

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO**  
**E MEIO AMBIENTE – PRODEMA**  
**MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE**

**ROSANE DA SILVA NUNES**

**JOVENS COMUNICADORES DO PROJETO ALIANÇA NA**  
**MICRORREGIÃO DO MÉDIO JAGUARIBE:**  
**AGENTES DE CAPITAL SOCIAL ATRAVÉS DA REEDIÇÃO?**

**ORIENTADORA: Profa. Dra. Kelma Socorro Lopes Matos**

**FORTALEZA**  
**2005**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO E  
MEIO AMBIENTE – PRODEMA  
MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE

JOVENS COMUNICADORES DO PROJETO ALIANÇA NA  
MICRORREGIÃO DO MÉDIO JAGUARIBE:  
AGENTES DE CAPITAL SOCIAL ATRAVÉS DA REEDIÇÃO?

Dissertação apresentada ao Curso de  
Mestrado em Desenvolvimento e Meio  
Ambiente, como requisito parcial para  
obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Profa. Dra. Kelma Socorro  
Lopes Matos

FORTALEZA

2005

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO E  
MEIO AMBIENTE – PRODEMA  
MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE

Título do trabalho: Jovens Comunicadores do Projeto Aliança na Microrregião do  
Médio Jaguaribe: agentes de Capital Social através da reedição?

Autora: Rosane da Silva Nunes

Dissertação aprovada em: 16/08/2005

Banca Examinadora

---

Profa. Dra. Kelma Socorro Lopes Matos

---

Profa. Dra. Catarina Tereza Farias de Oliveira

---

Prof. Dr. José Levi Furtado Sampaio

**A juventude hoje em dia luta por seus direitos,  
Mas os poderosos não querem que sejamos perfeitos.  
Não queremos ser perfeitos, queremos mostrar nosso valor,  
Mas os jovens não se calam, com essa infinita dor.  
Tudo o que queremos fazer  
é mostrar para todo mundo que o jovem tem saber.  
Em todas as formas de trabalho, o jovem quer ser ingressado.  
Faz movimento, faz tudo. Eles só não ficam parados.  
E fazem até lei, que não podem ficar calados.  
Pensando em ajudar, querem mesmo se expor.  
Sonhando que algum dia, vão nos dar muito valor.  
Todos nós temos direitos, juntos vamos lutar.  
Tem gente que não se cansa de tanto nos enganar.  
Quero que todos lutem juntos, porque juntos somos mais.  
E quero que não se esqueçam que temos direitos iguais.**

**Gleiciane, 17 anos, Acopiara, integrante do grupo Jovens Unidos  
para o Desenvolvimento Social e Cultural – JUDEC.**

**(poesia declamada no Seminário Microrregional de Juventudes),  
(Iguatu, Ceará, 26/11/2004)**

**Aos jovens comunicadores do Projeto Aliança,  
depositários de minha esperança por uma comunicação  
educativa e democrática no Médio Jaguaribe.**

## AGRADECIMENTOS

Muitas pessoas me ajudaram a chegar a esta nova etapa rumo à construção do conhecimento: da professora do ensino fundamental ao corpo docente do Prodema, passando por colegas de classe, familiares, amigos e amores. No entanto, vale ressaltar o apoio específico recebido na obtenção deste título. Meu muito obrigada a:

Minha família de corpo e de alma: Ivan, Rosa e Rosivane, pelo apoio permanente; à família de coração: Fernanda, Eugênio, Hugo e Regina, pela torcida sincera; aos amigos Alesandra Araújo, Evanir Morais e Robério Lessa, pelo envio de textos e pesquisas, Galba Bessa e Débora Regina, pelo incentivo a buscar meus sonhos.

Profa. Kelma Matos, pela sábia orientação; Profa. Catarina Farias, pelas valiosas contribuições; Prof. Ruben Dario Mayorga, por me acompanhar no início do projeto; Prof. Levi Furtado, pela participação na banca examinadora; todos os docentes, funcionários e colegas do Prodema.

Instituto Elo Amigo, nas pessoas de Eleudson, Verônica, Gilvan, Paulo Marcelo, Aldene, Aureni, Geovânia, Marcos, Jenair, todos os jovens comunicadores e demais entrevistados.

CNPq, pelo apoio financeiro.

## RESUMO

Este trabalho tem como objeto de pesquisa o Projeto Aliança com o Adolescente pelo Desenvolvimento Sustentável na Microrregião do Médio Jaguaribe, Ceará (PAA). Os sujeitos ouvidos são os jovens formados em comunicação pelo Projeto. O nosso objetivo central é analisar se os jovens comunicadores sentem-se capazes de reeditar o ideário do PAA, utilizando os conhecimentos adquiridos em jornalismo comunitário. Para alcançar o objetivo, utilizamos como metodologia a observação participante, pesquisa bibliográfica e documental, análise de jornais institucionais do Projeto, entrevistas abertas e grupos focais. Estes foram os principais instrumentos de nossa investigação, que busca contribuir com o debate acerca do papel da comunicação como fim e não como meio de empoderamento. A pesquisa identificou que os jovens se sentem capazes de reeditar as idéias do Projeto em suas atividades cotidianas mas não através do uso de técnicas de comunicação. Para isso, eles enfatizam que é necessário um trabalho continuado de formação de jovens comunicadores, além de apoio à inserção destes em veículos de comunicação locais.

## **ABSTRACT**

The research object of this work is the project "Alliance with the adolescent for the Sustainable Development at the Microregion of the Mid Jaguaribe, Ceará" (PAA). The listened "persons" are the young formed by the project in the communication training course. Our main objective is to analyze if the young communicators feel themselves capable to reedit the ideas of PAA, using the knowledge acquired in communitarian journalism. To reach the objective, we utilized as methodology the participant observation, bibliographical and documental research, analyses of project's institutional journals, open interviews and focal groups. These were the main instruments of our investigation, which aims to contribute to the debate about the role of communication as an end, not a way of empowerment. The research identified that the young feel capable of reedit the ideas of the project in their daily activities but not through the use of communication techniques. For this, they emphasize that a continued work of formation of young communicators, besides the support to their insertion in local communication vehicles is necessary.



## **LISTA DE ABREVIATURAS**

**ABONG:** Associação Brasileira de ONGs

**AED:** Agência de Educação para o Desenvolvimento

**ASA:** Articulação no Semi-Árido

**CEBS:** Comunidades Eclesiais de Base

**CR:** Centro de Resultado

**CVT:** Centro Vocacional Tecnológico

**BNDES:** Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

**CPDS:** Comissão de Políticas pelo Desenvolvimento Sustentável

**DLIS:** Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável

**EAFI :** Escola Agrotécnica Federal de Iguatu

**ICV:** Índice de Condições de Vida

**IDES:** Instituto de Desenvolvimento Sustentável do Baixo Sul

**IDH:** Índice de Desenvolvimento Humano

**IDM:** Índice de Desenvolvimento Municipal

**IEA:** Instituto Elo Amigo

**MMJ:** Microrregião do Médio Jaguaribe

**ODCOM:** Programa de Comunicação e Mobilização Social

**ONG:** Organização não-governamental

**ONU:** Organização das Nações Unidas

**OSCIP:** Organização Social Civil de Interesse Público

**OSCs:** Organizações da Sociedade Civil

**PAA:** Projeto Aliança com o Adolescente pelo Desenvolvimento Sustentável

**PFAV:** Programa de Formação de Adolescentes Voluntários

**PNUD:** Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

**RIPS:** Rede de Intermediação de Produtos e Serviços

**RITZ:** Rede de Informações do Terceiro Setor

**SERTA:** Serviço de Tecnologia Alternativa

**TESA:** Tecnologia Empresarial Social da Aliança

**TEO:** Tecnologia Empresarial Odebrecht

**SENAC:** Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

**UNICEF:** Fundo das Nações Unidas para a Infância

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO 1 - CAPITAL SOCIAL E COMUNICAÇÃO: criação de espaços de socialização.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1. O conceito de Capital Social: raízes e vertentes .....</b>	<b>21</b>
<b>1.2. Comunicação participativa: chave para o capital social .....</b>	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO 2: DESENVOLVIMENTO E ORGANIZAÇÃO SOCIAL: a influência do capital social na relação sociedade-natureza .....</b>	<b>39</b>
<b>2.1. A busca do desenvolvimento sustentável: Agenda 21 e capital social .....</b>	<b>39</b>
<b>2.2. O desenvolvimento local: caminho para a sustentabilidade .....</b>	<b>44</b>
<b>2.3. Organização e participação social: contribuindo para o desenvolvimento local .....</b>	<b>48</b>
<b>CAPÍTULO 3. O PROJETO ALIANÇA COM O ADOLESCENTE NA MICRORREGIÃO DO MÉDIO JAGUARIBE .....</b>	<b>59</b>
<b>3.1. Microrregião do Médio Jaguaribe: algumas características .....</b>	<b>64</b>
<b>3.2. A atuação do Projeto Aliança no Ceará: uma história em construção .....</b>	<b>69</b>
<b>3.2.1. Pedagogia do Projeto Aliança: o aprender fazendo .....</b>	<b>72</b>
<b>CAPÍTULO 4. A COMUNICAÇÃO NO PROJETO ALIANÇA .....</b>	<b>84</b>
<b>4.1. Comunicação para a reedição: em busca da consolidação de um ideário.....</b>	<b>99</b>
<b>4.2. Os Jovens Comunicadores do Projeto Aliança: agentes de capital social? .....</b>	<b>110</b>
<b>4.2.1 Como se vêem os jovens comunicadores.....</b>	<b>111</b>
<b>4.2.2. A comunicação na vida dos jovens e a possibilidade de reedição</b>	<b>124</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>135</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>143</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>149</b>

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende analisar a capacidade de jovens reeditarem o ideário do Projeto Aliança com o Adolescente pelo Desenvolvimento Sustentável – PAA, na microrregião do Médio Jaguaribe, Ceará. Caso os jovens pesquisados se percebam aptos a reeditar os valores do PAA por meio do uso de meios de comunicação, consideraremos que a formação em comunicação contribuiu para a geração de agentes de capital social, que seriam pessoas capazes de fomentar laços de coesão comunitária em torno de valores e objetivos comuns, visando ao desenvolvimento local. Nosso objetivo é, então, investigar se os jovens formados em comunicação pelo Projeto Aliança se sentem reeditores através do emprego dos conhecimentos que adquiriram em jornalismo comunitário.

O termo reedição é adotado pelo PAA, que em seu Projeto de Mobilização Social, colocou as comunicações interna, institucional e de mobilização social entre as principais estratégias em favor do DLIS nas regiões onde atua. A reedição é a readequação, de acordo com a cultura local, de mensagens cujo conteúdo remeta ao ideário do PAA. Poderia ser feita tanto por integrantes do projeto – adultos e jovens –, como por representantes da sociedade civil organizada – poder executivo, legislativo e judiciário locais, educadores, empresários, líderes comunitários – que formariam uma rede de reeditores idealizada pelo Projeto.

Percebemos uma desarticulação do trabalho dos jovens na comunicação local, permanecendo, somente, os produtos institucionais. Isso nos incomodava, pois entendemos que a comunicação com vistas a divulgar os resultados de uma instituição, ainda que envolva a participação de jovens formados no Projeto, não constitui uma forma de mobilização social, uma vez que prioriza assuntos que podem estar fora dos anseios populares. Entendemos que reeditar, no sentido de empregar a comunicação em

favor do desenvolvimento sustentável, numa perspectiva localizada, seria unir a comunicação ao capital social<sup>1</sup>.

O propósito, neste estudo, não é mensurar o capital social existente, mas identificá-lo a partir dos resultados do envolvimento dos jovens com a comunicação. Essa percepção é de grande valia, pois não podemos observar o acúmulo de capital social nos grupos de jovens atuantes na área de comunicação do projeto, e sim, suas potencialidades e atitudes, observando o nível de participação crítica, política e cultural, compreendendo como a formação na área de comunicação os ajudou a adotar essa atitude, na medida em que em que cultuam e buscam repassar os valores apreendidos no projeto, através de técnicas de comunicação.

O Projeto Aliança com o Adolescente foi criado em 1988 por um grupo formado pelo Instituto Ayrton Sena, Fundação Kellog, Fundação Odebrecht e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES. O objetivo era contribuir com o Desenvolvimento Local, Integrado e Sustentável (DLIS) nas microrregiões Bacia de Goitá, em Pernambuco, Baixo Sul, na Bahia e Médio Jaguaribe, Ceará (MMJ) – sendo esta última o *locus* de nosso estudo.

A MMJ é composta pelos municípios de Iguatu, Acopiara, Quixelô, Orós e Jucás. Em cada microrregião foi escolhida uma instituição para executar as atividades do Projeto. No caso do Ceará, a tarefa ficou, inicialmente, a cargo do Sebrae, e a partir de 2001, do Instituto Elo Amigo - IEA, uma Organização Social de Interesse Público – OSCIP criada pela equipe técnica responsável pelo PAA na Microrregião do Médio Jaguaribe.

Nosso interesse em analisar os resultados, para os jovens, da formação em comunicação promovida pelo Projeto Aliança, surgiu em 2002, quando de nossas primeiras visitas a Iguatu, na condição de facilitadora de oficinas de radiojornalismo

---

<sup>1</sup> Trabalharemos melhor, no decorrer do trabalho, o conceito de capital social, assim como o de DLIS e protagonismo juvenil.

comunitário. O convite para participar do processo de aprendizagem dos futuros jovens comunicadores foi resultado da parceria entre o Instituto Elo Amigo e a Catavento Comunicação e Educação Ambiental, ONG da qual fazíamos parte e que trabalha o jornalismo numa perspectiva da formação do indivíduo, para além da simples informação.

Ao longo da vida académica e profissional, vimos buscando aliar a prática da comunicação à ação social. Nesse sentido, procuramos, ainda na fase estudantil, trabalhar com o jornalismo sindical e ambiental, variantes da comunicação alternativa. Hoje, através da participação em ONGs, mantemos aproximação com esse tipo de jornalismo, o qual visa ajudar na formação dos receptores das mensagens e, quando possível, inserí-los da produção de mensagens – nesta última alternativa se encaixavam as oficinas do Projeto Aliança.

O contato com esses jovens despertou o interesse em saber de que maneira a comunicação pode influenciar positivamente tanto na sua formação humana individual, quanto na sensibilização para os problemas de sua comunidade. Ou seja, se pode ajudar a formar agentes de capital social. O que faria a comunicação por aqueles meninos e meninas tão entusiasmados com as novidades do mundo do jornalismo comunitário?

A capacitação foi composta por três oficinas, nas quais foram praticadas noções básicas de redação, reportagem, locução, criação e produção radiofônicas. No último encontro, foi elaborado um programa de rádio, totalmente produzido pelos jovens, com linguagem simples e conteúdo voltado para o serviço público, incluindo valiosas informações sobre a importância da preservação ambiental e os malefícios do clientelismo político para a educação pública. Também foi idealizada uma equipe de produção completa, que deveria comandar um programa voltado para a educação e cidadania em rádio local.

As oficinas culminaram com a realização do Seminário Jovens Comunicadores, em Iguatu, Ceará, que sinalizou o início de um novo movimento: o do protagonismo juvenil na comunicação. Na época, programas de rádio eram produzidos por jovens do PAA e jornais do Projeto contavam com a participação destes que, agora, eram chamados jovens comunicadores ou correspondentes da Aliança. Sentíamos a empolgação no ar.

No ano seguinte, em 2003, foi promovido pelo Projeto Aliança e Instituto Elo Amigo o Seminário de Políticas Públicas e Juventudes, em Iguatu, onde foram discutidos vários temas, entre eles, o da comunicação. Tivemos a oportunidade de coordenar o Grupo Temático de Comunicação, formado por adolescentes do Projeto Aliança dos três estados onde o projeto atua (Ceará, Bahia e Pernambuco), o qual formulou propostas de maior participação comunitária nos meios de comunicação e a formação de uma rede de jovens comunicadores nas microrregiões, coordenada pelos jovens do PAA.

Ao longo de 2004, vários adolescentes envolvidos na elaboração dos referidos produtos de comunicação foram se afastando, devido a outras demandas que surgiam, ou no próprio Projeto Aliança ou em planos pessoais (vestibular, emprego), de forma que os programas de rádio saíram do ar. Os únicos canais nos quais os jovens puderam atuar foram os jornais institucionais do Projeto. Alguns jovens comunicadores atuam como correspondentes e os demais enveredaram por outros caminhos.

Essa mudança de rota despertou um questionamento acerca do papel da comunicação no Projeto Aliança, ao mesmo tempo em que figura como peça estratégica no Projeto de Mobilização Social adotado pelo Instituto Elo Amigo, que planeja formar uma rede de mais de 6 mil reeditores do ideário do DLIS na região.

Haveria, então, a possibilidade desses jovens colaborarem com a geração de capital social através da comunicação? Eles se sentiriam capazes de reeditar valores inerentes ao desenvolvimento local por meio do jornalismo comunitário? Para responder a estes questionamentos, ninguém melhor do que os próprios jovens capacitados, pois não podemos antever o que irá acontecer no futuro, quais rumos eles seguirão. No entanto, podemos identificar seus anseios, suas opiniões e percepções acerca do processo no qual são personagens principais.

O que nos interessa é entender o que se passa com os jovens comunicadores que permaneceram trabalhando com comunicação no Projeto e como eles farão para prosseguir, a partir dos planos elaborados há três anos, quando do término das oficinas de comunicação. O sentimento de pertença ao mundo que o cerca, proposto pelo modelo de desenvolvimento local poderá levar à formação do que o Franco (2003) denomina “agentes de desenvolvimento”, cuja atuação é semelhante ao que o Projeto Aliança chama de “reeditores” e que nós definimos como agentes de capital social

Encontramos na observação participante, entrevistas abertas e grupos focais<sup>2</sup> nossos principais instrumentos de pesquisa. Recorremos também ao levantamento de documentos, acerca do histórico e planos do Projeto, além da análise de jornais publicados pelo Instituto Elo Amigo, no âmbito do PAA.

