do surgimento do MRPLSH, é exemplo claro, conforme se verá posteriormente, da colocação da autora.

O surgimento de novas tecnologias da comunicação se tornou realmente um divisor de águas. “A comunicação mediada por computador está revolucionando os processos de comunicação alternativa”. (PERUZZO, 2008, p.13). Para Schiavoni (2001, p.01) foi a partir do surgimento dessas tecnologias que os conhecimentos produzidos pela sociedade puderam se tornar, realmente, um bem comum. Esse processo de democratização das informações é relevante, segundo Coelho e Julião (2002, p.05), porque “funciona como instrumento de pressão sobre governos e auxilia na conscientização da sociedade”.

Peruzzo (2004, p.08) considera que “com o desenvolvimento das tecnologias digitais, cada vez mais se potencializa o acesso do cidadão ao poder de comunicar, claro que uma vez reduzidas as desigualdades de renda, de educação e de acesso a Internet”. Dentre os novos meios tecnológicos, a Internet parece ser o mais revolucionário de todos. Segundo Souza (2006, p.10), com a Internet “os movimentos sociais mostraram que podem lançar questionamentos nunca antes apresentados ao capitalismo global”. O ciberespaço tornou-se “um novo ambiente para se exercitar a cidadania comunicacional, facilitado pelas possibilidades oferecidas pela interatividade, pelo intertexto e pela comunicação de todos com todos”. (PERUZZO, 2004, p. 08).



Com relação às práticas alternativas de comunicação, Peruzzo (2004, p.01-02) admite que:

Essa comunicação não chega a ser uma força predominante, mas desempenha um papel importante na democratização da informação e da cidadania, tanto no sentido da ampliação do número de canais de informação e na inclusão de novos emissores, como no fato de se constituir em um processo educativo, não só pelos conteúdos emitidos, mas pelo envolvimento direto das pessoas no fazer comunicacional e nos próprios movimentos populares.

Fazendo uso de diferenciadas práticas comunicativas, conforme se verá no item seguinte, o MRPLSH tem conquistado importantes vitórias.

4.0 O Movimento pela Revitalização do Pólo de Lazer da Sargento Hermínio e suas Estratégias Comunicativas

O Movimento pela Revitalização do Pólo de Lazer da Sargento Hermínio (MRPLSH), que tem como objetivo a preservação e revitalização da última área verde da zona oeste de Fortaleza, nasceu em um bairro da periferia, o bairro Ellery, profundamente ligado às lutas e mobilizações sociais e ao uso da comunicação nesse processo. De acordo com pesquisas de Oliveira (2007, p.115) o bairro vivenciou importantes experiências como a criação de um sistema de som chamado “Rádio Comunitária do bairro Ellery”, que em 1998 se transformou na Rádio Mandacaru FM. Em 2006, o bairro criou um *site* (<http://www.bairroellery.com.br>), como forma de continuar a se expressar, abordando não apenas os assuntos que dizem respeito à comunidade, mas à sociedade de uma forma geral.

Essa ligação com a comunicação foi essencial para a criação das estratégias do MRPLSH, já que seu principal articulador, Aguinaldo José Aguiar, pesquisador social, participou ativamente dessa história do bairro, tanto no sentido das mobilizações como das experiências comunicativas.

A revitalização do espaço do Pólo de Lazer é uma antiga reivindicação da comunidade. A proposta de revitalização do espaço foi apresentada em reunião do Orçamento Participativo⁴ de 2005/2006 e junto com ela a comunidade também apresentou proposta para construção de um ginásio poliesportivo na avenida Sargento Hermínio. A Prefeitura de Fortaleza, através da Secretaria Executiva Regional I (SERI) se propôs a atender a

⁴ Processo de discussão pública dos orçamentos, conduzido pelos governos municipais. Disponível em: <http://leaozinho.receita.fazenda.gov.br/biblioteca/Glossario/default.htm> Acesso em: 10/03/2008.



comunidade, porém o projeto apresentado foi o da construção de um ginásio poliesportivo e ainda um anfiteatro **dentro** do espaço do Pólo de Lazer, o que causou revolta à comunidade⁵.

A grande preocupação da comunidade se dava pelo fato de que os equipamentos, ambos de grande porte, alterariam radicalmente a estrutura do espaço do Pólo de Lazer e viriam a causar um crime ambiental. Clarice Araújo, membro do MRPLSH, afirma que “o projeto ia ser assim devastador, ia ser assim um elefante branco no meio das árvores” e que “o Pólo já era um ginásio poliesportivo a céu aberto, porque já tem um grande número de esportes sendo praticados ali e com pequeno investimento, muita coisa poderia ser feita”. (Clarice Araújo, entrevista, 2009). Foi a partir dessa preocupação e do impasse com a Prefeitura de Fortaleza que, em 27/05/2007 nasceu o MRPLSH.

