

Comunicação e Juventude em movimento: uma análise das estratégias comunicativas do Levante Popular da Juventude

Resultado de pesquisa finalizada

GT 03 – Produção, Consumos culturais e Meios de comunicação

Aline Sant Ana (autora)¹

Merli Leal Silva (orientadora)²

Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA

Resumo

Ao analisar o mundo pela perspectiva antropológica, é possível perceber o quanto a comunicação humana revela técnicas e estratégias que representam uma característica emergente da prática e do contexto social (MÉSZÁROS, 2009). Neste sentido, o presente estudo traz uma análise das estratégias de comunicação do movimento juvenil Levante Popular da Juventude, articuladas para as manifestações em prol da Comissão Nacional da Verdade. Para tanto, utiliza-se a metodologia da Hermenêutica da Profundidade (THOMPSON, 2009), como base de análise ideológica nas ações comunicativas do movimento, que puderam ser registradas a partir de uma experiência etnográfica (TRAVANCAS, 2009), vivida entre os meses de fevereiro e maio de 2012. Com isso, a pesquisa revela de que maneira as relações de poder e as ideologias pós-modernas impulsionaram a mobilização social a partir da criação do blog *Levante.org.br*. Neste âmbito, as formas de análise do conteúdo postado durante as mobilizações dos “escrachos” permitem entender como o Agir Comunicativo (HABERMAS, 1989) se apropria de conceitos da Cultura da Convergência (JENKINS, 2008) para estimular o engajamento juvenil.

Palavras-chave: Comunicação Popular. Estratégias de comunicação. Ideologia. Juventude. Mobilização. Movimentos Sociais

Introdução

Ao mesmo tempo em que é necessário delinear a história do objeto de estudo, neste ponto, é igualmente importante conciliar a contexto social e midiático no qual o Levante Popular da Juventude, um movimento social formado (em sua maioria) por jovens universitários de Porto Alegre (RS), surgiu. Na primeira década do século XXI muitos estudos relativos à comunicação em rede globalizada já destoavam os paradigmas da comunicação de massas, em que os percursos comunicacionais se dão de maneira verticalizada, entre emissor e receptor, em produção centralizada. Neste período, a relação

¹ Aline Sant Ana é graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), onde, ao longo do curso, participou de grupos de pesquisa em Educomunicação e História da Mídia. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4084779333219563> E-mail: alinestelly@gmail.com.

² Merli Leal Silva é Doutora em Educomunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e, desde 2011, integra o corpo de docentes em Comunicação na Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Trabalha com comunicação popular desde 2007, tendo fundado o Instituto Bravagente, em Porto Alegre (RS). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5502385894817223> E-mail: merlileal@gmail.com.

entre as novas e velhas³ mídias possibilitaram uma dimensão comunicativa, sob a qual atores sociais puderam exercitar a democracia participativa – uma definição originalmente associada aos estudos da Teoria Crítica e aos fundamentos da Escola de Frankfurt.

Em HABERMAS (1989), um dos primeiros a esboçar uma ideia concisa sobre o assunto, o conceito de democracia participativa está associado ao que ele chama de “agir comunicativo”, no qual as ações são justificadas pela razão e pelo compromisso ético ligado aos interesses comuns dos indivíduos. Segundo o autor, o debate e a informação ganham espaço na esfera pública, na medida em que os assuntos mediatizados promovem a sociabilidade entre os sujeitos e suas ações. A definição de esfera pública pode, a partir disso, ser comparada ao papel das mídias em promover um lugar onde as decisões sociais são tomadas pelo intermédio e para o intermédio das ações coletivas.

Na mesma linha de pensamento, o sociólogo CASTELLS (1999) considera que as correntes culturais emergentes da pós-modernidade transformaram a relação da mídia com o indivíduo, principalmente após a década de 80. Apesar de compartilhar dos mesmos pressupostos críticos (e marxistas) de Habermas, Castells acredita que essas transformações possam caracterizar uma nova dimensão do sistema econômico capitalista direcionado ao processo de comunicação de massa. Para ele, o início da globalização e as formas de consumo relacionadas a ela, foi o marco constitutivo para que as inovações tecnológicas assumissem o mercado da informação ou o “capitalismo informacional” (CASTELLS, 1999, p. 50).

O autor ainda pondera que essa forma de transmissão da mensagem cria um espaço de acesso, no qual os indivíduos podem buscar a informação e, ao mesmo tempo, compartilhá-la. Para ele, esse espaço é uma forma simbólica que representa o lugar (físico ou virtual) onde as pessoas e as informações circulam, e a partir do momento em que se encontram, formam uma “rede”. Esta “sociedade em rede” (1999), portanto, está diretamente associada ao contexto de formação de grupos sociais, na medida em que a troca de informações e o contato entre os indivíduos forma nichos de sociabilidade.

Ao considerar o cenário globalizado no qual as redes de contato são formadas, TRIGUEIRO (2008) aponta que as formas do agir comunicativo também sofreram transformações, principalmente durante a transição dos séculos XX e XXI. O autor se baseia nos pressupostos culturais identificados por CASTELLS (1999) para afirmar que o cenário mediatizado da “sociedade em rede” cria um ciclo de comportamentos cotidianos e transforma as demandas comunicativas num bem público. Para ele, o lugar da expressão, do envolvimento social e da democracia tem ganho mais valor na relação entre os sujeitos e a mídia – o que talvez possa explicar a potencialidade dos sujeitos midiáticos e suas ações.

Aliás, o que são os meios de comunicação para os sujeitos midiáticos se não o aporte para que existam publicamente? – discorre. Ao incitar o dito “Ativismo Midiático”, o autor afirma que os sujeitos midiáticos são aqueles que utilizam-se de um dispositivo de uso coletivo

com o propósito de modificar, ressimbolizar os bens culturais midiáticos, através do processo de remembramento ou desmembramento, interligando a relevância ou irrelevância do dominador ou do dominado, nas mudanças dos paradigmas sociais que circulam nas redes de comunicação cotidiana [...]. Os ativistas midiáticos usam, nesses processos, táticas de participantes nas alterações dos conteúdos e formas da programação televisiva para os seus propósitos e seus grupos de referência. (TRIGUEIRO, 2008, P.43)

³ Para Jenkins a relação entre as novas e as velhas mídias promove o que ele chama de convergência. Segundo ele, “este talvez seja o momento mais perigoso para o movimento democrático que está desabrochando – o momento em que as corporações e os anunciantes ameaçarão cooptar e corroer a ética democrática online. O futuro talvez dependa do que irá exercer maior domínio sobre essa caixa: as regras da velha radiodifusão ou o poder popular da internet” (2008, p.277).