O primeiro passo adotado foi compreender que – de março de 2003 a março de 2005, deveria buscar as percepções dos pesquisados, conhecendo outras lógicas e interpretações. Nos bancos da faculdade de Jornalismo aprendemos que a neutralidade é um engodo, quando se trata de ciências sociais, por isso, busquei, no trabalho de campo, a empatia: o colocar-me no lugar do outro, para assim, compreendê-lo melhor.

---

<sup>2</sup> Técnica de pesquisa que oferece informações qualitativas. Um moderador guia grupos numa discussão que tem por objetivo revelar experiências, sentimento, percepções. Os grupos são formados por pessoas com característica em comum. Para maiores aprofundamentos, ver Matos, Vieira (2001)



Foram nove idas ao campo ao longo de dois anos, participamos de eventos formais<sup>3</sup> (Anexo 01), almoços informais, festinhas produzidas pelos jovens, viagens a sítios distantes, conversas à beira de açude. Observávamos, ao mesmo tempo em que participávamos com eles de variadas atividades. Momentos ricos que nos permitiram enxergar aqueles jovens para além de seu papel no Projeto Aliança. Mais tarde, nos grupos focais, algumas suposições – como a vontade de experimentar, de ser jovem, de brincar, de acertar e até errar – foram confirmadas.

A observação participante ajudou a nos aproximar dos sujeitos e facilitou o contato nas entrevistas, realizadas com 18 pessoas (Anexo 2): cinco jovens comunicadores, duas jovens do programa de empreendedorismo do PAA chamado Central de Serviços, sete jovens de um grupo de piscicultura – uma das atividades do Projeto na região, uma mãe e uma amiga de jovens do PAA, o superintendente do Instituto Elo Amigo e o líder do Programa de Comunicação e Mobilização do Projeto na MMJ. As entrevistas foram roteirizadas e objetivavam elucidar algumas questões iniciais, tais como: o que representa o PAA; como se engajou no projeto; o que pensa do trabalho voluntário, como vê a comunicação do PAA, por que se engajou na comunicação e qual a contribuição que ela dá ao desenvolvimento local.

Os critérios utilizados para escolha dos entrevistados seguiu a necessidade de conhecer, inicialmente, não apenas os jovens comunicadores, mas também outros, que não haviam passado pela formação, para saber suas opiniões sobre o projeto e sobre a comunicação. A conversa com a amiga e a mãe de jovens serviu para perceber um pouco o que pensa quem está de fora do Projeto mas mantém vínculos com aqueles que estão envolvidos nele. As entrevistas com os integrantes da coordenação do PAA foram realizadas depois de concluídas as demais entrevistas e os grupos focais, com o

---

<sup>3</sup> Destacamos três eventos: Seminário Políticas Públicas e Juventudes (jul/2003), Seminário de Esporte (out/2004), Seminário Microrregional de Juventudes (nov/2004).

propósito de esclarecer dúvidas surgidas ao longo do processo , evitando influências institucionais, uma vez que nosso foco era a juventude.

No tocante aos grupos focais, foram realizadas duas reuniões, nos dias 15 e 22 de março de 2003. Participaram dos encontros sete jovens do PAA, dos quais, cinco deles haviam passado pelo programa de formação básica em comunicação. Outros dois se inseriram no trabalho devido à atuação nos projetos de comunicação Rádio Adolescente FM, promovido pelo CR Adolescentes Solidários, e Clube do Jornal, promovido pela ONG Comunicação e Cultura, em parceria local com o Instituto Elo Amigo. Todos atuam ou atuaram como “correspondentes da Aliança”, colaborando com os produtos de comunicação do PAA.

O primeiro encontro durou cerca de 45 minutos. O segundo momento estendeu-se por cerca de duas horas. O roteiro incluía temas do tipo: o que é ser jovem, quais as perspectivas, o que entende por capital social, o que entende por DLIS, o que entende por reedição, se a comunicação na vertente jornalística ajuda na reedição e se cada um sentia-se capaz de reeditar através dela. Ao longo da discussão, outros assuntos foram tocados, conforme veremos no último capítulo.

Inicialmente, o trabalho busca discutir algumas concepções acerca dos conceitos capital social e comunicação. Sobre capital social, utilizamos os autores Putnam (2002), Holanda (2003), Jawdat Abu-El-Haj (1999), Araújo (2003) e Franco (2001). Neles, encontramos informações valiosas que nos mostram a gênese do conceito e suas principais concepções. Quanto aos estudos de comunicação, nos concentramos nas concepções de Peruzzo (1998), Trigueiro (2001) e Oliveira (1994), os quais defendem um processo mais participativo e popular da comunicação social.

No segundo capítulo, abordamos o papel da organização social no desenvolvimento, procurando identificar a importância da relação sociedade-natureza, a partir de um breve histórico do surgimento da idéia de desenvolvimento sustentável, a

partir de Furtado (1996), Grün (1996), Novaes (2003) e Trigueiro (2003). Sobre DLIS, recorreremos às considerações da Agência de Educação pelo Desenvolvimento – AED e ao consultor Augusto Franco (2003). Para discorrer sobre o papel da organização social na busca de um novo modelo de desenvolvimento, os principais autores foram Ferreira (1993), Chauí (1993), Peruzzo (1998), Paiva (2003), Gohn (2000), Matos (1998 e 2003) e Landim (2003). Para estabelecer contrapontos e aproximações com o caso estudado, procuramos inserir observações pertinentes ao Projeto.

Em seguida, adentramos no Projeto Aliança e o IEA, o qual também é comentado neste momento. Antes de focarmos a análise no trabalho de formação em comunicação e suas conseqüências, é preciso fornecer uma contextualização que ofereça os elementos necessários à interpretação das informações coletadas junto aos adolescentes. Para tanto, apresentamos um breve histórico do projeto e do Instituto Elo Amigo, além de suas principais linhas de ação. Algumas características da MMJ também são apresentadas, para contextualizar o campo de investigação. No terceiro capítulo, iniciamos o diálogo com os jovens entrevistados, que tecem considerações sobre atividades do PAA.

Finalmente, o quarto capítulo aborda a comunicação do Projeto. Este é o foco de nossa investigação. Informações importantes para o nosso estudo, como o conceito de reedição e a análise dos jornais publicados pelo IEA compõem este capítulo. Das edições publicadas, analisamos o conteúdo de uma amostra referente a 50% do total, sendo seis do boletim “Elo Amigo Notícias” e quatro do “Eco-Notícias”. O boletim eletrônico, “Elo Amigo na Rede”, não foi analisado por ter o mesmo conteúdo do jornal impresso. O jornal eletrônico era enviado, por e-mail, a cerca de 700 pessoas. Para receber o boletim, bastava solicitá-lo através do site do Instituto Elo Amigo. Não foi possível identificar o público desse produto, pois não havia banco de dados disponível. O último capítulo traz também os principais resultados, coletados nos grupos focais. É

neste momento que as falas dos jovens comunicadores expressam seus anseios, dúvidas e perspectivas acerca da comunicação em suas vidas e no Projeto Aliança. Neste momento, os estudos de Costa (2000), Abramo (2000) e Matos (2003) são fundamentais para a compreensão de como se sentem e se expressam as juventudes.

## CAPÍTULO I

### CAPITAL SOCIAL E COMUNICAÇÃO: CRIAÇÃO DE ESPAÇOS DE SOCIALIZAÇÃO

*Toda definição acabada é uma espécie de morte, porque, sendo fechada, mata justo a inquietação e curiosidade que nos impulsionam para as coisas que, vivas, palpitam e pulsam.*  
**Lúcia Santaella**

Estabelecer a relação entre os conceitos capital social e comunicação é o primeiro passo de nossa jornada, pois da compreensão de como a comunicação pode influenciar na formação de agentes de capital social é que poderemos avaliar a repercussão da formação em comunicação promovida pelo PAA aos jovens participantes do projeto no Ceará.

O Projeto Aliança busca “ampliar de forma integrada e sinérgica o capital produtivo, o capital humano e o capital social de uma microrregião” (Estratégia de Educação para o Desenvolvimento, 2001,16). De acordo com o planejamento estratégico do PAA, esses são os três pilares que, em funcionando de maneira equilibrada, garantem a produção de uma educação para o desenvolvimento, a qual conduz a práticas sustentáveis em uma microrregião. Por capital produtivo, os idealizadores do Projeto entendem o estoque de recursos naturais que deve ser utilizado de maneira sustentável e de acordo com a vocação local. Já o capital humano é formado pelos valores, atitudes, conhecimentos e habilidades de uma comunidade, que permitem às pessoas desenvolver seu potencial; e capital social o potencial apresentado por uma comunidade de se organizar e alcançar metas comuns, por meio da confiança entre si e nas instituições. Estes conceitos – assim como o de desenvolvimento local – são difundidos entre os jovens do projeto nas capacitações, encontros e textos utilizados durante estes eventos.

Para atingir o objetivo de articular os três capitais considerados pelo Projeto (produtivo, humano e social), o Instituto Elo Amigo, entidade executora do PAA no Ceará, lança mão de variadas ações, entre elas, a formação de jovens em comunicação e seu envolvimento nesta área. Em nossa investigação, nos concentramos na influência deste trabalho em comunicação no tocante à capacidade de ampliação do capital social, pois entendemos que este tipo de capital é o maior responsável pela geração do desenvolvimento local, principal objetivo do PAA. Desta forma, consideramos necessário delinear os conceitos de capital social e de comunicação, neste primeiro momento, como já anunciado.

Os principais autores que nos ajudaram na busca de entender o que significa capital social são Putnam (2002), Holanda (2003), Jawdat Abu-El-Haj (1999), Araújo (2003) e Franco (2001). Neles, encontramos informações valiosas que nos mostram a gênese do conceito e suas principais concepções. Apesar de Putnam ser uma referência mundial no estudo do capital social, consideramos que, para a realidade onde se insere o PAA, a concepção de Holanda é mais pertinente, conforme veremos adiante. No momento, adiantamos que a definição que melhor nos cabe é a de que capital social constitui uma forma de criar uma ambiência favorável à construção do auto-desenvolvimento dos indivíduos, na medida em que cria espaços de socialização de conhecimentos e informações que fortaleçam laços de coesão social (Holanda, 2003).

Para criar os espaços de socialização necessários à geração de capital social é preciso comunicar-se, por isso, nos debruçaremos sobre a comunicação entre indivíduos através dos seus veículos. Mais especificamente, sobre as conseqüências, para os jovens do PAA, da formação que receberam em técnicas de comunicação e da prática no lidar com os veículos rádio, jornal e Internet. Os autores que mais contribuem com as considerações sobre o conceito neste trabalho são Peruzzo (1998), Trigueiro (2001) e Oliveira (1994). Assim como capital social, o termo comunicação é também suscetível

de variadas interpretações, sendo que em nosso estudo, a concepção utilizada é a mais aproximada da comunicação participativa, aquela que permite possibilidade de retroalimentação, voltada mais para a formação do público do que para a simples informação, enfim, uma comunicação mais popular, no sentido da participação dos atores que compõem o processo emissão-mensagem-receptor. Oportunamente, abordaremos com mais detalhes o assunto.

### **1.1. O conceito de Capital Social: raízes e vertentes**

O termo capital social possui variadas conotações e interpretações. Um dos motivos do cuidado no lidar com o termo é que não há ainda uma única e precisa concepção de capital social, pois a maioria dos autores recorre a definições relacionadas com suas funções, que podem variar de acordo com o contexto sócio-econômico e cultural do lugar (Rattner,2002). Portanto, faz-se necessário apresentar as principais concepções, destacando-se qual delas será adotada nesse trabalho. Nesse sentido, é importante sempre estarmos nos perguntando: afinal, de que Capital Social estamos falando?

Primeiramente, é preciso ater-se ao termo “capital”, que denota, em si mesmo, que o conceito capital social deva ser pertencente à esfera do pensamento capitalista, que prega a acumulação de capital, ou seja, o enriquecimento a partir da geração de excedentes, sendo estes excedentes o que sobra da produção (Dowbor, 2003). Este fato – o de que o termo capital social pertence ao mundo do capitalismo - não deve ser perdido de vista, a fim de evitar apologias que possam levar ao superdimensionamento dos efeitos do fenômeno estudado. Essa pesquisa compartilha da advertência de Araújo (2003), de que o termo capital social pode ser desqualificado se mal apreendido, superdimensionado ou focado de maneira messiânica. Não podemos esquecer que a

palavra capital, há séculos, é a matriz econômica e ideológica da sociedade em que vivemos, portanto, o termo capital social, apesar de remeter à capacidade de pessoas se organizarem por melhorias sociais e econômicas do lugar onde vivem, não significa que implique em mudanças estruturais de um sistema. Sobre os tipos de capital, Araújo (2003) afirma que o Banco Mundial considera quatro variações: o capital natural (recursos naturais), o financeiro (infra-estrutura, bens de capital, imobiliário, entre outros), o humano (saúde, educação e nutrição de um povo) e o social (capacidade de uma sociedade estabelecer laços de confiança e redes de cooperação visando ao bem comum).

Franco (2001) nos lembra a origem norte-americana do termo capital social, não somente porque os pioneiros nessa pesquisa fossem oriundos daquele continente, como pela origem da raiz da idéia. O autor resgata o pensamento de Alexis de Tocqueville, filósofo do século XIX que teria elogiado o modo como os Estados Unidos conseguiram fortalecer sua identidade e organização a partir da formação de associações, dos mais diversos tipos. Considerando que os Estados Unidos são a maior referência do capitalismo moderno, sendo também o berço do conceito capital social, torna-se inevitável relacionar o país ao conceito. Segundo Franco, não há consenso sobre a autoria da expressão capital social. No entanto, destaca que o conceito começou a ser elaborado de maneira mais completa pelos sociólogos Coleman e Bourdieu, na década de 80. Ambos procuravam entender “como indivíduos inseridos numa rede de relações sociais podem se beneficiar de sua posição ou gerar externalidades positivas para outros agentes” (Lazzarini, 2002, p.10). O que despertava a atenção deles era o processo de produção de bens coletivos. Holanda (2003) relata que Coleman queria explicar o comportamento dos indivíduos que agem visando ao bem-estar coletivo, salientando que o estudioso considera as ações racionais e irracionais das pessoas (afetos, moral) na construção do capital social, considerando as normas sociais vigentes. Holanda destaca



que Coleman também buscou aproximar a sociologia da economia ao “... levantar a hipótese de que existe uma complementaridade entre capital físico-econômico, capital humano e capital social” (Holanda, 2003, p.29). A otimização destes três capitais seria alcançada em comunidades onde houvesse relações de confiança e reciprocidade. Abu-El-Haj (1999, p.89) enfatiza que “ ... a capacidade de ação é ampliada em situações onde a confiança permeia a coletividade, facilitando a otimização de recursos sócio-econômicos e humanos disponíveis”, referindo-se ao capital social.

O debate em torno da necessidade de confiança levou a uma das concepções do termo capital social – embora em desuso atualmente - baseada na chamada “Teoria Econômica dos Jogos”, segundo a qual, uma pessoa só age em benefício de outra se souber que ela fará o mesmo em troca, como não sabe, para defender-se, prejudica o outro, antes que ele o faça. Em um sistema onde existe confiança entre “os jogadores”, a possibilidade de transgressão das normas é menor , pois estes seguem o raciocínio inverso: “... coopere com pessoas que cooperam com você (ou que cooperam com pessoas como você), e não seja o primeiro a transgredir” (Putnam, 2002, p.188). Quando o outro prefere não confiar por causa da incerteza de que haverá reciprocidade, ocorre o predomínio da racionalidade instrumental dominando a intuição, o que leva a crer que o uso da razão técnica não é suficiente para produzir bem-estar comum (Araújo, 2003). Segundo Monastério (2000) pressupostos ortodoxos como a Teoria dos Jogos não mais servem ao estudo do capital social, pois perdem de vista a sua característica fundamental, que seria a rede de interações entre os agentes.

Robert Putnam, pesquisador que se tornou referência no uso do termo capital social, após seu estudo comparativo entre o Norte e o Sul da Itália, na década de 90, comenta que a ausência de capital social resulta num estado de coisas em que “todos consideram irracional cooperar e o resultado é o que ninguém deseja” (2002, p.174), sendo a irracionalidade aqui destacada aquela da lógica instrumental, na qual efeitos da

cooperação são subjetivos e dificilmente mensuráveis. Quando não há cooperação, diz-se que o capital social inexistente, pois faltam características da organização social, como confiança, normas e sistemas de participação, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando ações coordenadas (Putnam, 2002).

Confiança entre os cidadãos, aliada à normas construídas a partir de sistemas cívicos de participação (grupos onde predominam relações horizontalizadas de poder) são os responsáveis pela formação de capital social. Tais características definem um lugar onde predomina o capital social, sendo essa definição do cientista político Putnam bastante utilizada, atualmente, pelos pesquisadores de capital social. No entanto, devemos frisar que, apesar de considerarmos a definição de Putnam, a aplicaremos dentro da concepção de que o conceito de Capital Social se desenvolve concretamente, a partir de práticas que se encontram em contextos que o explicitam no seio de relações e políticas restritas, e que, portanto, busquem a formação de políticas públicas. Esse é um dos objetivos do Instituto Elo Amigo, que executa o Projeto Aliança com o Adolescente, conforme veremos em capítulo posterior. Para a realidade de um estado da região nordestina brasileira, consideramos também a definição de Holanda (2003, p. 20).