À comunidade, lideranças e entidades do bairro Ellery, que deram início ao Movimento, se juntaram estudantes universitários, arquitetos, engenheiros, professores e ambientalistas. São pessoas diferentes, com idéias, crenças, ideologias e modos de vida diferentes se organizando em prol de um objetivo que privilegia o coletivo.

Diversas foram as ações realizadas pelo MRPLSH a fim de publicizar seus objetivos, conquistar o apoio da comunidade e da cidade de uma forma geral e pressionar o poder público. O conhecimento dessas ações se deu através de entrevistas com os integrantes do Movimento, de pesquisa em notícias disponíveis no *site* do bairro Ellery e dos jornais locais O Povo, Diário do Nordeste e O Estado e ainda da observação *in loco* de algumas das ações. Pretende-se analisar neste artigo apenas as ações mais diretamente ligadas à comunicação, deixando para outra oportunidade a abordagem das demais ações do Movimento.

A primeira ação articulada pelo MRPLSH foi, de acordo com Clarice Araújo, Aguinaldo Aguiar e Liliana Uchoa, todos integrantes do Movimento, a realização de uma consulta popular para saber da comunidade e dos frequentadores(ras) do Pólo de Lazer, quais eram as demandas consideradas como essenciais para a revitalização do espaço. O Movimento preparou uma enquete com 16 opções e as pessoas escolhiam 05 que consideravam mais importantes. A votação podia ser realizada nos dias de campanha, que se realizavam no próprio Pólo ou através do *site* do bairro Ellery.

Nessa primeira ação, percebe-se, além do cuidado que o MRPLSH teve em se respaldar ouvindo primeiramente a comunidade, o uso das novas tecnologias da comunicação, representada pela Internet, como forma de garantir maior visibilidade ao Movimento e sua luta. O meio possibilita ainda uma maior interação gerando com isso uma maior mobilização

⁵ Informações adquiridas através de entrevistas com integrantes do MRPLSH



em torno de uma causa coletiva. A opinião da comunidade se tornou parte de um relatório elaborado pelo MRPLSH que foi apresentado em contraposição ao projeto da Prefeitura.

O cinema, forte meio de comunicação de massa, foi um dos recursos utilizados pelo Movimento com o intuito de discutir a importância da temática ambiental de uma forma mais global. Foi realizado o evento “Cinema no Pólo” no qual foi exibido, ao ar livre, no próprio espaço do Pólo de Lazer, o documentário “Uma Verdade Inconveniente”. Essa ação tem o mérito de levar a discussão para questões mais globais sem, no entanto, deixar de discutir a questão local, no caso a situação de degradação do Pólo de Lazer e a ameaça de crime ambiental por parte da Prefeitura de Fortaleza. Eis o slogan ambientalista, de “pensar globalmente e agir localmente”, colocado em prática.

Uma das ações mais inusitadas talvez tenha sido o uso do bloco de pré-carnaval do bairro, o “Sai na Marra”, como mídia. Em 2008, o bloco saiu às ruas com o tema: “A mata não é mais virgem, o vento não é mais fresco, mas o bloco é ecológico”. Essa estratégia de comunicação se enquadra no que Downing (2002) denomina de “mídia radical”. “Com o termo mídia radical, refiro-me à mídia – em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas”. (Downing, 2002, p. 21).

Através do bloco o MRPLSH pode falar a um grande número de pessoas, que participou dos dias de folia, de uma forma leve e ainda marcar presença na mídia comercial local, já que a mesma dedicou ampla cobertura ao pré-carnaval da cidade.

De acordo com Downing (2002, p.153) “o modo mais acessível e fundamental de expressão radical é o discurso voltado para propósitos públicos (ou seja, o discurso que, mesmo clandestino, é pronunciado por e para um ou mais públicos) e, notadamente, o discurso irônico e satírico”. O discurso enunciado pelo Movimento através do bloco “Sai na Marra” não é clandestino, mas sem dúvida se enquadra na categoria de irônico e satírico.

A organização do “Sai na Marra” confeccionou camisetas com o tema do bloco, dessa forma criou-se uma outra forma de mídia radical, pois de acordo com Downing (2002, p.177), o vestuário é também um meio de comunicação radical. Um outro ganho que essa forma de comunicação possui é o fato de resistir mais tempo do que o período do carnaval, já que a camiseta pode continuar a ser usada e quem sabe suscitar discussões em tona da temática ambiental.