A partir dessa afirmação, Trigueiro aponta uma perspectiva importante para a concepção dos atores sociais da pós-modernidade quando correlaciona o espaço de atuação destes sujeitos com a razão propositiva de suas ações. Em outras palavras, o autor identifica que as zonas de interação entre os sujeitos na esfera pública estão cada vez mais aceleradas e, conseqüentemente, cada vez mais unidas. Neste sentido, é possível perceber que a relação entre os produtores de conteúdo e o público direcionado se dá a partir “da rede de comunicação cotidiana que faz do individuo um emissor-criador-cultural ou um produtor-criador-cultural” (TRIGUEIRO, 2008) em busca de audiência para seus atos. Mais do que dizer que a revolução tecnológica possibilitou novos mecanismos de atuação social, objetiva-se compreender de que maneira esses valores culturais e ideológicos têm impulsionado as formas de relacionamento (e comunicação) dos jovens ciberconectados.

1. Tecnologias de Informação e a Cultura da Convergência

Para CASTELLS (1999), e mais precisamente para JENKINS (2008), a intervenção dessas tecnologias ultrapassam os espaços físicos e temporais na interação entre indivíduos, constituindo um universo no qual LEVÝ (1996) associa ao virtual. Sobre as esferas as quais o ambiente virtual pode atingir, o autor acrescenta que há uma “amplificação das funções cognitivas”, na medida em que as pessoas se relacionam não com uma máquina simplesmente, mas com um mundo o qual esta máquina projeta. Isto é, um o processo de comunicação por simbiose (1996, p. 147).

Nestes termos, pode-se inferir que a internet simboliza um espaço onde a comunicação inter-relaciona indivíduos de diferentes características no mesmo meio. Ela representa um sistema virtual da informática, potencialidades permitem criar, armazenar, recuperar e transmitir informação em escala horizontal (isto é, sem níveis de hierarquia), gratuita e instantaneamente. Além disso, apresenta as características que JENKINS (2008) atribui ao fenômeno da Convergência Midiática, que para ele está associado ao

Fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiência de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando. (2008, p.27)

Portanto, conceber a internet como um marco importante para o desenvolvimento das TICs é fundamental para as potencialidades e alcance da mídia alternativa, que esta pesquisa pretende focar. Assim, privilegia-se a concepção de que a internet é um sistema no qual as mídias alternativas digitais residem; e no qual as possibilidades de transmissão e acesso às informações são recíprocas. A internet, neste sentido, é o lugar onde as mídias da contracultura surgem como uma alternativa às estratégias midiáticas dos meios de comunicação de massa dominantes – a partir da qual tem-se uma opção de manifesto da democracia.

2. A experiência etnográfica na composição do método

Os fundamentos clássicos que buscam determinar o estudo dos métodos para uma pesquisa científica são, de todo, oportunos para esta pesquisa, quando colocados na perspectiva da dialética marxista⁴. Para uma análise mais contemporânea, as contribuições do sociólogo István Mészáros

⁴ A Dialética Marxista “postula que as leis do pensamento correspondem às leis da realidade. A dialética não é só pensamento: é pensamento e realidade a um só tempo. Mas, a matéria e seu conteúdo histórico ditam a dialética do

(2009), seguidor dos fundamentos dessa dialética, correlacionam os aspectos da construção social do objeto com a metodologia específica que justifica a investigação no campo da comunicação - ambos, seguindo uma linha pesquisa antropológica.

Segundo o autor, a tangente teórica que compõe a mediação é a consciência, ou seja, uma concepção intelectualmente coerente que levará à negação da estrutura social já posta. A parte prática, não obstante disso, é o momento-ação, em que a mediação-prática permitirá o consenso ineludível de uma reprodução sociometabólica⁵. Para ele, os indivíduos devem ser mediados por si mesmos, assegurando, inclusive, uma interação adequada às transformações da sua natureza.

Se o sujeito histórico conclamado a instituir tal transformação estiver de fato no controle do processo, vislumbrado de reestruturação radical, na qualidade de um sujeito mediado e controlado por si próprio, ao invés de se submeter às determinações fetichistas estruturais e aos interesses concebidos a partir da perspectiva privilegiada do sistema do capital. (MÉZSAROS, 2009, p.278)

Ao assumir a relação dos indivíduos com o processo constitutivo de sua natureza transformadora, MÉZSAROS (2009) se apoia aos estímulos da Antropologia para a aceitação da pesquisa etnográfica, sobretudo para o jornalismo. Se para ele a estrutura social é o que define o método para transformá-la, então, torna-se pertinente que neste estudo se conheça a estrutura, isto é, a natureza do LPJ – prática que constitui o método etnográfico. Nesta linha de pensamento, a pesquisadora em métodos científicos para a comunicação, Isabel TRAVANCAS (2005), traz uma contribuição da etnografia para o conhecimento intelectual de um determinado grupo ou determinadas sociedades.

Para ela, apesar de a Antropologia ser uma área do conhecimento muito voltada aos estudos de povos, grupos ou sociedades ainda pouco conhecidas pelo pesquisador, a etnografia pode mostrar uma perspectiva de estudo interessante para o acompanhamento das transformações da sociedade. Ao citar novas possibilidades para métodos de pesquisas antropológicas, a autora afirma que

A Antropologia não será mais a mesma. Antropólogos não estudarão exclusivamente sociedades indígenas ou distintas e distantes do pesquisador. Começarão a desenvolver trabalhos sobre a sua cidade, os seus bairros, os seus habitantes e as suas profissões. (TRAVANCAS, 2005, p.99)

Neste sentido, de acordo com TRAVANCAS (2005), há três ferramentas que podem ajudar na prática da pesquisa etnográfica: a observação participante (a), o caderno (b) e as entrevistas (c). No caso desta pesquisa, a vivência etnográfica possui um recorte temporal entre os meses de fevereiro e maio de 2012, período no qual ocorreram as primeiras mobilizações do movimento, denominadas “esculachos” (ou, simplesmente, “escrachos”).