Capital social é um instrumento capaz de criar um processo de empoderamento à medida que fortalece laços de coesão, cria espaços de socialização de conhecimentos e informações, fortalece a auto-estima dos indivíduos credibilizando-os para a construção do auto-desenvolvimento.

Adotamos a concepção de Holanda porque ela deriva de observações do capital social em assentamentos rurais localizados no Ceará, realidade bem mais próxima de nosso estudo do que o cenário vivenciado por Putnam, que estudou as sociedades européia e norte-americana. Isso não significa que desconsideremos o referido autor. A abordagem de Putnam se detém nas associações não hierárquicas, horizontais, constituídas por “agentes que têm o mesmo status e poder” (2002, p.185). Putnam

defende que as associações horizontalizadas são as mais favoráveis ao desenvolvimento, pois elas coordenariam a provisão de bens coletivos. Concordamos com esse pensamento. No entanto, o pesquisador defende que quanto maior o número de associações comunitárias, maior o capital social. Não compartilhamos dessa idéia – embora compreendamos que a conclusão de Putnam resultou de análises de um país europeu, cuja realidade cultural e econômica difere do contexto da Microrregião do Médio Jaguaribe, onde se desenvolve o projeto em estudo.

Sobre esse aspecto, há que se ressaltar que, dependendo do contexto, a proporção número de associações-capital social nem sempre é direta. No caso do Ceará, é sabido que várias associações e cooperativas não são criadas com interesses coletivos, mas com o intuito de usufruir benefícios trabalhistas ou angariar recursos para usufruto do grupo que o criou. É o caso das cooperativas industriais, criadas no Ceará a partir de 1994, quando da implantação da política de interiorização da Indústria. De acordo com o plano de industrialização do Estado, todos se beneficiariam com a chegada de novas empresas e a criação de cooperativas. Haveria, em tese, benefícios para a população – através de uma renda garantida, para o Estado – pela instalação de grandes empresas que poderiam dinamizar a economia local, e para o setor privado – que se beneficiaria de incentivos fiscais. No entanto, “a semelhança entre a cooperativa e a empresa tradicional, a não ser pela ausência dos chamados direitos trabalhistas, criou entre os trabalhadores a sensação de engodo e a perda de confiança na ação estatal e empresarial” (Jacob, 2001, p.58), impossibilitando a geração de capital social.

A despeito das diferenças de concepções entre os principais teóricos do assunto, parece consenso que o capital social seja formado pelos pilares confiança, reciprocidade, normas sociais (civismo) e cooperação (participação). Porém, esses valores já eram cultuados por governantes da Idade Média, embora em proveito de interesses próprios e de sua classe. O filósofo do século XVI, Maquiavel já ensinava aos

monarcas que era preciso estar ao lado do povo e dar-lhes meios de vida e de organização, pois desta forma seria mais fácil organizá-los a favor do império. “Quando o príncipe os desarma, começa a ofendê-los (o povo), mostrando-lhes que não lhes têm confiança, e isso provoca o ódio de quem foi desarmado” (Maquiavel, 1991, p.91) Portanto, faz-se necessário atentar que a confiança entre os agentes sociais e destes para com as instituições - como apregoa Putnam - pode servir tanto para a mudança como para a manutenção de uma situação de dominação. Da mesma forma, o civismo, também defendido por Putnam em seu estudo sobre as diferenças entre o Norte e Sul da Itália - demonstrando que as comunidades cívicas possuem maior potencial de desenvolvimento -, também fora defendido pelo precursor da ciência política moderna, Maquiavel, segundo o qual “... o êxito ou o fracasso das instituições livres depende do caráter dos cidadãos, ou seja, de sua virtude cívica” (Maquiavel, 1991, p.100).

Nesse caso, caráter está ligado à civilidade e ambos são condições para a existência de capital social numa dada sociedade. Nesse tocante, Holanda ressalta que “...o desenvolvimento do caráter depende de atitudes estáveis como lealdade, comprometimento e ajuda mútua” (2003,p. 14). No momento em que se constrói um ambiente de confiança, torna-se mais seguro cooperar, na medida em que se tem certeza de que haverá reciprocidade na ajuda. Dessa forma, confia-se nos governos, adotando como suas as regras impostas por eles, até se chegar a um estágio mais avançado de civismo, que seria a participação na formulação dessas regras. Assim, são elaboradas as chamadas políticas públicas. Desta maneira, uma dada sociedade estaria entrelaçada pelos “fatores de produção” do capital social. O tipo de civismo a que os estudiosos de capital social se referem como condicionante para a geração de capital social está ligado à existência de associações, clubes e agremiações na comunidade, ao exercício do direito a voto (participação política) e o acesso à informação através dos meios de comunicação (Putnam, 2002).

Um diferencial desse tipo de capital, é que, ao invés de se desgastar com o uso, ele aumenta. Ao contrário do capital físico (máquinas e equipamentos) e do capital natural (recursos naturais), o capital social não pode ser guardado, sob pena de desaparecer. Ele precisa ser utilizado, pois sua degeneração vem da ausência de relações de confiança e cooperação. Monastério faz uma observação metodológica, ao lembrar que, devido a essa natureza fluida (o capital social não se estoca, ele paira por sobre as redes de relações sociais), “... a identificação do capital social tem que tomar por base o próprio pesquisador e a sua possibilidade de mensuração limita-se a pesquisas de opinião” (1999, p.2).

Devemos destacar que, dada a sua fluidez, o capital social jamais poderá ser considerado propriedade privada, indo de encontro a um princípio do capitalismo - daí a conotação contraditória do termo, que insiste em reaparecer a cada tentativa de aprofundamento. Nem mesmo o capital humano (nível educacional da pessoa) - outra classificação um tanto destoante do economicismo tradicional - possui tal característica, pois os benefícios do aprendizado qualificam o aprendiz, tornando-se um atributo de sua propriedade, já o “... capital social não é propriedade particular de nenhuma das pessoas que dele se beneficiam” (Putnam, 2002, p.180).

Apesar dessa diferença, há uma forte inter-relação entre os capitais social e humano. Ambos estão relacionados com a ampliação do termo capital, sendo que a expressão capital humano surgiu na década de sessenta, culminando, após duas décadas, com a criação de índices novos, como o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)<sup>4</sup>, enquanto o capital social foi lançado na década de 80 e vem sendo aprofundado a partir dos anos 90, quando os estudiosos do desenvolvimento se voltaram para o papel das

---

<sup>4</sup> O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) foi criado pelos economistas Mahbub ul Haq e Amartya Sen, tendo sido adotado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), em 1990. Este indicador é calculado a partir de três variáveis: longevidade (expectativa de vida ao nascer), educação (grau de escolaridade) e renda (através do PIB per capita, que é expresso em dólares e ajustado para refletir a paridade do poder de compra entre países).

relações sociais institucionalizadas ou informais. Segundo Putnam (2002), o capital social é mais importante que o humano para a estabilidade política e para a boa governança, porque uma sociedade de cidadãos mais organizados colaboram e fiscalizam a execução de planos de governo.

No caso do projeto Aliança com o Adolescente, que tem como princípio educar por meio do trabalho, percebemos uma relação entre os dois capitais - humano e social - uma vez que as relações de trabalho constituem interações sociais. Portanto, o conceito de capital social adotado nessa pesquisa, certamente, estará ligado ao papel da educação não-formal. Buscamos perceber de que maneira o jovem é influenciado pela formação recebida no projeto a se posicionar na sociedade a qual pertence, ou na comunidade cívica.

Apesar de considerar importante a contribuição de Putnam para o estudo do conceito, compreendemos que, na nossa abordagem, a idéia de que o passado histórico de uma sociedade determina o seu futuro – defendida pelo pesquisador -, não será compartilhada. Putnam afirma que “os norte-americanos herdaram tradições de civismo, ao passo que aos latino-americanos foram legadas tradições de dependência e exploração” (2002, p.89) e que esse “fantasma” condiciona o desempenho de novas instituições nos países pobres, as quais estariam fadadas a definharem. Na concepção do referido autor, não é possível que se crie ou se forme capital social em locais onde este esteja ausente, mas somente a partir de práticas de civismo acumuladas por uma população (Moraes, 2002). Numa crítica a esse determinismo histórico, Holanda (2003) destaca que o capital social é criado o tempo todo por pessoas que estão cuidando de suas vidas diárias. Ele é criado por sociedades tradicionais e sociedades formadas mais recentemente.

O nosso estudo poderá acrescentar elementos que contestem a visão culturalista de que comunidades com baixo nível de participação e mobilização sociais jamais

poderão gerar capital social (Putnam, 2002), pois um dos critérios para a implantação do projeto Aliança com o Adolescente na microrregião do Médio Jaguaribe foi o baixo Índice de Condições de Vida - ICV<sup>5</sup> dos municípios que a compõem. Se assim fosse, várias pesquisas acerca do capital social em localidades pouco desenvolvidas, seriam inaplicáveis. Ao contrário, “... quando observamos as áreas em que vêm sendo feitas mais pesquisas usando a perspectiva do capital social, vemos que o terceiro mundo é predominante” (Araújo, 2003, p.27).

O motivo parece óbvio para quem conhece a América Latina: para combater a pobreza não bastam ações assistenciais ou emergenciais nos momentos de calamidade, torna-se necessário uma gama de associações locais que busquem o desenvolvimento. Portanto, o capital social a que se refere essa pesquisa não é aquele do mundo das virtudes cívicas forjadas há séculos e onde prosperam os melhores valores da democracia, mas sim o capital social de regiões com histórico de dependência e de vícios políticos antigos como o clientelismo, mas que apesar disso criem oportunidades e recursos para as comunidades desenvolverem habilidades e vislumbrarem um tempo novo. Com essa abordagem, esperamos estar contribuindo para promover uma reflexão sobre o capital social, não apenas em espaços comunitários e sociais favoráveis à participação, mas também em ambientes desfavoráveis politicamente ao desenvolvimento, como é o caso da Microrregião do Médio Jaguaribe, onde é implementado o Projeto Aliança com o Adolescente.

O termômetro que nos indicará os sinais de mudanças na região será a percepção que os adolescentes entrevistados têm de si mesmos, como agentes de capital social. Uma vez percebendo-se como capazes de contribuir para a geração de uma ambiência

---

<sup>5</sup>O índice de Condições de Vida (ICV) é calculado para todos os municípios brasileiros, nos anos censitários. É resultado do cruzamento de análises do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Fundação João Pinheiro (FJP) e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O ICV inclui 20 indicadores básicos, agrupados em cinco dimensões: renda (cinco indicadores), educação (cinco indicadores), infância (quatro indicadores), habitação (quatro indicadores) e longevidade (dois indicadores).

onde co-existam a confiança, a cooperação, a participação, a busca da construção coletiva de sistemas de socialização de informações para o desenvolvimento local, chegaremos ao objetivo central da pesquisa: analisar o papel da comunicação na formação desses possíveis agentes de capital social e, conseqüentemente, de mudança social, tendo por base seus depoimentos.

## **1.2. Comunicação participativa: chave para o capital social**

A formação de uma sociedade renovada necessita da transição de uma sociedade manipulada para uma sociedade informada. O economista Ladislau Dowbor (2000) salienta que o equilíbrio entre as esferas governamentais (Estado), privada (empresas) e social (sociedade civil) depende de uma população devidamente informada. Indo mais adiante, esse equilíbrio entre as esferas do poder público, setor privado e sociedade civil só poderá ser alcançado se houver acesso por parte dessa sociedade não apenas à informação, mas aos meios de comunicação. Daí a necessidade de aproximar a geração de capital social à geração de informações multidirecionais. Não se trata de controle estatal dos meios de comunicação, mas de descentralizar os meios, democratizando o acesso. Dowbor aponta a Internet como um possível caminho, ao afirmar que é necessário assegurar uma multiplicidade e riqueza de fontes diversificadas e descentralizadas de informação, e que, nesse sentido, a Internet dá sinais de paradigmas renovados de organização social. No caso do interior do Ceará, onde o acesso à tecnologia ainda é precário, há que se buscar outros meios, como o rádio e o jornal impresso. O Projeto Aliança com o Adolescente na Microrregião do Médio Jaguaribe trabalha com rádio, jornal e Internet.

Para o surgimento de novas comunidades, o acesso à informação tem papel fundamental. Lazarinni (2002) indica que a coesão de redes sociais promoveria a



formação de ações coletivas, propiciando acesso à informação, aumentando o poder de barganha política e maior engajamento cívico. Mas será que, de fato, o acesso aos meios de comunicação, sejam os mais modernos como as listas de discussão na Internet ou de tecnologia mais antiga como o rádio, podem constituir formas de intervenção social por parte das comunidades?

Monastério (1999), citando Coleman, afirma que a capacidade de transmissão de informações pela estrutura social de modo a propiciar uma base para a ação pode constituir uma forma de capital social. O autor vai mais além, condicionando o capital social à existência de um fluxo de informações que seja constante. Franco (2001) nos lembra que as relações sociais se extinguem se não forem mantidas, que as expectativas e as obrigações sociais se perdem se não forem lembradas, divulgadas, em suma: as normas dependem da comunicação sistemática. . No caso, a comunicação que melhor funciona é a que transcorre em um sentido horizontal, uma vez que o fluxo vertical pressupõe a ausência de participação do receptor da mensagem. É nessa participação que se dá a diferença entre comunicação e informação, pois quando existe apenas repasse de mensagens sem a co-elaboração do receptor através do diálogo, tem-se um processo vertical, de cima para baixo, de transcrição unilateral da informação.

Quando a mensagem é trabalhada nas duas pontas: emissor e receptor, se estabelece um processo de comunicação mais eficaz do ponto de vista humano e social. Isto traduz o fato de que a informação produzida não é necessariamente igual à informação assimilada, porque junto a esta informação se misturam elementos que vão desde a razão crítica até a distração ou mesmo alienação, de onde se pode concluir que a mensagem jornalística é uma espécie de produto formado a partir de uma realidade que se transforma ao sair de uma ponta a outra do processo comunicativo, transformação esta provocada por uma simbiose de valores, símbolos e outras realidades. Para que isso ocorra, é preciso garantir o acesso aos meios de comunicação, pois como destaca

Beltrán (1981, p.32), “... o acesso é a pré-condição da comunicação horizontal. Pois sem que as pessoas tenham oportunidades semelhantes para a recepção das mensagens, não pode haver interação social democrática”, e por consequência, dificilmente se pode gerar capital social. Essa horizontalidade é uma característica dos sistemas de participação cívica (formado por associações comunitárias, cooperativas, clubes desportivos,), uma das formas de promoção de capital social. Esse tipo de sistema “... facilita a comunicação e melhora o fluxo de informações sobre a confiabilidade dos indivíduos. Quando maior e mais fácil é o fluxo de informação, maior será a confiança e a cooperação” (Mayorga, 2002, p.14).

Como percebemos, a partir das considerações de autores citados, a relação entre as duas áreas - comunicação e capital social - pode ser vista sob diversos enfoques. Putnam, por exemplo, apresenta duas vertentes para a inserção da Mídia na sociedade. No estudo sobre as diferenças entre o Sul e o Norte da Itália, o autor comprova que nas regiões mais cívicas a população busca informação por meio da Mídia: “Numa região cívica, quando dois cidadãos se encontram na rua, provavelmente ambos já leram em casa o jornal daquele dia; numa região menos cívica, quando duas pessoas se encontram, provavelmente nenhuma delas leu o jornal” (Putnam, 2002, p. 111). O autor utilizou o número de leitores de jornais em cada região da Itália como um dos indicadores de civismo, partindo do princípio de que o fato poderia significar interesse pelos assuntos comunitários. No entanto, o acesso ao meio jornal constitui um indicador frágil de maior participação social, pensamos que uma pesquisa mais detalhada poderia elucidar melhor essa relação, pois há que se verificar por qual editoria do jornal os leitores têm maior interesse, se nas áreas de política, economia, cidades, esportes ou amenidades. Além disso, deveria ser analisado o conteúdo desses periódicos, se leva à reflexão e ação social dos leitores ou somente a uma informação passiva.

Aceitamos a conclusão de Putnam quando à relação entre acesso à leitura de jornais e capital social, considerando o contexto de sua pesquisa, realizada na Europa, continente onde o Jornalismo é classificado como mais interpretativo, ao contrário do modelo de Jornalismo norte-americano adotado no Brasil, o qual é baseado na suposta objetividade, refletida no repasse de dados, sem interpretá-los. Nunes (1997) lembra que com o advento da Segunda Grande Guerra, os Estados Unidos trataram de difundir internacionalmente e especialmente na América Latina seu modelo de consumo, e nessa estratégia não poderia ficar de fora a implantação do modelo norte-americano de jornalismo. Nessa época, o Brasil abandonou o estilo fortemente opinativo que perdura até hoje nos jornais da Europa e adotou o jornalismo preponderantemente noticioso dos norte-americanos, o qual se fundamenta na idéia de que a notícia é, antes de tudo, um produto à venda.