A ação do MRPLSH mais diretamente ligada ao uso da Internet, além da consulta popular da qual já se falou, foi a criação de um *link* no *site* do bairro Ellery denominado “Revitalização do Pólo de Lazer”. Através desse *link*, puderam ser divulgadas as notícias



referentes ao Movimento e sua luta, tanto as produzidas pelos próprios militantes quanto as produzidas pela mídia comercial. Vale salientar que em algumas notícias produzidas pelo Movimento há a utilização de vídeos. Eis uma facilidade da Internet, que é a convergência de mídias, sendo utilizada.

O *link* tornou-se também um espaço aberto para quem desejasse escrever artigos ou expressar sua opinião sobre a temática ambiental de uma forma geral. Este é um exemplo prático do que diz Peruzzo (2004, p.08). A autora afirma que a Internet potencializa o surgimento do “cidadão jornalista”, ou seja, qualquer pessoa pode se tornar produtora de texto.

A partir do uso do *site* do bairro Ellery, a luta do Pólo pode se tornar conhecida de uma forma bem mais abrangente, sem fronteiras, possibilidade inerente à Internet. Um exemplo disso é dado por Aguinaldo Aguiar. Ele disse que uma ex-moradora do bairro, atualmente fazendo doutorado na Alemanha, tomou conhecimento da luta ambiental em torno do Pólo de Lazer através do *site* e entrou em contato se dizendo muito orgulhosa e dando várias boas sugestões (Aguinaldo Aguiar, entrevista, 2008). Também sobre a importância do *site* para o MRPLSH, Clarice Araújo afirma que:

O *site* foi um veículo de comunicação. O *site* foi uma maneira da própria mídia, quando queria, quando precisava de informação...queria colocar no jornal ou nos seus programas, tinha o *site* como banco de dados. Era uma maneira de imortalizar o que a gente já tinha feito e como uma maneira de e publicar...e o próprio Movimento foi importante para o *site*. Deu Ibope pros dois. (Clarice Araújo, entrevista, 2009).

As ações do MRPLSH conseguiram atrair a mídia comercial que as divulgou através de matérias em jornal impresso e até mesmo em matérias para a TV. Aguinaldo Aguiar disse que os contatos com a mídia eram realizados através de envio de *releases* e que o Movimento procurava realizar as ações em horários que fossem bons para a mídia, no caso, no caso pela manhã. “Evento à noite não dá pauta”. Procuravam também, segundo Aguinaldo, não abordar questões polêmicas como o caso de uma construtora que estava construindo um prédio, em espaço ao lado do Pólo de Lazer, este também espaço de preservação ambiental, sem licença dos órgãos competentes.(Aguinaldo Aguiar, entrevista, 2009).

Percebe-se que o MRPLSH reconhece a necessidade do uso da mídia, consegue pautá-la e também conhece seus mecanismos. Há uma certa adequação do discurso do Movimento aos mecanismos midiáticos no momento em que seus integrantes optam por retirar as



asperezas e falar apenas do que agrada a todos. É sem dúvida uma garantia de visibilidade, mas com isso perde-se por não haver uma pluralidade discursiva.

Uma questão que também se considera merecer destaque é a opção dos eventos serem sempre realizados sempre no próprio espaço do Pólo de Lazer. Com isso é possível a experiência de um tipo de publicidade denominada por Thompson (1998, p.114-115) de “publicidade tradicional de co-presença”, há tempos afastada da vida da grande maioria dos indivíduos. A partir do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa essa publicidade foi sendo substituída, segundo o autor, por uma “publicidade mediada”.

Outro ganho que se observa é a possibilidade de uso, de descoberta e de redescoberta do espaço coletivo. Conforme se disse anteriormente nesse artigo, uma das conseqüências do desenvolvimento dos meios foi a alteração da relação espaço-temporal e da quebra do indivíduo com o seu entorno. As ações do MRPLSH ajudam a reconstruir essa relação com o lugar. É uma reconstrução de vivência e convivência já bem pouco comum na sociedade contemporânea.

Considerações (não tão) Finais

Não há como negar a importância e a influência que possuem os meios de comunicação de massa na sociedade atual. Os movimentos sociais populares, embora explicitando uma lógica e valores bastante diferentes daqueles que regem esses meios, não os negam e percebem que é preciso fazer uso deles e conhecer seus mecanismos para que possam “aproveitar-se” das facilidades e recursos oferecidos por esses.

A comunicação representada pela mídia industrial é sem dúvida hegemônica, mas não é a única. Entende-se que é necessário ir além da perspectiva apocalíptica a respeito da mídia para que se perceba outras formas de expressão como a mídia radical, a comunicação popular alternativa e a comunicação comunitária. Nesse contexto de “uma outra comunicação” o uso das novas tecnologias da informação e da comunicação, que tem a Internet como grande vedete, se tornou um divisor de águas e tem revolucionado as práticas de comunicação alternativa.