Durante este tempo, as circunstâncias presenciadas nas reuniões e mobilizações forneceram material suficiente para que a observação participante (a) tenha servido como registro científico deste

marxismo: a realidade é contraditória com o pensamento dialético”. Disponível em: <<http://www.professores.uff.br/jorge/pesq.pdf>>. Acesso em 20 de abril de 2013.

⁵ No livro “Para além do capital: rumo a uma teoria de transição” (2002), Mézáros discorre sobre a lógica a qual o sistema capitalista propõe as relações de produção e consumo na sociedade. Estas relações, que na análise marxista fazem jus à força de trabalho, podem servir como analogia ao sistema social e quaisquer outras divisões hierárquicas que nele possam existir. Segundo o autor, é justamente sobre essas relações hierárquicas que a prática sociometabólica deve intervir. Para ela “ela vem da condição insuperável, sob o domínio do capital, de que a sociedade deva se estruturar de maneira antagônica e específica, já que as funções de produção e de controle do processo de trabalho devem estar radicalmente separadas uma da outra e atribuídas a diferentes classes de indivíduos” (2002, p.94).

trabalho. Em quase 120 dias de experiência, as anotações num caderno (b) foram a única forma de prender o momento vivido à materialização da escrita, já que alguns integrantes do movimento não permitiram⁶ a gravação *in loco*.

Os registros, então, seguiram a ornamentação de um *haikai*⁷, em que a concisão e objetividade das frases revelavam sentimentos desconexos que só aquele instante poderia explicar. Em algumas situações, por exemplo, a descrição do contexto se dá através de expressões curtas, frequentemente usadas por sujeitos que faziam parte das lideranças do movimento. Apesar de serem poucas, essas expressões contribuíram para que, ao longo do processo de vivência, a observação aguçasse uma curiosidade sobre a ideologia operante nos discursos daqueles indivíduos líderes.

Em duas situações específicas, no Acampamento Nacional (fevereiro/2012) e no curso de Formação de Lideranças (maio/2012), a repetição de alguns elementos discursivos na articulação verbal dos líderes do LPJ com os jovens foi determinante para a categorização dos objetivos de pesquisa. Nestes dois eventos, registrou-se ao menos três elementos discursivos que apareciam, com frequência, nas pronunciações e conversas entre líderes e integrantes. São eles: formação (1), informação (2) e mobilização (3). Uma anotação do dia 6 de maio de 2012, registrada durante o CFL, no Assentamento Filhos de Sepé, em Viamão⁸, confirma a relação desses elementos com o discurso ideológico do movimento.



Fonte: elaboração da autora.

FIGURA 1: Elementos Discursivos

No caderno de registros, o desenho (reproduzido acima) acompanha uma explicação pronunciada por um dos líderes do LPJ, na qual as expressões **trabalho de base** (1), **comunicação** (2)

⁶ Da mesma forma como foi respeitada a não-gravação, em qualquer tipo de mídia, durante o período de vivência, será preservado o anonimato dos personagens que não liberaram autorização de fala para esta pesquisa, considerando as normas do Código de Ética dos Jornalistas onde se lê: “art.6 - É dever do jornalista: VIII - respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão;” (FENAJ, 2007).

⁷ Para GOGA, “o haikai é uma palavra que nós ocidentais não sabemos traduzir senão com ênfase, é o epigrama lírico. Os japoneses possuem uma forma elementar de arte, mais simples ainda que a nossa trova popular. São tercetos breves, versos de cinco, sete e cinco pés, ao todo dezessete sílabas. Nesses moldes vazam, entretanto, emoções, imagens, comparações, sugestões, suspiros, desejos, sonhos... de encanto intraduzível” (GOGA, 1988, p. 22).

⁸ Município a região metropolitana de Porto Alegre, RS.

e **lutas** (3) fazem referências aos termos discursivos já citados, respectivamente. A observação destas expressões, portanto, suscita uma análise sob a qual identificam-se as matrizes ideológicas que compõem o discurso comunicativo do LPJ e suas estratégias de comunicação. No entanto, estes aspectos não são facilmente percebidos a partir da observação etnográfica. É preciso, além disso, conhecer a profundidade semântica em que se instalam as dimensões do processo comunicativo. Logo, julgou-se propício a realização de entrevistas (c) nas quais os próprios indivíduos pudessem explicar a relação dos termos específicos com suas estratégias comunicacionais.

No primeiro momento, foram realizadas entrevistas informais com integrantes de Coordenações Estaduais e Municipais, os quais esclareceram algumas informações sobre o esquema estrutural do movimento. Mais tarde, para fins metodológicos de pesquisa, foram realizadas entrevistas formais⁹ com os quatro indivíduos responsáveis pelo Setor da Comunicação (ou comunicadores), de modo que suas falas pudessem explicar como funcionaram as estratégias de comunicação explicar a dimensão ideológica que compõe o discurso no blog *Levante.org.br*.

3. Hermenêutica da Profundidade e suas categorias de interpretação

A análise de fatores como a cultura, a ideologia ou até mesmo a comunicação de massa é relativamente extensa. Mas a utilização da Hermenêutica da Profundidade (HP) enquanto referência metodológica pode servir para a interpretação da etnografia, e justificar a relação do método científico com a análise da prática, das formas simbólicas e suas ideologias. No livro “Ideologia e Cultura Moderna”, THOMPSON (2009) define que o conceito de ideologia pode ser usado para referir-se às maneiras como o sentido (significado) serve, em circunstância particulares, para estabelecer e sustentar relações de poder.

Em muitos caminhos, o autor se alicerça nas contribuições de Marx e Engels ao desenvolver as atribuições metodológicas da HP. Para ele, o conceito da ideologia marxista¹⁰ apresenta possibilidades de entender as ideias não só por elas mesmas pelas condições reais que a vida sócio-histórica as propõe. Neste sentido, a análise ideológica em THOMPSON (2009) foca os direcionamentos constitutivos da produção de sentido, aos quais é possível identificar os modos de operação da ideologia nas relações de poder.

Em seu estudo sobre metodologia hermenêutica na pesquisa social, GUARESCHI (2003) acrescenta a “banalização” aos modos de operação da ideologia, por entender que o processo de naturalização dos fatos “leva à diluição da realidade ou da importância do tema, induzindo à conformidade e ausência de reflexão crítica” (2003, p.321-325). Com isso, o autor ressalta a importância da contextualização histórica na aferição de sentidos produtivos da ideologia e reafirma a necessidade de explicitar uma conexão entre as formas simbólicas e as relações de dominação as quais estas formas sustentam.