A fragilidade da idéia de que o fato de uma comunidade ter acesso à informação pelos meios de comunicação pode significar maior participação social, pode ser constatada a partir de estudos do próprio Putnam. Araújo (2003) nos revela que o referido pesquisador atribui ao hábito de ver televisão a tendência crescente de uma conduta individualista e de menor valorização da sociabilidade nos Estados Unidos. A afirmação compõe artigo publicado em 1995, intitulado “Bowling alone: America’s declining social capital” (Jogando boliche sozinho: o declínio do capital social da América). Essa aparente contradição, na realidade, sinaliza, para a nossa reflexão, que o fato de uma população ter acesso a um meio de comunicação, não significa, necessariamente, que ela tenha possua informação acerca das problemáticas e demandas sociais e, em menor grau ainda, poderá significar que disponha de meios para intervir na produção dessa informação ou que pelo menos conheça o processo de produção da mesma. Em outras palavras, as diferentes conclusões de Putnam refletem que, dependendo do tipo de sociedade (no caso, a européia e a norte-americana) e do tipo de

veículo (jornal e televisão foram os estudados pelo autor), o efeito dos meios de comunicação na sociedade podem conduzir à participação ou à inércia social, isso porque se deve considerar não o meio de comunicação em si, mas sua vinculação com diferentes propostas políticas e de mercado.

Portanto, na nossa concepção, o que indica a geração de capital social é o tipo de informação produzida pelos canais de comunicação e, num estágio mais avançado, o nível de participação da população nesse processo de produção. Tal participação significaria que a comunidade poderia se beneficiar diretamente da transmissão de informações, inclusive do ponto de vista da geração de capital humano – uma vez que o acesso aos meios de produção de comunicação podem constituir um processo educativo. Para Lazarinni (2002), o capital social envolve, além da obtenção de informações, capacitações novas, pois através da intensificação da comunicação todos se beneficiam do ambiente social inovador causado pelo impacto das tecnologias comunicacionais. Trigueiro (2001, p.2) alerta que esse impacto começou a ser percebido mais fortemente nos últimos 20 anos.

Nos anos 80 as novas tecnologias de informação possibilitaram redefinições e reconfigurações dos mídias, principalmente da mídia eletrônica. O ciclo de retroalimentação dos usuários com as máquinas, com os mídias é interativo, é de compartilhamento (...) Assim são modificados os modos de educação, saúde, segurança, trabalho, lazer e consumo da sociedade no final do século XX. É nesse contexto que se deve investigar a comunicação social, é fazer revelações cotidianas da recepção, dos valores de troca e uso dos bens culturais e circulantes no mundo globalizado.

Trigueiro (2001) ressalta também que não existe um consenso em relação à definição da comunicação humana. Na nossa concepção, o que ocorre é que existem diversas formas de fazer e de entender a comunicação, daí a dificuldade em se chegar a um consenso, fato aliás natural, em se tratando de fenômenos sociais, os quais se dão em processo contínuo. A pesquisadora Lúcia Santaella (2004, p.9) lembra que

um processo como tal não pode ser traduzido em uma única definição cabal, sob pena de se perder justo aquilo que nele vale a pena, isto é,

o engajamento vivo, concreto e real no caminho da instigação e do conhecimento.

Talvez por esse motivo, diversos modelos foram construídos, na tentativa de desvendar como acontece a comunicação. O Aristotélico é o mais simples e antigo deles. Remonta ao século III a.C. e ainda hoje é base para outros utilizados nos dias atuais. Fundamentado na retórica e na comunicação interpessoal, o modelo de Aristóteles envolve três elementos: locutor – discurso – ouvinte, os quais foram transmutados nos estudos do século XX para: fonte – mensagem – receptor (Beltrán, 1981).

As teorias de comunicação variam conforme o foco que se dá a cada um desses elementos. Quando se centraliza os estudos sobre a fonte tem-se a comunicação mais voltada para o mercado, para estratégias de atrair consumidores da mensagem. Dessa área de concentração surgiram estudos sobre as técnicas de jornalismo e de produção dos chamados meios de comunicação de massa, veículos que atingem um grande contingente de receptores e são controlados por grupos empresariais de emissão, seja eletrônica (rádio, TV e Internet) ou impressa (jornais e revistas).

Os estudos que se concentram na mensagem, no sentido delas, são os estudos de Semiótica<sup>6</sup>. Estes procuram compreender os signos, as significações, os símbolos que permeiam as mensagens e as diferentes formas de interpretá-los, dependendo da cultura e vivência do receptor. Para essa escola, “... o emissor, definido como transmissor da mensagem, perde a importância, a ênfase vira-se para mensagem e para a forma como ela é interpretada (Trigueiro, 2001, p.5). Tratam-se de estudos na área da lingüística.

Um outro enfoque é a pesquisa de recepção, que aborda os modos como o público usa e se relaciona com os meios de comunicação e sua programação. Um dos modelos de destaque nesse sentido é o de Laswell, desenvolvido na década de 80. Tentando responder aos questionamentos “Quem? Diz o que? Em que canal? Para

---

<sup>6</sup> Ciência que estuda os signos que compõem as linguagens (Santaella, 2004)

quem? Com que efeitos?” (Oliveira, 2002), Laswell começa a desfazer a idéia de que a mensagem, por si mesma, provoca efeitos imediatos e afeta diretamente o comportamento do público. A partir de então, outros estudos surgem, revelando o peso do contexto sócio-cultural na decodificação das mensagens e também a influência das relações comunitárias na recepção, no caso, o papel da família e dos líderes locais de opinião na interpretação das mensagens.

Os estudos de recepção, dada a sua complexidade, misturam elementos da Semiótica e das pesquisas dos meios de comunicação de massa (fontes emissoras). Trata-se da análise do processo como um todo, percebendo o fluxo da informação como um sistema aberto à retroalimentação, ou seja, a capacidade de resposta do receptor e de interferência deste no ciclo comunicacional.

A possibilidade de retroalimentação é tanto maior quanto mais horizontalizado for o fluxo das mensagens. Em outras palavras, quanto mais popular for a comunicação. Por popular entenda-se não apenas a comunicação com vistas à emancipação social ou a mensagem do tipo panfletária, carregada de jargões políticos do movimento popular ligado a instituições representativas do proletariado, como sindicatos ou partidos. Certamente que os movimentos sociais apóiam o surgimento e a manutenção de projetos de comunicação popular, como jornais de bairro ou rádios livres, porém, o universo da comunicação horizontalizada, mediada por veículos, abarca outras formas de expressão não menos legítimas, como a musical, a religiosa ou ambiental. Sobre isso, Oliveira (1994, p.37) ressalta que:

A cada dia, novos protagonistas, jovens, crianças, donas-de-casa, além de lideranças comunitárias, passam a compor esse processo de comunicação, tornando essa realidade bastante complexa (...) Nesse sentido, estabelecer uma definição para a comunicação popular é reconhecer os diversos níveis e formas de comunicação existentes na vida cotidiana.

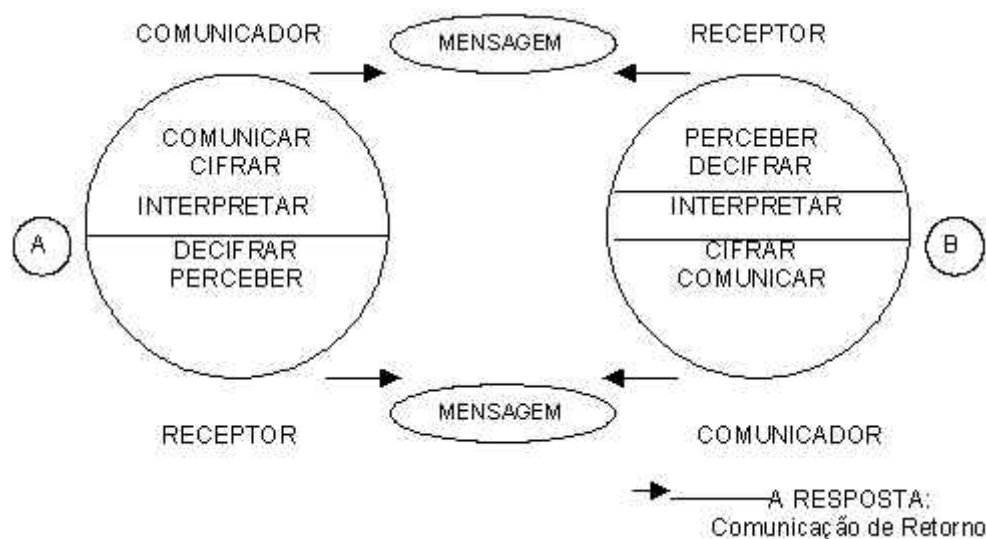
O tipo de comunicação que interessa em nosso estudo se aproxima da definição de Oliveira (1994). A comunicação feita ou mediada por jovens protagonistas, através

de veículos de comunicação ou através da atuação deles nas comunidades. Nesse sentido, estabelecemos também aderência com a folkcomunicação.<sup>7</sup> Apesar de voltada fortemente para o folclore, consideramos pertinente o uso de princípios dessa linha de pesquisa em nosso trabalho, especialmente a concepção de agentes comunitários – o comunicador folk - como mediadores de processos midiáticos de comunicação.

Trigueiro (2001, p.8) destaca que o “comunicador folk – líder de opinião – é um sujeito atuante nos diferentes setores da comunidade, goza de prestígio no seu grupo social, independente da sua posição sociocultural, econômica e política”. A credibilidade do folkcomunicador e sua capacidade de interagir se assemelha a imagem que os jovens comunicadores do Projeto Aliança percebem que possuem na comunidade, conforme veremos posteriormente.

O comunicador, nesse caso, pertence ao mesmo campo de interesse do receptor, ele não está acima deste, apenas assume o papel de incorporador dos bens culturais midiáticos no seu cotidiano e os decodifica para o sistema de recepção folk-midiática, conforme mostra Beltrão no modelo adaptado de Schramm<sup>8</sup> (Trigueiro, 2001, p. 8):

**Figura 1.** Modelo de comunicação adaptado por Beltrão para a folkcomunicação



<sup>7</sup> Linha de pesquisa cujas bases foram lançadas por Luiz Beltrão, em 1965. Estuda a participação de líderes comunitários na mediação da recepção de mensagens midiáticas. O foco das pesquisas é o folclore.

<sup>8</sup> O modelo de Wilbour Schramm é fundamentado nas teorias da sociologia com a preocupação de analisar o processo de comunicação no contexto cultural do comunicador e do receptor. (Trigueiro, 2001, 8).

O modelo apresenta a possibilidade de inversão de papéis: o comunicador pode ser receptor e vice-versa. Desta forma, a mensagem circula livremente e é reconstruída a medida que percorre o sistema de comunicação. A retroalimentação é que mantém vivo o sistema de comunicação baseado na participação de emissor e receptor da mensagem. Entendemos que esse modelo de comunicação é capaz de apoiar a geração de capital social, na medida em que se estabelece mediante valores como a confiança no mediador, insere pessoas do mesmo contexto social no processo de comunicação e permite a possibilidade de participação no sistema comunicacional, seja através de resposta à mensagem ou do acesso aos veículos. Entendemos que este é o modelo mais adequado à proposta de reedição, defendida pelo PAA. No entanto, o sistema utilizado pelo projeto se diferencia deste, como veremos adiante.

Pretendo analisar se a formação em comunicação fornecida aos jovens do PAA os apóia no trabalho de decodificação e repasse do ideário do projeto, através de produtos de comunicação. Por isso, avaliar do conteúdo dos produtos de comunicação elaborados por eles nos servirá de apoio para a análise, uma vez que entendemos serem estes produtos (jornais impresso e eletrônico e programas de rádio) índices de como essa formação pessoal pertencente à esfera do capital humano, ajuda na geração de capital social, ou seja, na forma como ele transmite conhecimentos e informações, de maneira a estimular a participação do público. Conceitos-chave do projeto, como Desenvolvimento Sustentável e Desenvolvimento Local Integrado Sustentável (DLIS) devem ser utilizados por esses jovens comunicadores nas mensagens produzidas. É sobre tais conceitos que discorreremos agora.



## CAPÍTULO II

### **DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E ORGANIZAÇÃO SOCIAL: a influência do capital social na relação sociedade-natureza**

*a chave do sucesso depende da capacidade coletiva de mobilizar, integrar e dar prioridade e algumas ações seletivas de caráter estratégico que concentrem os esforços e desencadeiem grandes mudanças.*  
**Agenda 21 Brasileira**

O presente capítulo apresenta uma síntese acerca dos princípios de duas temáticas pertinentes à ação do Projeto Aliança com o Adolescente: o desenvolvimento e a organização social. Sendo o PAA desenvolvido no Ceará pelo Instituto Elo Amigo, uma Organização Social de Interesse Público - OSCIP, variante jurídica de organizações não-governamentais e tendo o projeto como objetivo principal promover o desenvolvimento local a partir da ação de jovens, é necessário abordar os dois assuntos, de maneira a identificar a influência das sociedades na busca do desenvolvimento, uma vez que a compreensão do conceito de desenvolvimento perpassa as diversas maneiras de como os seres humanos relacionam-se com o meio ambiente.

Visando a melhorar esta relação foi criado o conceito de desenvolvimento sustentável, que pressupõe a formação de planos de ação elaborados com a participação de governos e sociedade civil organizada. Nesse sentido, percebemos intersecção entre capital social e a forma como a sociedade relaciona-se com a natureza.

#### **2.1. A busca do desenvolvimento sustentável: Agenda 21 e capital social**

O conceito de desenvolvimento sustentável vem sendo incorporado às agendas governamentais da maioria dos países – especialmente os ligados à Organização das Nações Unidas (ONU) e remete a uma nova relação entre as sociedades e a natureza,

especialmente no que se refere ao uso destas para gerar o chamado “bem-estar”, o qual costuma ser relacionado ao consumo de bens.

O uso do padrão de consumo como referencial de desenvolvimento reflete o modelo das sociedades capitalistas ocidentais do antes chamado Primeiro Mundo – os denominados países cêntricos. Esse pensamento criou o “mito do desenvolvimento econômico” (Furtado, 1974) o qual preconiza a impossibilidade de todas as nações adotarem padrões de consumo semelhantes aos dos países industrializados, dada a exploração demasiada dos recursos naturais não renováveis, que podem gerar o colapso do Planeta. O desejo de universalização desse modelo de desenvolvimento econômico nos países periféricos teve como consequência “... levá-los a aceitar enormes sacrifícios para legitimar a destruição de formas culturais ‘arcaicas’, para ‘explicar’ e fazer ‘compreender’ a necessidade de destruir o ambiente físico” (Furtado,1974. p.89).

Foi na década de 60 que inúmeros intelectuais começaram a indicar que era preciso impor freios ao crescimento econômico nos moldes da sociedade de consumo, ou seja, era necessário saber quais os limites da relação exploratória da humanidade com o restante do planeta. Esse pensamento deflagrou o movimento ambientalista que temos hoje e gerou inúmeros estudos acerca do modo como a sociedade se apropria dos recursos naturais (Grün,1996).

Um dos estudos mais famosos é o intitulado *Nosso Futuro Comum*, elaborado em 1987 pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU, denominada Comissão de Bruntland, em homenagem a então primeira-ministra da Noruega, Gro Bruntland, na época coordenadora da Comissão (Grün,1996). De acordo com o documento, a saída para encontrar a medida certa do crescimento econômico seria alcançar o hoje tão propalado “desenvolvimento sustentável”, baseado em três premissas: socialmente justo, economicamente viável e ambientalmente equilibrado. Para tanto, seria necessário buscar um modelo alternativo de crescimento econômico,

que atendesse às necessidades do presente, sem comprometer a possibilidade das gerações futuras satisfazerem às suas próprias necessidades. Portanto, para evitar um colapso da natureza, a humanidade precisaria mudar seu relacionamento com esta, para a sua própria sobrevivência.

Nesse momento, ressurgiu a imagem de que o ser humano é parte integrante do mundo natural, vez que o desaparecimento deste, implicaria na morte daquele. Esta percepção foi a base para o surgimento da idéia de desenvolvimento sustentável. Porém, para ser sustentável precisava ser diverso, como a natureza. Por isso, surgiu a necessidade de que cada país criasse uma lista de demandas e ações para efetivar o desenvolvimento sustentável. Essa localização do desenvolvimento passou a incorporar novos atores, promovendo a mobilização social.

Numa tentativa de aprimorar esse pensamento, em 1990, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) criou o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), um indicador que sintetiza a idéia de sustentabilidade do desenvolvimento, na medida em que põe o ser humano como o centro das políticas socioeconômicas.

A atenção ao bem-estar da humanidade não confere um caráter puramente antropocêntrico a esse índice, uma vez que pressupõe uma relação equilibrada entre sociedade e natureza, da qual a humanidade seria sua integrante e não sua dominadora. Em última instância, a criação do IDH mostra que a correlação entre bem-estar social e aumento da produção não é linear, conforme comenta César Miguel (1997, p.6): “Estudos recentes do Banco Mundial incluindo 192 países indicam que somente 16% do crescimento econômico se explicam pelo capital físico (maquinaria e infra-estrutura física); 20% pelos recursos naturais e 64% são atribuídos ao capital social e humano”. Nesse sentido, o IDH considera três aspectos para mensurar o desenvolvimento: 1) a expectativa de vida ao nascer (atenção à saúde da população); 2) O Produto Nacional

Bruto (PNB) e 3) o grau de escolaridade (incluindo os subindicadores taxa de analfabetismo adulto e anos de escolaridade da população).

A formulação do IDH foi seguida de um outro passo importante rumo à mudança da postura humana frente à problemática ambiental. Em 1992, durante a Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como Rio-92, foi aprovada a Agenda 21, um documento que trata de “... praticamente todas as grandes questões, dos padrões de produção e consumo à luta pela erradicação da pobreza no mundo e às políticas de desenvolvimento sustentável” (Novaes, 2003, p.324). Problemáticas de urgente solução como o lixo, a poluição atmosférica, o saneamento básico, a dinâmica demográfica, a habitação, o uso da terra e a transferência de tecnologia, dentre outros temas, são abordados com profundidade no documento formulado por representantes de 179 países.