A experiências comunicativas que fizeram parte das lutas sociais do bairro Ellery foram de fundamental importância e permitiram ao MRPLSH também pensar e executar ações que envolvessem de forma direta a comunicação.

Através da análise das estratégias comunicativas do Movimento percebeu-se que esse consegue pautar a mídia comercial em muitos momentos e faz uso dela tanto para adquirir



visibilidade e publicizar seus objetivos, quanto para pressionar o poder público, no entanto há uma certa adequação do discurso do Movimento à lógica midiática o que impede uma pluralidade do discurso. A maioria dos integrantes tem uma visão crítica a respeito da grande mídia, mas nem por isso deixam de tentar conhecer melhor seus mecanismos e sua lógica. Tal fato demonstra que o receptor está longe de ser inerte e passivo.

O movimento não se detém, porém, no uso da mídia comercial e cria outras estratégias comunicativas para explicitar sua luta e suas idéias como experiência de mídia radical e o uso das novas tecnologias da comunicação, principalmente da Internet.

A Rede Mundial de Computadores, apesar das dificuldades de acesso, já é parte integrante das ações dos movimentos sociais populares. Estes passaram a usufruir da possibilidade de uma comunicação sem fronteiras, com maior interatividade, convergência de mídias e com baixos custos. Tudo isso resultou em um verdadeiro *upgrade* nas mobilizações em torno de conquistas coletivas.

Referências Bibliográficas

ALEXANDRE, Marcos. **O Papel da Mídia na Difusão das Representações Sociais**. Disponível em: <http://www.facha.edu.br/publicacoes/comum/comum17/pdf/opapel.pdf>

ANDRADE, Thales Haddad Novaes. **Ecológicas Manhãs de Sábado: O Espetáculo da Natureza na Televisão Brasileira**. São Paulo: Annablume:Fapesp, 2003

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COELHO, Lílian Reichert; JULIÃO, Larissa. **Análise da Construção do Discurso Ambiental pela Revista Veja a partir das Capas sobre a Amazônia**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/resumos/R12-0250-1.pdf>
Acesso em: 06/07/2008

CORONEL, Angélica. **Disposições Técnico-Discursivas e Cidadania em Telejornais**. In Ferreira, Jairo; Vizer, Eduardo A. (orgs). **Mídia e Movimentos Sociais: Linguagens e Coletivos em Ação**. São Paulo, Paulus: 2007

COSTA, Luciana Miranda. **Amazônia em Chamas: Análise Discursiva da Cobertura da Imprensa sobre o Meio Ambiente**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0500-1.pdf>
Acesso em: 08/07/2008

DOWNING, John D. H. **Mídia Radical: Rebeldia nas Comunicações e Movimentos Sociais**. São Paulo: editora SENAC São Paulo, 2002



FERNADES, Francisco Assis Martins. **O Papel da Mídia na Defesa do Meio Ambiente.** Disponível em: <http://www.unitau.br/scripts/prppg/humanas/download/opapelmidia-N2-2001.pdf>
Acesso em: 12/08/2008

OLIVEIRA, Catarina Tereza Farias. **Escuta Sonora.** Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Aproximações entre Comunicação Popular e Comunitária e a Imprensa Alternativa no Brasil na Era do Ciberespaço.** Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0716-1.pdf>
Acesso em 11/12/2008

_____. **Direito à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania.** Disponível em: http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/Direito_%C3%80_Comunica%C3%A7%C3%A3o_Comunit%C3%A1ria,_Participa%C3%A7%C3%A3o_Popular_e_Cidadania. Acesso em: 12/06/2008

_____. **Comunicação nos Movimentos Populares: A Participação na Construção da Cidadania.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1998

SCHIAVONI, Jaqueline Esther. **Mídia: O Papel das Novas Tecnologias na Sociedade do Conhecimento.** Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/schiavoni-jaqueline-midia-papel-das-novas-tecnologias.pdf>
Acesso em: 06/07/2008

SOUZA, Jean Carlos Porto Vilas Boas. **Comunicação e Movimento Ambientalista: Bactéria Verde dentro do Organismo Global.** Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1412-1.pdf>
Acesso em: 10/06/2008

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade: Uma Teoria Social da Mídia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

VIZER, Eduardo A. **Movimentos Sociais: Novas Tecnologias para Novas Militâncias.** In Ferreira, Jairo; Vizer, Eduardo A. (orgs). **Mídia e Movimentos Sociais: Linguagens e Coletivos em Ação.** São Paulo, Paulus: 2007