4. Ideologia e relações de poder: componentes importantes na produção da notícia

Em sua abordagem descritiva sobre a pesquisa da HP como um referencial metodológico, THOMPSON (2009) destaca que a relação de troca na qual os bens simbólicos são produzidos caracteriza o processo de “transmissão cultural”, que, para ele, consiste na fundamentação histórica do conceito de comunicação de massa. Esse aspecto traz argumentos interessantes para a atribuição da

⁹ Gravadas e autorizadas pelos indivíduos por meio de termo de consentimento (Apêndice 1 da monografia “Comunicação e juventude me movimento”, trabalho originário. Fonte: a autora).

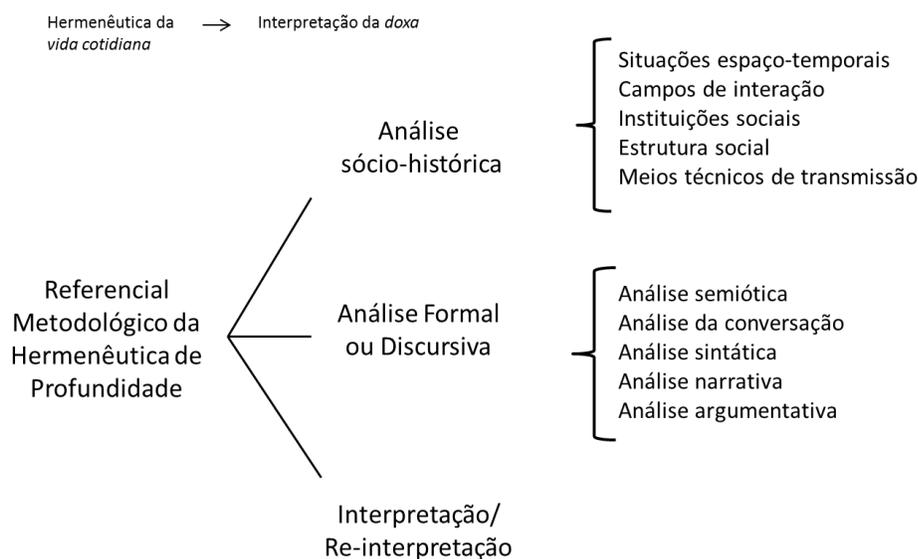
¹⁰ Para Marx, Ideologia “é uma doutrina teórica e uma atividade que olha erroneamente as ideias como autônomas e eficazes e que não consegue compreender as condições reais e as características da vida cotidiana” (MARX, 1933 *apud* THOMPSON, 2009, p.51)

metodologia deste trabalho. Ao tomar a definição de comunicação de massa a partir do modelo de transmissão de bens simbólicos, torna-se propositiva a comparação com o modelo de comunicação do LPJ.

Apesar de ser um Novo Movimento Social, dentre os quais estimula a comunicação entre as minorias sociais, sobretudo dentro da universidade, o LPJ também faz uso dos mecanismos da comunicação de massa no momento em que se enquadra nas atribuições da transmissão cultural que, de acordo com THOMPSON (2009), seguem três aspectos básicos: o meio técnico de transmissão (ou componentes materiais); o aparato institucional de transmissão (ou estratégias comunicativas) e o distanciamento espaço-temporal (ou formas de transmissão).

Para este estudo, no entanto, optou-se focar no “aparato institucional de transmissão dos bens culturais” como forma de sinalizar a estrutura da HP, sob a qual será possível identificar o “conjunto específico de articulações institucionais dentro das quais o meio técnico é elaborado e os indivíduos envolvidos na codificação e decodificação das formas simbólicas estão inseridos” (THOMPSON, 2009, p. 223). Essas articulações institucionais permitem, ainda, revelar quais regras, recursos e relações hierárquicas de poder existem entre os indivíduos que ocupam as posições institucionalizadas.

Numa dimensão menos ampla, então, a pesquisa parte da análise das notícias no blog *Levante.org.br* como percurso inicial que direciona o entendimento das estratégias de comunicação do movimento. Considera-se, pois, que as experiências etnográficas e as entrevistas realizadas com os integrantes do Setor Nacional de Comunicação do LJP, possam revelar diagnósticos que contemplem a profundidade metodológica da pesquisa.



Fonte: THOMPSON, 2009, p.365 (reprodução)

FIGURA 2: Formas de Investigação Hermenêutica

5. Análise metodológica da Hermenêutica da Profundidade

A análise discursiva baseou-se nos conteúdos das postagens sobre o “Levante pela Verdade” (entre fevereiro e maio), a partir da possibilidade de interpretação da experiência etnográfica vivida no mesmo período - fator que justifica a escolha do recorte temporal. Neste sentido, a perspectiva da análise discursiva fornecerá um leque de possibilidades quanto às instâncias de comunicação correntemente presentes numa narrativa, que segundo Thompson, define a análise da sintaxe prática:

Embora as instâncias do discurso sejam sempre situadas em circunstâncias sócio-históricas particulares, elas também apresentam características e relações estruturais que podem ser analisadas formalmente, com a ajuda de vários métodos que eu chamei de análise discursiva. (THOMPSON, 2009, p.371)

No caso do blog do *Levante.org.br* buscou-se identificar a presença dos termos *formação*, *informação* e *mobilização* conforme o contexto das postagens, a concatenação de frases ou expressões e a interpretação da *doxa*¹¹ (ou vida cotidiana) na construção na notícia. Quanto às informações coletadas nas entrevistas, foram apresentadas apenas as categorias supracitadas, que comporão a análise argumentativa, posteriormente.

No primeiro momento, realizou-se o mapeamento geral das postagens feitas entre fevereiro e maio. A partir disso, foram elencadas quais possuíam os termos de referência às categorias ideológicas do discurso do LPJ. Na sequência, buscou-se identificar elementos de transmidialidade na divulgação das notícias, bem como as características da arquitetura da informação no blog.