Após dez anos do lançamento do documento, por ocasião da reunião da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio +10, realizada em Joanesburgo, África do Sul, em 2002, cerca de 120 países declararam ter elaborado a Agenda 21 local, a qual deve ser construída com base na participação da sociedade civil organizada. No Brasil, a Agenda 21 nacional foi concluída em 2002, num processo que se iniciou em 1997, sob a coordenação de José Sarney Filho, então ministro do Meio Ambiente. A elaboração da Agenda 21 brasileira envolveu cerca de 40 mil pessoas nos estados, Brasília e macrorregiões. O grupo apresentou propostas aos diagnósticos elaborados pela Comissão de Políticas de Desenvolvimento Sustentável (CPDS), composta por representantes de órgãos governamentais e não-governamentais. Os diagnósticos tratavam dos temas: gestão de recursos naturais, agricultura sustentável, cidades sustentáveis, redução das desigualdades sociais, infra-estrutura e integração regional e ciência e tecnologia para o desenvolvimento sustentável (Novaes, 2003).

Talvez o maior mérito da consolidação da Agenda 21 Brasileira, mais que a sistematização de diagnósticos e ações propositivas, tenha sido a congregação de milhares de pessoas em torno da temática Desenvolvimento Sustentável. O jornalista Washington Novaes, sistematizador do documento, lembra que esse processo participativo envolveu conflitos entre grupos com visões de mundo diferenciadas. Novaes (2003) relata que logo na primeira discussão do documento houve conflitos entre representantes dos setores técnicos e de organizações da sociedade. Os primeiros defendiam o caráter tecnicista do documento; os segundos exigiam a consideração dos fatores ambientais e sociais. O fato é que a busca da tentativa de equilibrar as diferenças resultou num consistente documento que pode servir de base para a elaboração das Agendas 21 municipais, uma necessidade premente. Sobre a importância desse equilíbrio de forças, Novaes (2003) ressalta que o capital social é um instrumento fundamental para a construção e implementação da Agenda 21, pois só com a participação de todos os segmentos sociais se chegará ao desenvolvimento sustentável.

Nesse sentido, é fundamental que todos os segmentos sociais, inclusive a juventude, tomem parte na construção e implementação de um plano de ação estratégica, com visão de longo prazo, contemplando as questões relevantes para o desenvolvimento sustentável local, pois a participação popular, no dia-a-dia dos Movimentos Sociais, é que torna concretas palavras postas no papel. Os formuladores da Agenda 21 parecem ter essa percepção. Novaes (2002, 331), citando a Agenda 21 Brasileira, preconiza que

a chave do sucesso, entretanto, depende da capacidade coletiva de mobilizar, integrar e dar prioridade e algumas ações seletivas de caráter estratégico que concentrem os esforços e desencadeiem grandes mudanças. É compromisso coletivo, envolvendo os mais diversos atores, inclusive os meios de comunicação, para produzir grandes impactos

Percebe-se, na preocupação da Agenda 21 com a participação das sociedades e com o engajamento da imprensa, a pertinência do presente estudo, o qual busca

observar a interação entre comunicação e capital social a partir da ação de jovens comunicadores. Tal participação pode contribuir para o desenvolvimento de sua região, numa perspectiva localizada do desenvolvimento, nosso próximo assunto.

## **2.2. O desenvolvimento local: caminho para a sustentabilidade**

Apesar da definição do conceito desenvolvimento sustentável ser de difícil padronização e de gerar divergências entre estudiosos do assunto, dada as diferentes realidades e visões de mundo dos países e governos que buscam implantá-lo (Trigueiro, 2003), é possível destacar boas contribuições que a temática proporciona, até o momento. Uma delas é que começa a ficar mais claro, apesar de todo o empenho das forças de mercado para encobrir essa evidência, que o consumo ininterrupto de bens industrializados não representa o único modo de bem-estar da humanidade. Portanto, não há apenas um caminho para se alcançar o desenvolvimento com sustentabilidade, mas vários modelos aplicáveis à diversas sociedades sustentáveis (Grün,1996). Essa certeza advém da constatação da diversidade biológica, geográfica e cultural entre localidades e dos povos que nela vivem. A própria elaboração de Agendas 21 locais, citadas anteriormente, reflete a necessidade de modelos diferenciados para cada realidade.

Nesse contexto, surge a idéia de desenvolvimento local, o qual considera as mesmas premissas do desenvolvimento sustentável, mas destaca as potencialidades locais (capital natural e físico), dos conhecimentos da população local (capital humano) e da capacidade de organização dessa população (capital social). Nos países da América Latina, têm sido implementados vários modelos deste tipo de desenvolvimento, uma vez que o sistema de desenvolvimento sustentável em sua concepção original pela Comissão de Bruntland não considerou as peculiaridades dos países pobres, que possuem níveis de consumo, de renda e de educação formal bem diferenciados dos povos de países ricos.

No Brasil, um dos modelos mais difundidos é o Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS). O conceito foi criado em 1996 pelos participantes do Projeto Comunidade Solidária, coordenado pelo Governo Federal (Agência de Educação para o Desenvolvimento - AED, 2004). Trata-se de uma estratégia de indução ao desenvolvimento – centrada no investimento em capital social – que prevê a adoção de uma metodologia participativa, pela qual mobilizam-se recursos das comunidades, em parceria com atores da sociedade civil, de governos e empresas, em todos os níveis (AED, 2004). O Projeto Aliança com o Adolescente comunga com a idéia do DLIS e tem como meta difundí-lo a partir da ação dos jovens envolvidos no projeto. A consonância do PAA com o ideário do DLIS pode ser observada na semelhança entre os princípios deste modelo de desenvolvimento e o PAA.

As linhas de ação do projeto serão abordadas no capítulo seguinte, mas convém destacar a afinidade percebida em dois pontos importantes para nossa investigação. Um deles é a importância dada à capacitação de agentes de desenvolvimento governamentais, empresariais e da sociedade civil, voluntários e remunerados (AED, 2004). Notamos que os defensores do DLIS buscam a formação de indivíduos que ajudem a promover este modelo de desenvolvimento. Esta é idéia do Projeto Aliança, conforme veremos adiante. Outro aspecto importante que é destaque na proposta de DLIS e ponto defendido pelo PAA é a necessidade de comunicação para sustentar o modelo:

Um dos principais fatores do Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável, sem o qual torna-se muito difícil realizá-lo, é a população despertada para as possibilidades e para as vantagens de um processo mais solidário de desenvolvimento, o que coloca a necessidade de desenvolver e aplicar estratégias de comunicação social e de marketing compatíveis.(AED,2004)

O processo de localização do desenvolvimento é chamado por Franco (2003) de comunalidade. O pesquisador, um dos entusiastas do DLIS, defende o desenvolvimento sustentável a partir do desenvolvimento local, e considera que é mais fácil promover

mudanças sociais em um “mundo pequeno”, onde existem maiores possibilidades de relações sociais horizontalizadas: “A mudança de comportamento, mesmo periférica, ensaiada no mundo pequeno, tem mais chances de se propagar para o sistema como um todo” (Franco, 2003, p.190). O “pequeno” a que o autor se refere não se limita ao território, mas às conexões que unem as pessoas que fazem parte desse mundo, referindo-se, entre outros meios, às novas tecnologias de informação.

Um aspecto destacado por Franco (2003) considerado nesse trabalho é a importância da identidade cultural na consolidação do desenvolvimento local. Percebemos que esse é um dos diferenciais de um modelo homogeneizado de desenvolvimento sustentável, pois é na observância das crenças, dos comportamentos de cada lugar que se pode apresentar propostas capazes de serem adotadas, alteradas e replicadas: “O local, é assim criado pelo desejo coletivo. Por causa disso, o local tem ‘gosto’, tem ‘cara’, tem ‘cheiro’ e tem um conjunto de outras características que lhes são atribuídas pelos que nele convivem” (Franco, 2003, p. 206). Somente quando se incorporam à cultura local, as ações ditas de desenvolvimento passam de simples políticas de geração de emprego a políticas públicas, efetivamente.

O sentimento de pertença ao mundo proposto pelo modelo de desenvolvimento local poderá levar à formação do que o autor denomina “agentes de desenvolvimento”, cuja atuação é semelhante ao que o Projeto Aliança chama de “reeditores” e que nós definimos como agentes de capital social. São termos diferentes para uma mesma idéia: a de difusores de uma cultura de cooperação e de confiança capaz de formar e de manter redes de informação no sentido de buscar o empoderamento das comunidades locais. Através da ação dos agentes de desenvolvimento, estaria formada a rede responsável pela consolidação do modelo. Baseado nessa tese, Franco (2003, p.354) afirma não ser necessário mobilizar toda a sociedade, mas apenas uma pequena parte dela: “Para que o processo de localização se desencadeie é necessário apenas que uma parcela da sua



população, conectada entre si segundo um padrão de rede e regulando seus conflitos de modo democrático-participativo, o assuma cooperativamente”. A palavra cooperação nos conduz a um outro conceito, o de capital social, pois o mesmo é baseado em relações de confiança, laços de coesão capazes de criar empoderamento de indivíduos de uma comunidade (Holanda, 2003).

No entanto, surge uma dúvida quanto à sustentabilidade dessa rede de agentes de desenvolvimento a que Franco se refere. A questão que se coloca é a seguinte: como manter a rede de reeditores, ou agentes de desenvolvimento, sustentada por conexões à base de informação, numa sociedade rural, desprovida de acesso à informação e à formação básica? Abramovay (1999) adverte que o principal obstáculo à acumulação de capital social no meio rural brasileiro é a existência de um ambiente educacional incompatível com a noção de desenvolvimento. Os indicadores educacionais rurais do Brasil estão entre os piores da América Latina. No interior do Ceará, região em estudo nesse trabalho, a situação não é diferente, especialmente nas comunidades mais distantes dos centros urbanos, das sedes dos municípios. Ainda convivemos com a realidade de enfrentar quilômetros de estrada carroçável por onde não trafegam automóveis, para se chegar a uma escola, fato que nós observamos no trabalho de campo.

Talvez por esse motivo, o PAA tenha escolhido como mote a “educação para o desenvolvimento”. Pensamos que a educação, nesse caso, levará ao desenvolvimento não apenas quando estimula o empreendedorismo ou motiva o jovem a trabalhar na agricultura, mas quando se insere no fazer político. Nesse tocante, cabe aos movimentos sociais a responsabilidade de estimular a valorização dos potenciais de diferentes territórios e a inserção da juventude como agentes de desenvolvimento rural, não somente no sentido do rural agricultável, mas do rural lugar de estudar, de se comunicar, de viver com qualidade. Sobre a questão da juventude, Abramovay (1999,

p.12) afirma que “..é urgente que os jovens possam transformar-se em protagonistas organizados e ativos destas lutas e que sejam denunciadas e combatidas as ações governamentais que fazem dos territórios interioranos não locais de vida, mas simples base física para a produção de *commodities* [mercadorias]”. O autor se refere ao tratamento dado aos jovens moradores dos Cerrados brasileiros, região onde a base econômica é produção, em latifúndios, de grãos para exportação. Percebemos que o tratamento dispensado à juventude do interior do Ceará, onde predomina a agricultura familiar, não se diferencia muito.

O jovem não é estimulado a uma ação política que possa contribuir para a melhoria da realidade e, por conseqüência, o êxodo rural é visto como a melhor saída. Frustra-se, nesse momento, a possibilidade de inserção num plano de desenvolvimento local, o qual poderá estar fadado a permanecer como mero tema de discussão inócua em reuniões de conselhos locais, onde somente têm assento representantes oficiais dos governos e lideranças indicados. Essa prática vai de encontro à idéia de desenvolvimento local, que tem por base a organização social tecida pela rede de relações formadora de capital social. Daí a importância dos movimentos sociais para fomentar a participação popular e, por conseqüência, gerar capital social.

### **2.3. Organização e participação social: contribuindo para o desenvolvimento local**

Um das razões pela qual o Projeto Aliança com o Adolescente foi escolhido para ser alvo de pesquisa é porque seu objetivo é buscar a promoção do Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS) a partir da participação do jovem. Acreditamos que essa estratégia de ação pode ser considerada uma forma de organização social capaz de reforçar os movimentos sociais.<sup>9</sup> Por isso, faremos uma

---

<sup>9</sup> Sobre movimentos sociais ver Nas Trilhas da Experiência, Matos (1998).

breve explicação acerca de como a sociedade brasileira vem se organizando, no sentido de contextualizar a atuação do Instituto Elo Amigo, executor do PAA no Ceará.

Nesta pesquisa, demarcaremos o final do século XIX como o início da organização popular no Brasil. Nesta época, houve grandes transformações advindas com o processo de industrialização e urbanização no país e a comunicação começou a fazer parte da resistência dos povos aos regimes que o subjugavam. Imigrantes europeus e intelectuais brasileiros deram os primeiros passos da história do movimento operário, calcado no anarcossindicalismo. Podemos dizer que surge aí o conceito de operário – seja na indústria ou nas lavouras cafeeiras (Ferreira, 1993). A Revolução Russa, em 1917, repercutiu no reforço da organização dessa classe em várias partes do mundo, especialmente na América Latina. No Brasil, essa fase culmina com a fundação do Partido Comunista Brasileiro - PCB, em 1922, que iniciou o caráter partidário do movimento operário. É também nessa época que, em 1927, foi fundado o Bloco Operário Camponês, apoiado pelo PCB.

Foram anos difíceis. Ferreira (1993, p.30) relata que “as perseguições, prisões e fechamentos de sindicatos eram uma constante”, embaladas pela crise mundial instaurada após a I Grande Guerra. O cerco se fechou ainda mais com a ascensão de Getúlio Vargas, que aumentou a intervenção do Estado na economia e política, se aproximou das lideranças capitalistas mundiais e atrelou sindicatos ao governo, através de decreto que criava o imposto sindical. Mas houve resistência, dos 1494 sindicatos existentes na época, apenas 364 aceitaram ser legalizados (Ferreira, 1993).

Essa resistência prosseguiu e se acirrou após a II Grande Guerra. No Brasil, as décadas de 50 e início de 60 foram marcadas por incansáveis tentativas de organização política, foi “uma fase de grande desenvolvimento do proletariado, acompanhada de manifestações de autonomia nacional, intensa mobilização e politização do povo brasileiro” (Ferreira, 1993, p.36). Apressados em inibir o efeito transformador que

provoca a liberdade, militares e civis conservadores golpearam a sociedade, assumindo o poder, em 1964. Surgiram grupos de guerrilha, o movimento estudantil foi às ruas, já não eram somente os operários e intelectuais, mas representantes de toda a sociedade que protestavam. Certamente, os interesses dos manifestantes nem sempre convergiam. Sobre essa época, Chauí (1993, p. 52) nos alerta que

Incorreríamos em grave engano se imaginássemos que as reivindicações, contestações e resistências vindas da sociedade possuíam as mesmas origens, as mesmas motivações e os mesmos conteúdos, ainda que globalmente aparecessem como luta pela social democratização

Passado o período mais violento da repressão, lideranças populares reavaliaram a eficácia da luta armada e iniciaram, na década de 70, uma nova frente de resistência, baseada na luta político-partidária e na organização de movimentos sociais. Peruzzo (1998) classifica esse momento como de “mobilização”, considerando que nesse período os movimentos populares demarcaram espaço junto à sociedade e à mídia ( os sindicatos de trabalhadores foram bastante atuantes nessa fase).

Em seguida, durante a década de 80, numa conjuntura que já admitia maior liberdade de expressão, os movimentos sociais voltaram-se para si mesmos, com o objetivo de organizar-se. O fortalecimento interno veio na forma de institucionalização e abertura de canais de financiamento, principalmente de organismos europeus, apoiando a América Latina. Grande parte dessas organizações desapareceu, principalmente as que objetivavam apenas abrir caminho para a democratização. Associações de Moradores, Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e outras organizações populares vieram se juntar ao movimento sindical, até então, o mais organizado. Consolidam-se também as Organizações Não-Governamentais - ONG's, que timidamente começaram a se formar na fase anterior. Surgiram para dar suporte técnico e assessoria aos movimentos populares, mas a sinergia entre os dois gerou uma grande aproximação.

Ainda nos anos 80, a democratização política começou a se instaurar com as campanhas pela Anistia, em prol dos exilados políticos, da década anterior e com o movimento “Diretas Já” – que mobilizou a sociedade na reivindicação por eleições diretas. Após conquistar as eleições, a população foi às ruas, novamente, na década de 90, com a manifestação dos “cara-pintadas” – estudantes em passeatas por todo o Brasil exigiam a deposição do presidente eleito. Esses últimos acontecimentos podem demonstrar que democracia representativa, isolada, parece também não ter conseguido atender às demandas sociais de um país tão diverso como o Brasil.

Talvez por isso, na década de 90, as organizações sociais tenham partido para um esforço de união, fase que Peruzzo (1998) chamou de “articulação”, caracterizada pela idéia da formação de redes e busca de maior especialização dos seus membros, visando ao discurso mais qualificado e capaz de negociar, propor e debater questões públicas. A aversão à aproximação com os governos federal e estadual começou a diminuir e as organizações sociais assumiram o papel de interlocutores entre a esfera pública e a sociedade. Sobre esta nova fase, Matos (1998, p. 68) comenta:

Na verdade, ao contrário dos anos 70 e 80, quando se lutava por causas imediatistas, mas em prol de projetos coletivos e vislumbrando a construção da cidadania, nos anos 90 percebe-se com mais força, que só há organização e luta quando há “incentivos concretos”. Assim, a luta pela cidadania e democratização foi colocada num patamar menos importante.