TABELA 1

Apresentação das postagens analisadas no site Levante.org

Mês	FORMAS SIMBÓLICAS DISCURSIVAS			Qtd.
	FORMAÇÃO	INFORMAÇÃO	MOBILIZAÇÃO	
Fev / 2012	Quem Somos	Quem Somos	Quem Somos	2
	Carta Compromisso (05/02)	Carta Compromisso (05/02)	Carta Compromisso (05/02)	
Mar / 2012	Levante Contra a Tortura (30/03)	Esculacho em São Paulo contra torturador (26/03)	Esculacho em São Paulo contra torturador (26/03)	6
	Levante Verdade pela (30/03)	Esculacho no RS (26/03)	Esculacho no RS (26/03)	
		Esculacho contra torturador em BH (26/03)	Esculacho contra torturador em BH (26/03)	
		Levante sofre retaliações (29/03)	Levante sofre retaliações (29/03)	

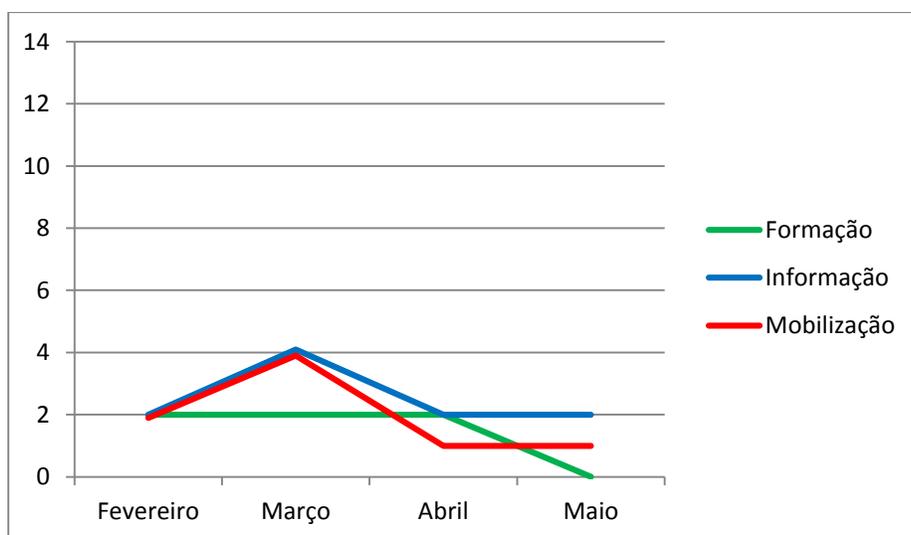
¹¹ Em THOMPSON, a *doxa* é “uma interpretação das opiniões, crenças e compreensões que são sustentadas e partilhadas pelas pessoas que constituem o mundo social” (2009, p. 364).

Abr / 2012	Contra a reação (03/07) Carta aberta aos bravos jovens do Levante Popular da Juventude (12/04)	Ato público pelo direito à justiça (09/04) 16 anos de massacre: Levante realiza ações em 14 estados (17/04)	16 anos de massacre: Levante realiza ações em 14 estados (17/04)	4
Mai / 2012		Empresas rompem contrato com torturador (21/05) Esculacho torturador Dilma (14/05)	Balanço: Levante mobiliza 11 estados contra torturadores (14/05)	3

Fonte: elaboração da autora.

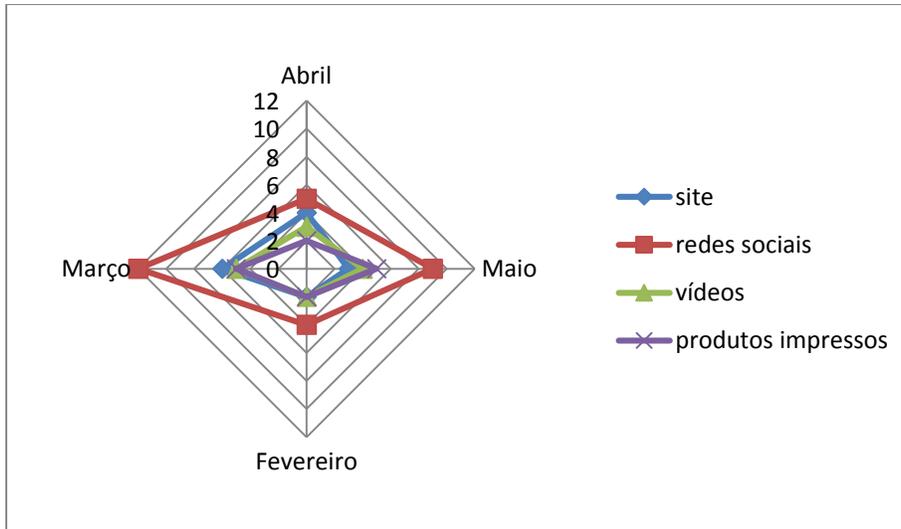
FIGURA 3: modelo de tabela 1.

De acordo com a contextualização nas quais as ações ocorreram, foi possível fazer uma relação da ocorrência das categorias de postagem com o valor simbólico para as ações do movimento naquele período. Em fevereiro e março, por exemplo, o LPJ estava começando as organizações para os escrachos, o que poderia acarretar numa maior disposição do site para a mobilização e informação das ações do movimento.



Fonte: elaboração da autora

FIGURA 4: Gráfico da frequência das categorias ideológicas de acordo com período das mobilizações.



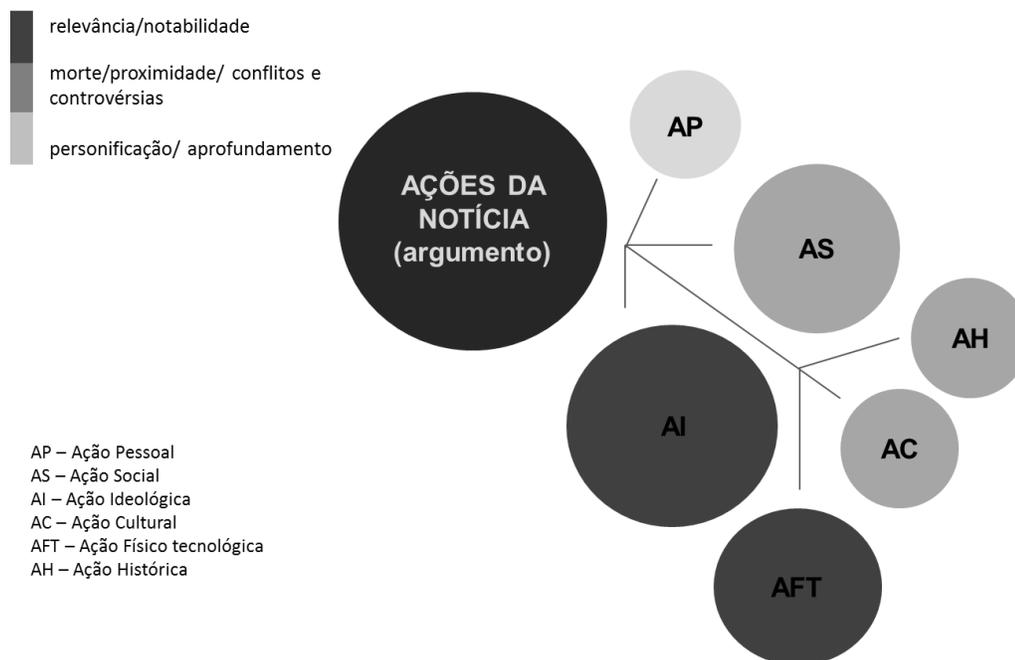
Fonte: elaboração da autora.

FIGURA 5: Gráfico da produção transmídia referente às postagens do “Levante pela Verdade”.

Até aqui, entende-se que cada material analisado compõe uma notícia, ainda que não seja formalmente jornalística¹², já que, segundo TRAQUINA (2005), a notícia é o que resulta de um processo de percepção, seleção e transformação dos acontecimentos (matéria-prima) em pauta (produto). No livro “Teorias do Jornalismo - por que as notícias são como são” TRAQUINA (2005) aponta que diversas variantes podem interferir na construção das notícias, entre as quais, as pessoas, o sistema social, a ideologia, a cultura, o meio físico e tecnológico e a história. Estes fatores, associados à definição que cada um dá aos valores-notícia, mostram porque e para que as notícias são como são. Ao discorrer sobre as intenções discursivas da notícia (2005, p.25), o autor elenca seis fatores nos quais elas podem estar fundamentadas. São elas: ações de interesse Pessoal (AP), Social (AS), Ideológico (AI), Cultural (AC), Histórico (AH), e as que buscam intervir no meio Físico-Tecnológico (AFT) sob o qual as pessoas se comunicam.

A partir das descrições inferidas é possível relacionar a competência das intenções na construção da notícia aos bens simbólicos mais frequentes nas postagens. Mas, antes disso, a análise destas formas simbólicas nas entrevistas com os indivíduos comunicadores deve preceder à constatação dos valores-notícia que direcionam a produção no blog. Ademais, coloca-se à disposição de análise as partes mais relevantes das entrevistas (que foram decupadas), de forma que a averbação dos termos identificados configurem relevância à proposta investigativa.

¹² O formato jornalístico formal refere-se à construção narrativa a partir do lead, adequado às especificações da mídia. Isto é, deve-se assegurar as peculiaridades textuais às notícias produzidas para o rádio, para a TV, para o impresso e para o digital.



Fonte: elaboração da autora.

FIGURA 6: Gráfico ações-notícia *versus* argumentos dos entrevistados

O conteúdo apresentado a partir da seleção das entrevistas garante que toda a lógica explicativa informada pelos integrantes do Setor da Comunicação do LPJ tem um intuito ideológico. Foram realizadas quatro entrevistas formais, sob as quais buscou-se entender como funcionou o processo de abastecimento de conteúdo no blog, no período entre fevereiro e março de 2012. Cada integrante foi entrevistado separadamente, em dias e locais diferentes, de modo que suas falas pudessem apresentar perspectivas pessoais e críticas do processo averiguado.

TABELA 2

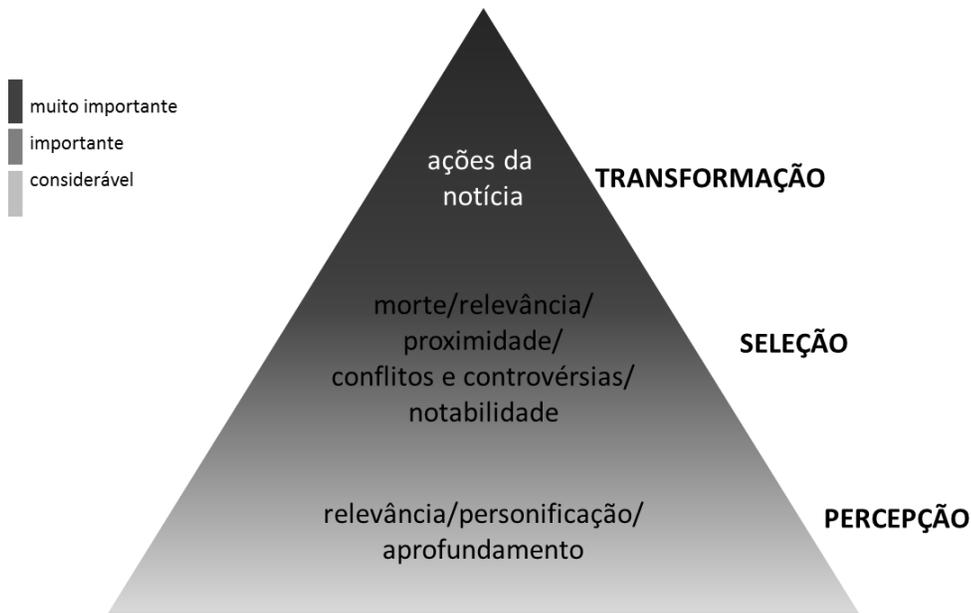
Entrevistados

NOME	FUNÇÃO	ESTADO
Jean Carlos	Arquiteto da informação	Minas Gerais
Hellen	Redação/Editora de conteúdo	Paraná
Edison Júnior	Web designer	São Paulo
Rafael	Arquiteto da informação	Rio Grande do Sul

Fonte: elaboração da autora.

FIGURA 7: modelo de tabela 2.

A presença das categorias ideológicas foi unânime em todos os depoimentos. No entanto, alguns pontos divergiram entre eles, quando questionados sobre valores que direcionam a produção de notícias para o blog. Este momento de divergência, de explicação e argumentação foi fundamental para que, na pesquisa, se pudesse “fragmentar o corpo do discurso em conjuntos de afirmativas ou asserções organizadas ao redor de certos tópicos em termos de determinados operadores lógicos, ou quase lógicos” (THOMPSON, 2009, p.374). No gráfico abaixo é possível identificar alguns pontos citados como requisitos que, segundo os entrevistados, conferem valor às notícias do blog.