Os “incentivos concretos” foram reforçados com a entrada de um novo ator numa luta que, embrionariamente, se dizia popular. As empresas privadas passaram a se inserir no processo e formaram o cenário que vemos hoje, de parceria entre as três esferas: pública, privada e sociedade civil organizada. A fase atual é classificada por Peruzzo (1998) de “parcerias” e dela faz parte o Instituto Elo Amigo, executor do Projeto Aliança no Ceará. Atualmente, sob o aval dos governos, formam-se conselhos municipais para discutir com a sociedade a implementação de políticas públicas, criam-se leis que facilitam a aplicação de recursos da iniciativa privada em projetos

desenvolvidos por instituições de cunho social. O conceito de marketing social<sup>10</sup> começa a se difundir e com ele, a legitimação das parcerias através da mídia.

Paiva (2003, p.71) assinala que foi nessa época que Mercado e Estado passaram a “..investir na desconstrução das ONGs, enquanto sociedade civil independente, e estabelecerem uma relação de utilização do seu conhecimento”. A estratégia dá certo e no final do século XX, foi aprovada a Lei que dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP, uma espécie de ONG legitimada pela iniciativa pública e privada, por ter o reconhecimento oficial de interesse público, possibilitando que recebam incentivos financeiros. Percebemos certa semelhança entre a criação das OSCIPs e o decreto de Vargas que atrelou sindicatos ao governo populista, conforme vimos anteriormente. O interesse governamental na criação das OSCIPs é abordado por Paiva (2003, p.84):

O estímulo à criação de OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) foi uma das maneiras que o governo Fernando Henrique Cardoso (1994-1998 a 1998-2002) encontrou para manter o domínio da situação nas esferas não-governamentais, inclusive com relação aos recursos externos destinados às ONGs.

Para Gohn (2000), o que se estabeleceu nos anos 90 e se consolidou no século XXI foi o embate ideológico entre o que ela denomina “ONGs militantes” e “ONGs propositivas”. As primeiras são oriundas ou herdeiras dos movimentos combativos dos anos 70/80 e portanto, possuem um forte caráter transformador, enquanto as últimas não têm o mesmo perfil ideológico, buscam não a transformação, mas o acesso de mais pessoas aos benefícios do sistema vigente, atuando segundo estratégias empresariais, de metas e resultado em curto prazo. Gohn destaca que “muitas delas surgiram pela iniciativa de empresários e grupos econômicos e seu discurso é muito próximo das

---

<sup>10</sup> uma ferramenta estratégica de marketing e de posicionamento que associa uma empresa ou marca a uma questão social relevante (Nunes, 2002)

agências financeiras internacionais”(2000, p.74). Percebemos que o Instituto Elo Amigo enquadra-se nesse caso. Trata-se de uma OSCIP criada a partir do Projeto Aliança, o qual é financiado por instituições de relevo no cenário econômico nacional e internacional - um banco de fomento à empreendimentos de grande porte (Banco Nacional de Desenvolvimento Social - BNDES) e três entidades ligadas a conglomerados empresariais (Fundações Kellog, Odebrecht e Ayrton Senna).

Para manter a continuidade e auto-sustentabilidade dos trabalhos iniciados pelo PAA, o Elo Amigo firmou outras parcerias, entre elas o apoio do Instituto Votorantim (Anexo 03), pertencente a uma empresa que representa “a fina flor do capitalismo nacional” (Leitão, 2004). O grupo Votorantim constitui um dos maiores conglomerados da indústria do país, produz cimento, aço, alumínio, zinco, suco de laranja, celulose, papel e energia, alcançando, em 2004, uma receita líquida de R\$ 15,95 bilhões, cifra 18% superior ao valor de 2003 (Ribeiro, 2005). Notamos que no rol da atuação da empresa existem setores produtivos com forte potencial de agressão ao meio ambiente. Uma das hidrelétricas construídas com o apoio da Votorantim, a Barra Grande, situada entre os estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, apresentou problemas no licenciamento prévio, que não indicou a existência no raio de ação da obra de quatro mil hectares de mata atlântica, com araucária, árvore em extinção (Leitão, 2004). Apesar desta empresa não estar envolvida no estudo que viabilizou a licença prévia de construção, mas somente no inventário florestal feito depois de construída a obra, o qual atestou a existência de vegetação primária<sup>11</sup>, o fato representa uma situação delicada para as organizações sociais ligadas à fundação mantida pela empresa, principalmente entidades que trabalham com agroecologia<sup>12</sup>, como é o caso do Instituto Elo Amigo.

Talvez devido às aparentes contradições entre os princípios de organizações sociais e sua forma de buscar recursos para efetivar suas ações, tenha surgido uma

---

<sup>11</sup> Mata virgem, ainda intocada por ação antrópica.

<sup>12</sup> Parte da ecologia que estuda os agroecossistemas, que se referem ao conjunto de relações entre culturas, técnicas de produção agrícola e meio ambiente. (Larousse, 1999)

tentativa de homogeneizar a diversidade e abrigar todas as formas de organização social – ONGs propositivas, ONGs militantes, OSCIPs e organizações da Sociedade Civil (OSCs) – numa única identidade, chamada de Terceiro Setor. Discordamos da inclusão de todas as organizações nesse “guarda-chuva institucional” que constitui o Terceiro Setor, citando Landim (2003, p. 109)

ao contrário de ONG, que distingue e diferencia subconjuntos de organizações a partir de seus ideários, papéis, alianças na sociedade, a idéia de terceiro setor é abrangente, tendendo a homogeneização ou minimização de diferenças que podem ser sociais e politicamente significativas

Abrigando todas as instituições que legalmente sejam consideradas sem fins lucrativos, o chamado Terceiro Setor inclui desde ONGs até organizações dedicadas à educação e ao esporte, inclusive clubes e estabelecimentos privados de ensino superior, cuja finalidades mercadológicas são visíveis. Foi com base nessa definição que a Universidade John Hopkins realizou o “Projeto Comparativo Internacional sobre o setor Sem Fins Lucrativos”, em diversos países. Seguindo esse critério, a sua pesquisa identificou que, no Brasil, existe 1,5 bilhão de pessoas ocupadas nesse setor, das quais, 1,12 bilhão são remuneradas (Landim, 2003). Os números servem de subsídio para a defesa do Terceiro Setor como importante para a economia e melhoria social brasileira. No entanto, Landim (2003, p.128) ressalta que “... 81% do pessoal ocupado estão nas áreas de educação, saúde, esporte/recreação e assistência social (...) As áreas de desenvolvimento e defesa de direitos, onde estariam ONGs e associações comunitárias, possuem 1,4% desse conjunto”.

Portanto, consideramos que o termo Terceiro Setor não constitui sinônimo de ONGs e menos ainda, de movimentos sociais. Compartilhamos da opinião de Paiva, quando diz que a criação do termo Terceiro Setor foi um estratagem para confundir a opinião pública, uma vez que, para a mídia, tudo é ONG, bastando para isso não ter fins lucrativos e desenvolver algum “projeto social”. Sobre isso, Paiva (2003, p.85) comenta que “... a burocracia oficial pariu, assim, um híbrido virtual do público com o privado



para a promoção de ações que podem interessar à sociedade civil, desde que a partir da visão dos agentes do Estado e do Mercado”.

Não sabemos onde essa simbiose de valores díspares carregada de boas intenções pode levar o movimento social brasileiro. O fato é que todos os atores, aparentemente, são diretamente beneficiados: o governo porque transfere fundos para as organizações sociais, que se tornam responsáveis pelo sucesso ou fracasso dos projetos, as empresas porque podem assumir o confortável título de “empresa cidadã” e as organizações sociais porque têm a real possibilidade de interferir na elaboração das políticas públicas visando ao bem comum ou, pelo menos, ao benefício de seu “público-alvo”, sejam eles adolescentes, mulheres negras, portadores de deficiência e outros grupos marginalizados. O economista Ladislau Dowbor chama essa nova realidade de “terceira via”. Dowbor (2000, p.3) tenta desmistificar possíveis saudosismos quando afirma que

... o conceito de terceira via mistifica na medida em que faz supor que só havia duas. Na realidade, o mundo está evoluindo por outros caminhos, sem se preocupar demasiado com os conceitos simplificadores com que o século XX tentou amarrá-lo. Hoje é uma terceira via, amanhã será uma quarta. A boa política constitui um processo, não um ponto de chegada.

Para Marcos Kisil (2000), diretor regional para a América Latina e Caribe da W.K. Kellogg, da correlação de forças Estado - empresa – sociedade civil organizada depende o desenvolvimento sustentável<sup>13</sup>. Kisil (2000) destaca que a variedade de necessidades de cada sociedade exige uma diversidade de organizações e que é preciso criar um ambiente de colaboração entre elas para que haja desenvolvimento no âmbito local. Talvez resida aí a maior possibilidade de convergência entre as diferentes entidades e movimentos sociais. Por exemplo, o Instituto Elo Amigo, executor do PAA no Ceará, realizou uma série de encontros com representantes de diversos segmentos da

---

<sup>13</sup> Termo difundido através do documento Nosso Futuro Comum, elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU - Comissão de Brundtland, em 1987. De acordo com o documento, o desenvolvimento sustentável é baseado em três premissas: o socialmente justo, o economicamente viável e ambientalmente equilibrado.(Nunes, 2002)

sociedade local na Microrregião do Médio Jaguaribe, com o intuito de formar fóruns municipais de juventude, onde jovens e adultos possam debater a implementação de políticas locais voltadas, principalmente, para a educação e geração de trabalho .

Vale salientar a pertinência do tema trabalhado pelo PAA, através do Instituto Elo Amigo. Dados da Associação Brasileira de ONGs – ABONG -secção Ceará (Fiege, 2003) indicam que a temática “criança e adolescente” é a segunda mais trabalhada no âmbito dos movimento sociais, ocupando 19,33% de um total de 212 organizações registradas no Estado. Em primeiro lugar, com 19,88%, estão as Sociedades Beneficentes e de Apoio à Família, as quais devem, certamente, incluir o trabalho com crianças e jovens. Concluimos, portanto, que cerca de 40% do total de ONGs no Ceará trabalhem com esse público. No entanto, poucas são as organizações que atuam no interior do Estado. De acordo com a mesma pesquisa, somente 2,35% do total de ONGs cearenses atuam no Médio Jaguaribe – o equivalente a cinco entidades - enquanto 63,67% concentram-se em Fortaleza.

Esses dados sobre o baixo número de Organizações não governamentais no interior do Ceará podem explicar a rápida inserção do Instituto Elo Amigo nos fóruns locais e regionais que tratam da temática juventude e seu fortalecimento como referência local, em pouco mais de três anos de existência. A participação em fóruns e redes dá ao Elo Amigo capilaridade, possibilitando ampliar o seu raio de ação. O próprio nome da Instituição - “elo” – sugere essa formação de ligações entre os jovens, entre eles e a comunidade, entre a instituição e outros organismos. Nesse contexto, consideramos que o Instituto Elo Amigo pertence à nova fase da organização social, a qual se articula cada vez mais em redes.

As redes são estruturas de organização capazes de reunir pessoas e instituições em torno de objetivos comuns. Podem ser locais ou virtuais e constituem uma nova forma de organização que começou a se solidificar no século XXI. Franco (2001, p.481)

citando Coleman ressaltar a importância desses espaços, dizendo serem “... uma condição necessária para a emergência do capital social”. Isso porque as ligações entre os agentes das redes proporcionam cooperação a partir da confiança de que todos têm uma mesma meta, mesmo que atuem em ramos diferentes.

De acordo com a Rede de Informações do Terceiro Setor (Ritz), para que um sistema de relações entre pessoas e grupos seja considerado rede é preciso que exista autonomia, ou seja, os integrantes sejam independentes em relação à rede. Além disso, é necessário vontade, ninguém é obrigado a aderir a uma rede, “...os laços não se auto-mantêm em razão de uma participação imposta, eles se alimentam da convivência e da confiança que a sociabilidade própria à rede gera” (Fachinelli, Marcon e Moinet, 2001). Isso resulta em outra característica do sistema em rede: a participação.

Uma rede só existe quando há movimento, troca de informações, e a troca é uma característica da cooperação, que por sua vez é resultante da participação. Portanto, percebemos que as características das redes são semelhantes à de um sistema onde há geração de capital social. Numa rede não deve existir centralização de poder, e sim multiliderança, a qual pressupõe iniciativa. Todos os atores são protagonistas. Dessa maneira, fica garantida outra peculiaridade: a circulação livre de informações, na qual o emissor pode transformar-se em receptor de mensagens, e vice-versa. Por fim, numa rede os valores e objetivos de seus integrantes são compartilhados. São esses valores que unem os diferentes membros deste tipo de sistema de relações horizontalizadas.

O movimento ambientalista é um dos pioneiros na criação de redes (Trigueiro, 2003). Ele mudou o perfil estritamente ligado ao protesto a partir dos anos 90, dada a formação de coletivos como as redes, fóruns de debates e articulação de estratégias. Toda esse efervescência adveio com a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente, realizada no Rio de Janeiro, a ECO-92. Segundo Brito (2003) a ECO-92 foi divisor de águas entre as fases de oposição e de aproximação entre Estado e

organizações sociais. O fato pode demonstrar o peso do movimento ambientalista para a organização da sociedade. Consideramos que o Instituto Elo Amigo, executor do PAA no Ceará, pertence ao movimento ambientalista, na medida em que difunde princípios da agroecologia e do desenvolvimento sustentável.

Harry Born (2003, p.121) argumenta que “... o movimento ambientalista brasileiro vem contribuindo para a articulação do capital social e para a sustentabilidade do desenvolvimento dentro e fora do país”. Born atribui ao poder mobilizador e aglutinador do movimento ambientalista, boa parte de sua capacidade de gerar capital social. Isso porque as organizações formadas por ambientalistas, geralmente, possuem maior capacidade técnica e, portanto, têm acesso maior às redes de informação e de articulação de políticas. Na verdade, não é que o movimento ambientalista de décadas anteriores fosse mais fraco, o que ocorre é que se deflagrou um processo de institucionalização nessa e em outras áreas dos movimentos sociais. O cientista social alemão, Weidner (2002, p.71) conta que “... na década de noventa, as instituições ambientais expandiram em vários níveis e em várias áreas do sistema político-administrativo (...) essas instituições tornaram-se cada vez mais importantes em termos de cooperação interpolíticas”. Para Moraes (2002), a articulação dessas entidades depende de apoio institucional, que dará sustentação política aos projetos comunitários, formando-se uma rede de cooperação.

Essa idéia é compartilhada pelos executores do projeto Aliança com o Adolescente, uma vez que o objetivo do mesmo seria capacitar os adolescentes envolvidos à iniciativa e ao auto-sustento de seus projetos. De acordo com o estratégia do Projeto Aliança (2002) as instituições que dele fazem parte devem, a partir de um determinado momento, ser capazes de realizar os programas desenvolvidos com recursos próprios ou captados de outros apoiadores – locais. É sobre os princípios e linhas de ação do PAA que iremos discorrer no capítulo seguinte.

### CAPÍTULO III

#### PROJETO ALIANÇA COM O ADOLESCENTE NA MICRORREGIÃO DO MÉDIO JAGUARIBE

*Antes da Aliança o meu melhor relacionamento era com o computador, não gostava do convívio com as pessoas, não sabia trabalhar em grupo, pensava em ir estudar fora e arrumar um bom emprego em outra cidade.*

*Jefferson Girão, 18 anos – CR Central de Serviços*

O Projeto Aliança com o Adolescente pelo Desenvolvimento Sustentável no Nordeste (PAA) foi criado em 1998 por um grupo formado pelo Instituto Ayrton Senna, a Fundação Kellogg, a Fundação Odebrecht e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, COMO JÁ FOI CITADO. O objetivo do PAA é contribuir para o desenvolvimento local, integrado e sustentável em três microrregiões: Bacia do Goitá, em Pernambuco, Baixo Sul, na Bahia e Médio Jaguaribe, no Ceará que “... juntas, abrangem 18 municípios, com população de aproximadamente 500 mil pessoas, das quais 25% são adolescentes e jovens entre doze e dezenove anos” (Sousa, 2003, p. 9). Em 2003, a região do Baixo Sul da Bahia desligou-se do PAA, ficando o Ceará e Pernambuco com a continuidade do projeto.

A escolha das três regiões foi feita com base na análise de critérios subjetivos e objetivos. Entre os chamados subjetivos, destacam-se a vontade política de mudança e a possibilidade de participação das comunidades. Nos objetivos estavam a identificação de vocações econômicas, dos setores empresarial e governamental dispostos a participar do processo, de um sistema educacional básico “minimamente desenvolvido”, estar fora do “eixo dinâmico da economia” e ter um baixo Índice de Condições de Vida - ICV, um indicador criado pela Fundação João Pinheiro, de Minas Gerais. O ICV foi um forte critério para a seleção (Estratégia de Educação para o Desenvolvimento, 2001, p.32):

Todas as microrregiões escolhidas apresentam um ICV menor do que 0,5, o que indica baixo desenvolvimento humano. De fato, após análise mais detalhada da situação de cada uma das microrregiões, constatou-se que todas se defrontam com o mesmo quadro de involução econômica, empobrecimento e exclusão dos eixos dinâmicos da economia.

Com base nos critérios relacionados, o grupo de financiadores do projeto chegou a um universo de trinta microrregiões. Deste total, foram selecionadas quatro para serem visitadas por técnicos do PAA, chegando à definição das microrregiões Bacia do Goitá, em Pernambuco, Baixo Sul, na Bahia e Médio Jaguaribe, no Ceará. O fator decisivo para a escolha destes locais, teria sido “a vontade e o comprometimento dos governantes, do empresariado e da sociedade em participar da construção de um destino comum” (Projeto de Mobilização Social, 2002, p.6). O propósito de trabalhar em microrregiões, e não com municípios isolados, foi favorecer aproximação entre governo estadual e municipais, na medida em os municípios reunidos ganham mais representatividade, articular cadeias produtivas existentes nos municípios e recompor uma “...escala que possibilite a organização mais racional de políticas públicas” (Estratégia de Educação para o Desenvolvimento, 2001, p.32).