Fonte: elaboração da autora.

FIGURA 8: Gráfico valores-notícia segundo os entrevistados (baseado em TRAQUINA, 2005)

De maneira geral, os valores-notícia identificados nos depoimentos se aproximam do que TRAQUINA (2005) define como “critérios para seleção” e “critérios para construção” de pautas. De acordo com as classificações do autor, fatores como morte, relevância, proximidade, conflitos e controvérsias e notabilidade, estão associados aos critérios para seleção de pautas. Já os outros termos, como personificação e aprofundamento (do assunto), são apontados como critérios para a construção de pautas.

Nesta etapa, o aprofundamento hermenêutico alcança as características estruturais internas das notícias, de modo que as considerações analíticas não se baseiem apenas de pressupostos teóricos. Apesar de muitos elementos discursivos serem evidentes, principalmente nos textos, a comparação com o que os produtores da informação têm a dizer é fundamental no entendimento de mensagens para a comunicação de massa. Até porque, a “análise da produção e transmissão é essencial à interpretação do caráter ideológico das mensagens, pois ele lança uma luz sobre as instituições e as relações sociais dentro das quais essas mensagens são difundidas” (THOMPSON, 2009, p. 395).

Durante o período de postagens analisado, a relação entre o surgimento de pautas e a forma de abordagem das mesmas foi, segundo os integrantes, um caminho estratégico a ser percorrido. Isto porque após o período de nacionalização, a visibilidade em torno dos “esculachos” fez com que o LPJ fosse associado a uma série de organizações partidárias, sem que sua proposta estivesse clara à sociedade civil. Deste modo, a apresentação do perfil do movimento, articulado às notícias produzidas, fizeram com que o blog nacional fosse uma das formas institucionalizadas de comunicação externa.

Outro fator interessante levantado a partir do mapeamento está no caráter documental das notícias. Nos meses de fevereiro e março, por exemplo, poucos textos foram divulgados no blog nacional, pois, segundo os registros etnográficos, o movimento ainda não contava com o apoio ideológico forte em todos os lugares nos quais tinham representantes – fato que ficou explícito após a comparação com o fluxo de produção dos outros meses. Ainda que boa parte das postagens referentes às primeiras ações tenha sido inserida com o decorrer do tempo, a preocupação com os fatos passados mostrou o interesse do movimento em resgatar o percurso histórico que justifica as mobilizações. A

memória do LPJ, neste sentido, foi sendo organizada na medida em que as experimentações para a melhoria do blog foram se adequando às suas expectativas.

Após estruturada a equipe que hoje gerencia o blog, as postagens foram direcionadas de modo que construíssem um espaço comum entre os “Levantes” de todos os estados em que eles, futuramente, iriam se organizar. Todo conteúdo publicado é discutido por um Conselho Editorial, composto por pessoas do Setor Nacional da Comunicação e das Secretarias Operativas. Nem sempre todos participam, mas normalmente são as pessoas que estão a par da conjuntura, mobilização e organicidade do movimento que discutem as pautas.

De forma geral, os entrevistados ressaltam que o cuidado com as peculiaridades culturais, vocabulares e políticas foram dando identidade à linguagem dos textos. Ao mesmo tempo, procurou-se investir no potencial interativo das redes sociais (facebook e twitter) para promover o caráter transmídia das notícias. Vídeos, artes e fotos ganharam destaque principalmente nas páginas do facebook, acompanhados da *hashtag* “Levante pela verdade” (#levantepelaverdade¹³). Em especial, a utilização das *tags* e dos *gadgets* de “postagens mais lidas” e dos “últimos comentários” contribuiu para que os conteúdos se tornassem visíveis e eficientes na categorização de temas e na otimização das formas de pesquisa no blog.

**FEEDBACK DO FACEBOOK NAS
POSTAGENS DO BLOG**

Comentários

Tags: #LevantePelaVerdade, Comissão da Verdade, Levante contra a tortura, Levante Popular da Juventude

Carta aberta aos bravos jovens do Levante Popular da Juventude

Postado em 12 abril 2012 por Levante

Estimados e bravos companheiros do Levante Popular da Juventude. Acompanhei as jornadas de luta pela Verdade e Justiça, que vocês realizaram em diversas cidades do Brasil. Foi um ato de muita coragem política, coragem esta que tem faltado a tantos que se dizem “democratas” ou “de esquerda”.

Fonte: CARTA ABERTA, Blog *Levante.org.br*, em 12 de abril de 2012.

FIGURA 9: Interatividade com o público e repercussão da campanha.

¹³ Apesar de ser um recurso de tagueamento utilizado no twitter, a hashtag “Levante pela verdade” foi usada com mais frequência no facebook, já que o perfil do Levante no Twitter não alimenta a interatividade com os usuários. “O nosso perfil no twitter está esquecido”, afirmou Hellen Lima, editora de conteúdo do blog *Levante.org.br*.



CATEGORIZAÇÃO, ATUALIZAÇÃO E FORMAS DE PESQUISA

Fonte: CARTA ABERTA, Blog *Levante.org.br*, em 12 de abril de 2012.
 FIGURA 10: Categorização, atualização e formas de pesquisa.

De todo modo, entende-se que as estratégias da comunicação estiveram diretamente relacionadas à produção, construção e apropriação dos valores notícias e ferramentas da convergência midiática. O blog, neste sentido, apresenta uma lógica discursiva que, em comparação aos argumentos dos integrantes, reforçam a característica da comunicação de massa – fatores que predestinam a possível reinterpretação da ideologia mostrada pelo movimento.



Fonte: THOMPSON, 2009, p.395 (adaptação da autora).
 FIGURA 11: Desenvolvimento do Enfoque tríptico para a Comunicação de massa

6. Resultados e Discussões

A partir do processo comunicativo estruturado para as notícias do “Levante pela Verdade”, encontra-se muitos pontos de concordância e divergência entre o que foi observado na vivência

etnográfica e os argumentos apresentados em entrevista. Nada disso pondera, pois, na superação de uma verdade sob a outra. Mas a comparação entre elas são fundamentais para a formulação de um diagnóstico coerente à proposta deste estudo.