Após a escolha dos locais de atuação, o PAA elaborou, em maio de 1999, um plano de ação, com a visão geral do projeto e as etapas a serem desenvolvidas até fevereiro de 2000. Nesse período (de maio de 1999 a fevereiro de 2000) foram realizadas reuniões com representantes dos poderes executivo e legislativo municipais e empresários para organizar seminários de mobilização, que reuniu cerca de mil lideranças dos 18 municípios (Estratégia de Educação para o Desenvolvimento, 2001).

A partir destes seminários foram elaborados (com a participação de entidade local que deveria coordenar as ações regionais) os programas de ação, documento necessário para a execução da fase seguinte, de fevereiro de 2000 a fevereiro de 2003, período previsto para o desenvolvimento das ações. Neste período foram selecionados os adolescentes para o projeto, que deveriam estar na faixa etária de 13 a 18 anos. De fevereiro de 2003 a dezembro de 2004, ocorreu a última fase do projeto, que consistiu

no apoio à disseminação das experiências e preparação para concluir o apoio direto das instituições aliadas.

Em cada microrregião foi criada a figura do “empresário-parceiro”, denominação dada pelos idealizadores do Projeto às instituições que coordenam e executam as ações do PAA. Na Bahia, o empresário-parceiro foi o Instituto de Desenvolvimento Sustentável do Baixo Sul – IDES, que, até 2004, desenvolveu o PAA em nove municípios: Valença, Tancredo Neves, Cariús, Tapeorá, Nilo Peçanha, Ituberá, Igrapiúna, Camamú e Maraú. Neles, foram implementadas ações de formação de adolescentes nas áreas de: voluntariado, informática, empresariado, direito e cidadania e microfinanças, além de atividades no cultivo da mandioca e na maricultura (pesca, beneficiamento e comercialização de peixes e ostras).

Em Pernambuco, o Projeto atingiu quatro municípios: Feira Nova, Glória do Goitá, Lagoa de Itaenga e Pombos. Neles, são implementadas ações de formação de agentes de desenvolvimento local, agentes em Arte e Cultura, direito e cidadania e informática, além de atividades de agricultura familiar orgânica e no campo de sementeira. O empresário-parceiro da região é o Serviço de Tecnologia Alternativa – SERTA.

Na Microrregião do Médio Jaguaribe (MMJ), Ceará, o primeiro empresário-parceiro foi o Sebrae. Em 2001, assumiu a função o Instituto Elo Amigo, sobre o qual discorreremos adiante. Na MMJ, o Projeto Aliança abrange os municípios de Acopiara, Iguatu, Jucás, Orós e Quixelô. Neles, são implementadas ações de formação nas áreas do voluntariado, empresariado, e agroecologia familiar. O PAA formou nesta região, no período de sua implantação até o ano de 2004, 835 jovens (Anexo 04).

No âmbito geral, o PAA é coordenado pelo Instituto Aliança, organização social com sede em Salvador (BA), criada em 2002 pelos instituidores do Projeto. Até o ano de 2004, o PAA viveu sua fase piloto. A partir de então, as entidades executoras nas

regiões deveriam dar continuidade as suas ações, independente do apoio dos instituidores, podendo estes serem parceiros em algumas das atividades.

O propósito dessa fase inicial era validar a tecnologia social empregada nas regiões, Tecnologia Empresarial Social da Aliança (TESA), que por sua vez, é baseada na Tecnologia Empresarial Odebrecht (TEO), implementada por uma das empresas idealizadoras do projeto. Os critérios para a prática da TEO (Odebrecht, 2004, p. 117) são a valorização do ser humano como “a medida de todos os valores da organização”, o domínio do negócio por parte do empresário, visando á satisfação do cliente e acionista, a associação da prática empresarial com a “educação pelo trabalho”, a oferta de apoio aos que “sejam capazes de usar tal apoio para identificar oportunidades e obter ou melhorar resultados”, a partilha dos resultados obtidos, a capacidade de reconhecer e corrigir rapidamente os erros, a preocupação com a imagem perante a comunidade na qual a empresa está inserida e promoção da conservação ambiental nas comunidades onde atuam.

Podemos observar a forte influência da mentalidade empresarial no Projeto, a qual se verifica na formação dos adolescentes, como mostra a frase estampada no caderno de anotações de um grupo de piscicultura formado por adolescentes da localidade de Pereiro dos Barbosa, distrito do município de Orós (um dos componentes da Microrregião do Médio Jaguaribe): “Na hora que eu tiver sucesso é preciso eu ter esforço. Só te darei sucesso se você se conscientizar. Afinal dizem que esse grupo é exemplo e que a recompensa vem com o fruto do trabalho organizado”. Trabalho organizado, sucesso, metas, resultados, indicadores, são alguns dos termos observados na fala dos adolescentes por nós entrevistados, ao longo desta pesquisa.

Nos três estados, foi proposta a aplicação da TESA, porém, cada microrregião era livre para construir sua metodologia, no sentido de alcançar as metas estabelecidas.



O objetivo era validar a TESA, para então, replicá-la. Na verdade, o Projeto não tinha uma metodologia definida, ela foi se construindo ao longo das ações:

Na fase piloto [do PAA] você vai juntar uma série de tecnologias (...) Tem a Tecnologia Empresarial Odebrecht que deu origem à Tesa e era um dos componentes. Assim como a TEO, tem o protagonismo juvenil, o desenvolvimento local, trabalhar no Nordeste, em microrregião, etc. Tudo isso era um contexto que se tinha no início do projeto, mas não tinha, digamos, como isso iria realmente ser unido (...) não existia metodologia, porque nunca se tinha tido uma experiência disso (..) A Aliança foi uma aposta muito grande das quatro instituições porque não existia um projeto quando resolveram aportar os recursos que aportaram. Tinha-se uma idéia, mas não tinha início, meio e fim planejados. (*Eleudson Queiroz, superintendente do Instituto Elo Amigo*)

Nos trabalhos de campo na MMJ, percebemos um consenso entre os líderes do projeto acerca do diferencial do PAA, tendo sido apontados os seguintes fatores: 1) desde o começo, o projeto foi sendo implementado com a participação de outros atores, e não somente técnicos. Foram procurados empresários, governos e sociedade civil organizada para identificar onde cada um poderia atuar; 2) o projeto pedagógico foi sendo elaborado a partir de diagnósticos elaborados com a participação dos jovens, 3) desde o início se tinha a idéia de que era preciso buscar autonomia, uma vez que o projeto iria perder boa parte dos recursos financeiros, após a conclusão da fase piloto. Isso teria levado os jovens a ter iniciativa no sentido de dar continuidade ao seu processo de auto-desenvolvimento e 4) o projeto buscava mais do que capacitar jovens para o desempenho de atividades laborais, mas tinha como objetivo maior difundir uma idéia: a de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável a partir da ação da juventude. Sobre o diferencial do PAA, o Instituto Aliança destaca (Projeto de Mobilização Social, 2002,p.6).

A Aliança se diferencia dos demais programas de desenvolvimento e de outras iniciativas na área de juventude, por contemplar, ao mesmo tempo, a construção de projetos integrados - que desenvolvem os capitais humano, social e produtivo da região, e a formação integral do adolescente protagonista, visto como pessoa autônoma, solidária e produtiva. Também é diferencial da Aliança com o Adolescente ser um programa pré-figurador de tendência, permitindo a organização, sistematização e sintetização de novas concepções e paradigmas,

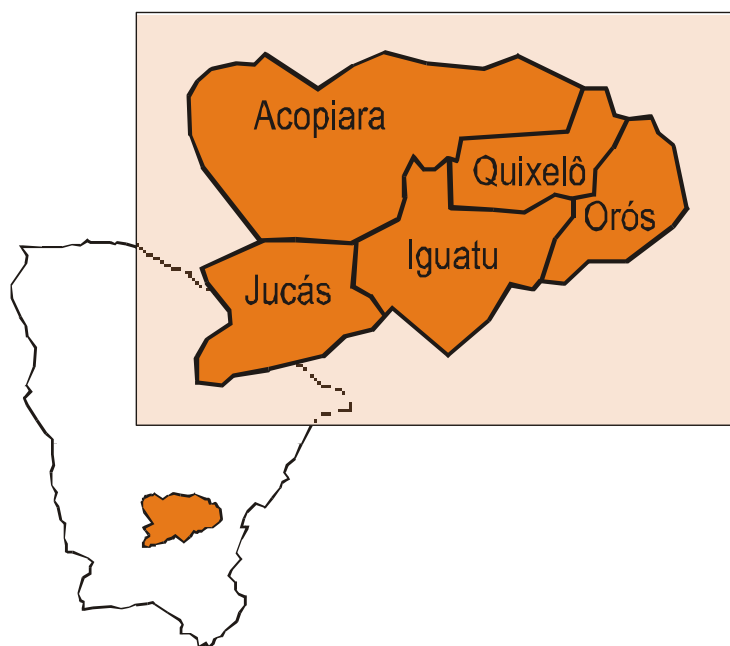
formatados a partir de experiências práticas de desenvolvimento, e a construção de uma tecnologia de ação social replicável em outras microrregiões.

Em última instância, a finalidade do PAA era bastante ousada: deflagrar um movimento de mudança na mentalidade das pessoas, que passariam a defender, com suas ações no trabalho, na comunidade e nos espaços destinados à participação política, um novo modelo de desenvolvimento, “... promover uma mudança profunda na maneira de perceber e enfrentar o ciclo da pobreza que se repete a várias gerações no Nordeste” destaca (Projeto de Mobilização Social, 2002,p.4). Portanto, o PAA escolheu o Nordeste para atuar porque acredita que os baixos indicadores sócio-econômicos da região podem melhorar com uma mudança de atitude das populações. Passemos, agora, a uma breve caracterização da microrregião onde foi implementado o PAA no Ceará.

### **3.1. Microrregião do Médio Jaguaribe: algumas características**

A Microrregião do Médio Jaguaribe (MMJ), *locus* desse estudo, situa-se no Centro-Sul do Ceará, onde existe forte vocação para a agricultura irrigada, agroindústria, indústria de transformação e comércio (Análise das Potencialidades, Agropolo Centro Sul., 1999). Composta pelos municípios de Acopiara, Iguatu, Jucás, Quixelô e Orós, tem bom potencial hídrico, uma vez que está às margens de mananciais de grande capacidade como o Rio Jaguaribe e o Açude Orós. A figura 2 a seguir apresenta a microrregião onde se situa o Projeto em estudo.

**Figura 2.** Microrregião do Médio Jaguaribe.



Fonte: material de divulgação publicitária do Projeto Aliança

Os municípios mais populosos da microrregião são Iguatu e Acopiara, que ocupam, respectivamente, 44,4% e 24,4% da população total de 193,003 mil habitantes. Em seguida, vem Jucás, Orós e Quixelô, sendo este último o menos expressivo em população. Apesar de estar entre os mais populosos, Acopiara apresenta o maior índice de evasão, com variação negativa de 4,3% no número de habitantes, comparando os períodos de 1991 e 2000. O município de Quixelô também apresenta indicativos de migração, enquanto a população de Orós permanece estável, com zero de variação. Esta estabilidade pode significar migração também, se considerarmos que a taxa de natalidade é normalmente maior que a de mortalidade no Brasil. O município de Iguatu é o que mais cresce em população, com variação de 13,2%. O fato pode ser atribuído à migração de habitantes dos outros municípios, por ser esta cidade a mais desenvolvida da microrregião, o que pode ser verificado na tabela a seguir:

**Tabela1.** população da Microrregião do Médio Jaguaribe

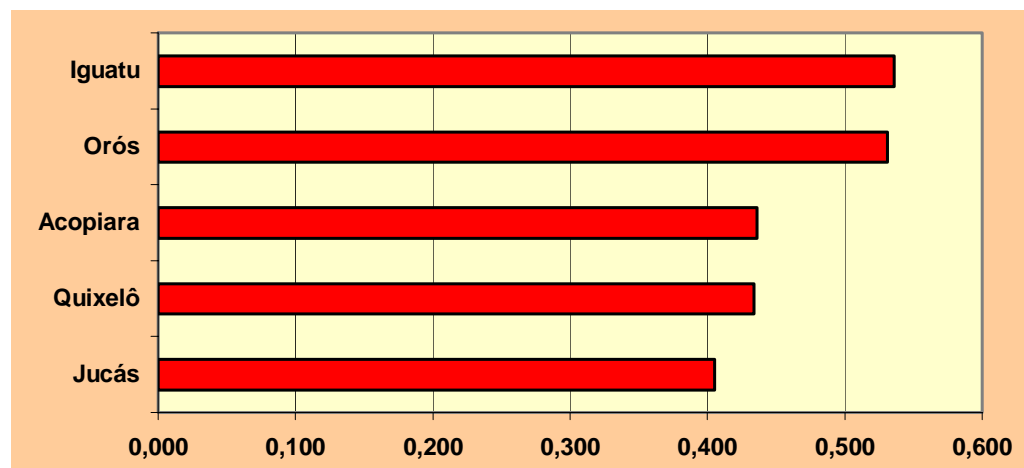
<b>Município</b>	<b>Em 1991</b>	<b>Variação</b>	<b>Em 2000</b>	<b>% cidade</b>
Acopiara	49 259	-4,3%	47 137	24,4%
Iguatu	75 649	13,2%	85 615	44,4%
Jucás	21 100	7,3%	22 632	11,7%
Orós	22 014	0,0%	22 023	11,4%
Quixelô	15 679	-0,5%	15 596	8,1%
<b>Total</b>	<b>183 701</b>	<b>5,1%</b>	<b>193 003</b>	

Fonte: IBGE, Censo 2002

Comparando os indicadores da Microrregião com os do Estado do Ceará e do Brasil, percebemos que há um empobrecimento maior na Microrregião, o que faz com que os índices, comparados com a média do Estado e do País, tornem-se ainda mais baixos. De acordo com o Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará - IPECE (SEPLAN,2000), a posição da maioria dos municípios integrantes da microrregião no ranking do Índice de Desenvolvimento Municipal - IDM<sup>14</sup> não é boa. Apenas Iguatu pertence à classe 2 e figura entre os dez municípios com maior IDM no Estado, ocupando o 10º. lugar. Os demais ocupam as seguintes posições: Orós 59º. lugar , Quixelô, 67º. lugar, Jucás 80º e Acopiara, 90º. lugar. Estes índices influenciam diretamente nas condições de vida da população nos cinco Municípios, sendo que Jucás destaca-se por apresentar índices inferiores aos demais, como mostra a figura 3.:

<sup>14</sup> IDM é a média ponderada de índices setoriais, reflete a situação dos 184 municípios do Estado, segundo 30 indicadores.

**Figura 3.** Índices de Condição de Vida dos Municípios do Médio Jaguaribe – Ceará – BR



Fonte IBGE/PNUD 1996 – Compilado por AC Viard

De acordo com levantamento do Instituto Elo Amigo (2003), existe um considerável investimento na área de educação – no que tange ao aspecto quantitativo, com taxa de escolarização no ensino fundamental e médio acima de 90%, Iguatu e Jucás alcançam a marca de 95,7% de crianças/jovens na escola.

A Região conta com Centros Vocacionais Tecnológicos<sup>15</sup> - CVTs, em Jucás, Orós e Iguatu. Nesta última também se concentram demais instituições como a Escola Agrotécnica Federal de Iguatu - EAFI, a Escola Técnica de Comércio e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC, credenciadas para a qualificação operacional para os residentes locais. Apesar de haver acesso à escolas públicas, a qualidade do ensino e a adequação do mesmo às novas demandas do mercado ainda são problemas a serem enfrentados. A população de adolescentes e jovens insere-se neste contexto de exclusão econômica, social e política .

O percentual de jovens em relação às populações de outras faixas etárias na MMJ é bastante significativo, havendo neste sentido uma necessidade de investimentos crescentes no setor . Notamos também que a população de pessoas na faixa de 10 a 14

<sup>15</sup> Os Centros Vocacionais Tecnológicos são centros de formação da rede estadual de ensino que proporcionam formação profissional e apoio tecnológico ao ensino formal, contando com laboratórios de física, química e biologia que são utilizados por professores e alunos.

anos é um pouco maior que a população de 15 a 19 anos, isso pode significar a saída dos jovens de sua terra, em busca de emprego ou estudo. Também notamos que a população masculina diminui entre quando passa de faixa (de 10 a 14 anos para 15 a 19 anos), fato que pode indicar também a migração de homens em busca de trabalho em outras cidades, conforme demonstra a tabela 2:

**Tabela 2.** População de jovens por Idade X Situação X Sexo na MMJ-CE

x Sexo		Feminino (%)		Masculino (%)		Tot (%)	
		Sit/Idade		Sit/Idade		Sit/Idade	
Total 10 a 14 anos	Urbana	6 289	14%	5 127	12%	11 416	26%
	Rural	6 445	15%	4 769	11%	11 214	26%
Total 15 a 19 anos	Urbana	6 132	14%	4 586	10%	10 718	24%
	Rural	6 677	15%	3 889	9%	10 566	24%
<b>Total</b>		<b>25 543</b>	<b>58,2%</b>	<b>18 371</b>	<b>41,8%</b>	<b>43 915</b>	<b>22,8%</b>

Fonte: IBGE, Censo 2002

Um aspecto que merece destaque no tocante à atuação do Projeto Aliança é fato dele estar inserido em regiões semi-áridas do Brasil, região onde estão situados 97,28% dos municípios cearenses e onde vivem 69,89% da população do Estado. Do total da população, 53% tem renda per capita menor que meio salário mínimo. Além disso, 43% dos adolescentes do semi-árido são analfabetos (Crianças e Adolescentes do Semi-Árido Brasileiro, Unicef,2003). O Projeto Aliança com o Adolescente vem trabalhando numa perspectiva de convivência com o semi-árido<sup>16</sup> e não de combate à seca. Comungar com a idéia da convivência com o semi-árido é uma questão de coerência da parte do PAA e do Elo Amigo.