De acordo com as categorias de análise da HP, a fase da interpretação da ideologia consiste no ponto cíclico de reconhecimento daquilo que se pensa conhecer. Ao contrário do que se pode imaginar, a terceira etapa hermenêutica não significa um fim, ou uma conclusão, mas uma fase de reflexão sobre tudo o que foi afirmado anteriormente. Para THOMPSON (2009), reinterpretar a ideologia “é explicitar a conexão entre o sentido mobilizado pelas formas simbólicas e as relações de dominação que este sentido ajuda a estabelecer e sustentar. A interpretação da ideologia é um processo de síntese criativa” (p.379).

No caso do LPJ, o mapeamento das categorias de análise das notícias e do discurso dos líderes revela que a formação (e organização) dos jovens ainda é um objetivo a ser contemplado na prática da comunicação do blog. Os gráficos apontam que, no período que compreendeu o início das mobilizações de “esculachos”, as notícias deram maior visibilidade para as atividades que o movimento exercia do que para o cursor ideológico dos seus objetivos.

Porém, considerando os fatores de conjuntura, amadurecimento e experimentação do produto midiático, é possível perceber o quanto a disposição de notícias favoreceu o *feedback* com o público externo, embora não tenha aumentado significativamente o “alcance” do movimento em número de integrantes¹⁴. Por outro lado, a consciência crítica das pessoas que gerenciam o blog parece confortar os ideais de informação e mobilização dos jovens, na medida em que o trabalho do Conselho Editorial busca uma representatividade simbólica das juventudes do Brasil. Mas, ao mesmo tempo em que essa dinâmica de comunicação assegura que os princípios ideológicos estejam de acordo com a utilização da ferramenta (o blog), ela estimula uma relação de poderes, na qual a logística de produção seja de líderes para a massa.

Neste sentido, o conceito de mídia alternativa ganha uma conotação parabólica, na qual a produção acontece em linhas contrárias aos ideais da comunicação hegemônica, mas ainda conserva sua forma de fazê-la. Este ponto de análise, de certo modo, abre brechas para que a contextualização do estudo justifique a inexperiência estimada no início da organização nacional do movimento, sem que a crítica seja injusta.

Por isso, entende-se que o momento de implantação de novas mídias para o relacionamento com o público tenha caracterizado um marco nas relações de poderes sob as quais os indivíduos teriam que lidar posteriormente. Fato que justifica a comunicação *two-step flow*¹⁵, na qual os líderes do grupo são formadores de opinião e, ao mesmo tempo, fontes de uma informação privilegiada que motivará as ações dos demais. É neste sentido que, as vias argumentativas das entrevistas contribuíram para a reinterpretação do discurso ideológico observado durante a experiência etnográfica, principalmente por aparecerem, com mais evidência, na aferição dos valores-notícia.

Apesar de, em muitos momentos da entrevista, “eles” reconhecerem as relações de poderes que sustentam a organicidade do Setor foi possível identificar a consciência e a humildade que os leva a assumir, cada qual, o seu papel. Na medida em que os indivíduos entendem o sistema embrionário do movimento, percebem que as dimensões estruturalistas dão base para o funcionalismo comunicacional com a sociedade. Este pensamento é o que define os meios de comunicação como uma ferramenta operante da ideologia que, segundo HABERMAS (1989), é responsável por estabelecer um padrão de moralidade, valores e organização das massas.

¹⁴ Informação cedida por Jean Carlos Martins, arquiteto da informação do blog Levante.org.br .

¹⁵ O *Two Step Flow*, ou “Fluxo de duas etapas” é um sistema comunicacional pensado por Lazarsfeld e Katz (1948) no qual as pessoas tomam decisões a partir da influência pessoal do “líder” de um grupo ao qual pertençam. Neste sistema, os autores consideram que ninguém é influenciado inconscientemente.

As reuniões de pautas, a preocupação com a identidade visual, bem como os elementos de transmidialidade presentes nas postagens mostram a necessidade de usar o blog como uma ferramenta que transmite valores culturais e, principalmente, uma ideologia institucionalizada do movimento. Além disso, o direcionamento das pautas de cunho social, cultural e ideológico revela a capacidade do grupo em lidar com questões de identidade e coletividade. Neste sentido, é possível identificar a relação das atribuições editoriais com os princípios ideológicos socialistas, os quais o movimento tenta difundir a partir das categorias “informação” e “mobilização”.

E mesmo que o quesito “formação” tenha aparecido de forma insipiente nas estratégias de comunicação, a contextualização, a personalização de mitos, e a adaptação da linguagem, contribuíram para uma possível formação política daqueles que acompanham o blog. Pois, quando um veículo de comunicação gera referências para a mudança de atitudes e mentalidades nos indivíduos, ele está, acima de tudo, formando seres capazes de agir em prol daquilo que acreditam. Isto pode significar que o trabalho realizado no blog confere um espaço de legitimidade midiática ao LPJ, onde a construção do discurso se destina, sobretudo, à prática mobilizadora e à co-responsabilidade¹⁶ social dos jovens.

Referências Bibliográficas

- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede - A era da informação : economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. **A Galáxia da internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- FRANCO, Augusto de. **Ação local: a nova política da contemporaneidade**. Brasília/Rio de Janeiro: Ágora/FASE, 1995. In: BRAGA, Clara S.; HENRIQUES, Márcio S.; MAFRA, Rennan L. M. **O planejamento da comunicação para a mobilização social: em busca da co-responsabilidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/8c92b3fe2872c4bf89ba9889e1593515.pdf>>. Acesso em 21 de abril de 2013.
- HABERMAS, Jürgen. **Consciência Moral e Agir Comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3ª ed. São Paulo: Editora 34, 2010.
- _____. **O que é virtual ?**. São Paulo: Editora 34, 1996.
- MÉSZÁROS, István. **Estrutura social e formas de consciência: a determinação social do método**. São Paulo: Boitempo, 2009.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. Por que as notícias são como são**. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- TRAVANCAS, Izabel. **Etnografia da produção jornalística – estudos de caso da imprensa Brasileira**. Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo, CopyRight, 2009.
- TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e ativismo midiático**. João Pessoa: UFPB, 2008.

¹⁶Em FRANCO (1995) o conceito de co-responsabilidade está associado à participação que os indivíduos assumem em compartilhar problemas e a responsabilidade pela sua solução. Para o autor, ser a co-responsabilidade acontece quando um sujeito entende que a sua participação é uma parte essencial no todo. É um sentimento gerado pelo espírito de solidariedade.