A Microrregião do Médio Jaguaribe, apesar de ser uma área mais beneficiada por recursos hídricos do que outras regiões do Ceará, como o Sertão Central, por

<sup>16</sup> Trata-se de um conjunto de diretrizes e propostas de ações permanentes que conduzam a uma convivência harmônica e de desenvolvimento do semi-árido brasileiro. O conceito foi difundido pela Declaração do Semi-Árido, elaborada, em 1999, pelo Fórum Paralelo à Terceira Conferência das Partes da Convenção de Combate à Desertificação das Nações Unidas – COP3, em Recife.

exemplo, também sofre com os efeitos da seca e, mais ainda, com os efeitos das políticas equivocadas destinadas a essas regiões, que correm a enviar carros-pipa<sup>17</sup> e bolsas de auxílio, na tentativa de manter uma eterna dependência de uma população que tem força para se auto-sustentar, se tiver espaço para isso. Sobre essa capacidade de organização e mobilização nos fala a Declaração do Semi-Árido (1999,p.3):

O Semi-Árido é uma área de cerca de 900 mil km<sup>2</sup>, imensa, porém invisível, a não ser quando a seca castiga a região e as câmeras começam a mostrar as eternas imagens do chão rachado, água turva e crianças passando fome. São imagens verdadeiras, enquanto sinais de alerta para uma situação de emergência. Mas são, também, imagens redutoras, caricaturas de um povo que é dono de uma cultura riquíssima, capaz de inspirar movimentos sociais do porte de Canudos e obras de arte de dimensão universal – do clássico Grande sertão, do escritor Guimarães Rosa, até o recente Central do Brasil, do cineasta Walter Salles.

O Projeto Aliança escolheu o adolescente para ser um ator protagonista na luta das populações do semi-árido cearense. Para isso, estabeleceu princípios que norteiam as ações produtivas e de formação dos projetos que desenvolve. Vamos conhecer um pouco da atuação do PAA no Ceará, executado pelo Instituto Elo Amigo.

### **3.2. A atuação do Projeto Aliança no Ceará: uma história em construção**

As atividades do Projeto Aliança com o Adolescente pelo Desenvolvimento Sustentável no Nordeste (PAA) foram construídas pelo Instituto Elo Amigo (IEA), organização criada em 2001 pela equipe técnica que coordenava e executava o PAA na Microrregião do Médio Jaguaribe (MMJ). O Instituto teve como principal atividade, até 2004, conduzir o PAA, porém, vem desenvolvendo ações conjuntas (comunidade, lideranças empresariais, parlamentares e gestores governamentais) como seminários e oficinas de políticas públicas.

---

<sup>17</sup> Caminhões carregados de água para abastecimento emergencial de famílias em situação de risco devido aos efeitos da estiagem.

A missão do IEA é promover ações de desenvolvimento local, integrado e sustentável (DLIS), o qual pressupõe a participação efetiva dos cidadãos na criação e implementação de ações governamentais que visem a um desenvolvimento integral da sociedade: “Para cumprir sua missão, o Instituto desenvolve ações integradas de educação para o desenvolvimento, pelo e para o trabalho, voltados para o fortalecimento das dimensões social, cultural, econômico, política e ambiental.” (Relatório Anual, 2005, p.2).

A preocupação ambiental pode ser percebida tanto nas ações junto aos jovens como nas relações institucionais. Em consonância com o pensamento ambiental, o Instituto Elo Amigo participa, desde 2003, do Fórum Cearense pela Vida no Semi-Árido, o qual é parte integrante da Articulação no Semi-Árido (ASA)<sup>18</sup>. No Fórum, o Elo Amigo é uma das entidades integrantes do Grupo de Trabalho em Comunicação – GTCOM, junto com a ONG Catavento Comunicação e Educação Ambiental.

O Instituto Elo Amigo, como entidade integrante da ASA e, portanto, signatário em potencial da Declaração do Semi-Árido, acredita que a problemática do semi-árido - advinda não pela seca ou pelas características geomorfológicas da região, mas por uma situação construída ao longo de séculos, devido a um modelo de desenvolvimento incapaz de lidar com as limitações do ambiente físico local, um modelo calcado na dominação política e na concentração fundiária – só poderá mudar quando houver fortalecimento da sociedade civil, incluindo desde importantes mudanças educacionais, prioritariamente no meio rural, até a criação e implantação de um sistema de geração e difusão de informações e conhecimentos que divulgue a imagem diversa do semi-árido brasileiro, conforme atesta a Declaração (1999).

---

<sup>18</sup> A Articulação no Semi-Árido (ASA) foi criada em 1999, com o propósito de reivindicar a implementação de políticas públicas adequadas ao semi-árido brasileiro. Atualmente, desenvolve o PIMC (Programa de Formação e Mobilização para a Convivência com o Semi-Árido: 1 milhão de cisternas rurais), em todos os estados que possuem região semi-árida (Nordeste e Sul de Minas Gerais). Cada estado possui um fórum regional, composto por entidades locais da sociedade civil. Atualmente, a ASA é composta por mais de 800 entidades.



O foco do Elo Amigo para alcançar o desenvolvimento na região é o adolescente. A instituição considera o jovem como “ator e autor da sua vida e dos rumos da sua comunidade, tornando-se elo de uma nova cultura para o desenvolvimento entre a geração de adultos - sua família atual - e futura geração de crianças - sua futura família.” (Oliveira, Paula e Siqueira, 2004, p. 148). Esse estímulo ao protagonismo juvenil<sup>19</sup> coaduna com o objetivo do Projeto Aliança. Já os princípios e valores do Elo Amigo são mais abrangentes e buscam relação com o conceito de capital social. São valores da instituição: confiança, autonomia, humildade, dignidade e ética (Oliveira, Paula e Siqueira, 2004). Com base nesses valores, o Elo Amigo construiu seus princípios. Entre eles destaca-se, para nosso estudo, a construção de uma sociedade de confiança (Oliveira, Paula e Siqueira, 2004, p. 150).

Acreditamos que, quanto mais a confiança for adotada como valor fundamental para a vida em sociedade, menos força terão a competitividade e o desrespeito aos direitos individuais e coletivos. Nosso desejo é colaborar na construção de uma sociedade de confiança.

A condenação à competitividade, embora coerente com a proposta de construção de uma sociedade de confiança necessária à geração de capital social, deixa questionamentos quando lembramos que o Projeto Aliança estimula o empreendedorismo nos jovens protagonistas através do incentivo à formação do próprio negócio, uma atividade onde a competitividade é forte. No entanto, esse é um princípio do Instituto Elo Amigo, o que leva a induzir que a instituição, embora tenha nascido sob as asas do Projeto Aliança, conseguiu traçar identidade própria. Talvez a formação inicial pela qual passam todos os jovens do Projeto – oficinas que trabalham conceitos desenvolvimento pessoal e comunitário – proporcionem valores que se sobrepõem à competitividade à todo custo:

---

<sup>19</sup> Conceito que traduz a participação do adolescente em atividades que extrapolam o âmbito de seus interesses individuais e familiares e que podem ter como espaço a escola, a vida comunitária ou a sociedade em sentido mais amplo, através de campanhas, movimentos e outras formas de mobilização. (Costa, 2000)

Aí é que tá o diferencial [a participação social], porque a maioria das pessoas pensam só na produção, na parte financeira, não se preocupam com o social mesmo, da comunidade, porque é bem interessante que se tenha uma renda ou então um lucro, mas é bem mais interessante também que a gente esteja envolvendo também a comunidade, que a gente esteja também envolvido com a questão ambiental, por exemplo. Eu acho fundamental isso, envolver as duas coisas [trabalho lucrativo e trabalho social] para se ter um melhor desenvolvimento. (Margleuda Barbosa, 18 anos, CR Agroecologia Familiar)

Essa junção – trabalho produtivo e inserção social – é um dos pilares da ação protagonista do jovem. Na medida em que ele se habilita a ingressar no mundo do trabalho, tendo como foco, não apenas a formação técnica e profissional, mas também o comportamento social, o jovem desenvolve capacidade de autonomia e solidariedade (Costa, 2000), ou, nas palavras dos instituidores do Projeto Aliança, consegue ser ator e autor da sua vida e dos rumos da sua comunidade. No entanto, para que o jovem alcance esse estágio, o PAA acredita que é preciso contar com o apoio de educadores, os quais devem ser referência para os jovens formados. O convite, agora, é para conhecer como funciona a pedagogia do “aprender fazendo” do Projeto Aliança.

### **3.2.1. Pedagogia do Projeto: o aprender fazendo**

O Projeto Aliança com o Adolescente no Baixo Jaguaribe conta com o apoio pedagógico de 16 educadores. A proposta pedagógica tem como objetivo a *educação pelo trabalho solidário*, “sustentado na crença de que, pelo fazer solidário e refletido, é formado uma geração de cidadãos”, baseado no aprender fazendo (Oliveira, Paula e Siqueira, 2004, p. 158). Devido a esse princípio, a porta de entrada de todos os adolescentes envolvidos no programa é a formação para o trabalho voluntário, desenvolvido no Centro de Resultado (CR)<sup>20</sup> Adolescentes Solidários. No Ceará,

---

<sup>20</sup> A denominação Centro de Resultado (CR) é dada aos núcleos criados para atuar nas áreas escolhidas por cada microrregião.

existem três Centros de Resultado: o Adolescentes Solidários (projetos voluntários), Agricultura Ecológica Familiar (piscicultura, apicultura, horticultura) e Central de Serviços (criação e implementação de negócios).

Somente depois de vivenciar as ações e filosofia do *trabalho solidário* é que os jovens decidem se desejam permanecer no Projeto, e em qual dos três CRs querem atuar. Independente da área que decida se engajar, o jovem que ingressa no PAA será formado pela mesma linha pedagógica, com os seguintes pressupostos: 1) fortalecimento da identidade pessoal e social do jovem; 2) promoção e valorização da arte e cultura locais; 3) respeito à diversidade de qualquer natureza; 4) interdimensionalidade (razão, emoção, corporeidade e transcendência), 5) formação continuada, 6) ritos de passagem, 7) incentivo ao associativismo e 8) comunicação como direito individual (Oliveira, Menezes e Siqueira, 2004).

Este último preceito – do direito à comunicação – não inclui o trabalho com técnicas de comunicação. Apesar da proposta pedagógica não contemplar o uso de meios de comunicação, o fato de incentivar a liberdade de expressão e o diálogo pode impulsionar os adolescentes a buscarem o acesso à comunicação de massa como meio de expressar idéias e mobilizar a comunidade na qual estão inseridos, pois “somente o diálogo, que implica um pensar crítico, é capaz, também de gerá-lo. Sem ele não há comunicação e sem esta não há verdadeira educação (Freire, 1996, 135). Paulo Freire diz que a relação interpessoal constitui um processo de criação do ego, como realidade existencial na qual os homens se auto-afirmam”. E esta relação social “Eu-Tu” só é possível com a comunicação, que por sua vez tem por base o diálogo. Nesse sentido, o mundo social não existe sem comunicação, e esta só é autêntica se houver co-participação dos sujeitos: diálogo. O fato de um educador de referência como Paulo

---

Freire destacar a importância da comunicação no processo de aprendizagem revela a estreita relação entre as duas áreas.

Talvez por isso a comunicação como um direito esteja entre os preceitos da proposta pedagógica do PAA. No entanto, ela não tem lugar tão privilegiado, uma vez que inexistiu um CR de comunicação no projeto, mas um programa de comunicação que atende aos três CRs. Vejamos como se dá a formação destes Centros de Resultado.

Antes de implementar uma unidade do CR na comunidade, lideranças do Instituto Elo Amigo realizam reuniões para identificar o interesse da mesma no trabalho e sua real disposição em engajar-se nele. O envolvimento dos jovens nas ações do Projeto Aliança com o Adolescente constitui o cerne da proposta pedagógica do IEA, uma vez que o princípio da “educação pelo trabalho” advém de tecnologias empresariais, sejam sociais, como a Tecnologia Empresarial Social da Aliança (TESA), ou estritamente administrativas, como a Tecnologia Empresarial Odebrecht (TEO). Em suma, a educação pelo trabalho visa à formação de pessoas empreendedoras, partindo do princípio de que “a educação concreta é que prepara o Ser Humano para a vida; para a realização pessoal profissional, econômica e política” (Odebrecht, 1991, p.455). Portanto, o trabalho com viés pedagógico é aquele que não visa apenas à produção de bens ou serviços, mas que busca o benefício da comunidade na medida em que a produção (de bens materiais e imateriais) é revertida para o desenvolvimento local integrado.

O PAA possui líderes e educadores nos CRs. Existem, além dos adultos, educadores Jr., adolescentes que se destacam na formação e passam a integrar a equipe de formadores da turma seguinte – essa função é remunerada. O PAA formou 86 educadores, que têm atribuições junto a diversos públicos: o jovem e sua família, a comunidade e a escola da qual participam o jovem, além de contato permanente com o líder do CR e toda a equipe pedagógica do PAA (Oliveira, Paula e Siqueira, 2004).

Dado o caráter do “aprender fazendo” adotado pelo Instituto Elo Amigo no Projeto Aliança com o Adolescente, podemos afirmar que a entidade aplica uma educação de caráter não-formal, pois, além de constituir uma forma diferenciada de trabalhar com a educação paralelamente à escola, o tipo de aprendizado promovido pelo PAA “... funciona como espaço e prática de vivência social, reforçando o contato com coletivo e estabelecendo laços de afetividade entre os sujeitos” (Simson, 2001, p. 10). Tal vivência ocorre nas comunidades onde se desenvolvem as ações dos Centros de Resultado. Além disso, a transmissão do conhecimento acontece de forma não obrigatória, dispensando a existência de mecanismo de repreensão, uma característica marcante da educação formal praticada dentro das escolas.

A multidisciplinaridade também é uma característica da educação não-formal encontrada no modelo pedagógico do PAA, pois o mesmo busca trabalhar com a temática ambiental de uma maneira diversa e integral, considerando os aspectos econômicos, naturais e sociais do local, desta maneira, trabalhando uma diversidade de conteúdos e práticas. Para tanto, também é necessário, além do uso de múltiplas abordagens - através da arte, da expressão corporal, da leitura e debate de textos, das experiências de campo, uma atitude política do educador frente às adversidades da realidade local, na medida em que as atividades da educação não-formal “... abrem perspectivas de ação que possibilitam a negação do determinismo histórico” (Simson, 2001,p.18).

Admitimos que o modelo pedagógico empregado pelo PAA no Médio Jaguaribe, embora não possa ser classificado como tal, guarda semelhanças com a educação popular, a qual, segundo Hurtado (1992, p.45), “...é um processo contínuo e sistemático que implica momentos de reflexão e estudo sobre a prática do grupo (.) é a teoria a partir da prática”. Para conhecermos um pouco desta prática, vejamos a operacionalização dos Centros de Resultado (CRs) e Programas do Projeto Aliança com

o Adolescente pelo Desenvolvimento Sustentável implementado na microrregião do Médio Jaguaribe(MMJ) pelo Instituto Elo Amigo.

O CR Adolescentes Solidários foi inicialmente denominado Programa de Formação de Adolescentes Voluntários (PFAV) - um trabalho que recebeu recursos específicos da Fundação Odebrecht e chegou a conquistar prêmio nacional, conferido pela Petrobras. A base do PFAV foi aplicada no programa de capacitação e acompanhamento dos educadores do Projeto Aliança. O projeto estabeleceu "... um entrelaçamento maior no trabalho do PAA com o adolescente, tanto em relação à abordagem metodológica como aos conteúdos trabalhados, reforçando o investimento na capacitação dos educadores e o alinhamento pedagógico para garantir a unidade das ações" (Oliveira, Paula e Siqueira, 2004, p.154). O CR Adolescentes Solidários visa ao desenvolvimento pessoal do jovem, estimulando-os a criar, executar e avaliar projetos de voluntariado, no sentido de gerar oportunidades para a participação ativa na comunidade.

Até 2004, o CR implantou 95 projetos voluntários (Relatório anual, 2005). As áreas de atuação são diversas: educação, esporte, saúde, meio ambiente e comunicação. Nessa área, cerca de 12 adolescentes envolvidos no CR criaram o Projeto Rádio Adolescente FM, cujo objetivo inicial era levar para os recreios das escolas públicas da região, entretenimento e informações úteis relacionadas aos conteúdos pedagógicos transversais vistos em sala de aula, por meio do projeto "Rádio Adolescente FM". A mobilização da escola – contato com diretores, professores, grêmios estudantis -, roteiro, técnica e locução são realizados pelos próprios adolescentes, com o acompanhamento de educadores do CR.

O CR Adolescentes Voluntários, atualmente, desenvolve o Movimento de Jovens Voluntários - Mover, uma expansão do trabalho realizado pelo Projeto Aliança, que objetiva envolver mais pessoas (de dentro e de fora do projeto) em ações voltadas ao

bem-estar coletivo. Um dos apoiadores do Mover é o Instituto Votorantim, empresa que veio juntar-se ao projeto através da articulação do Instituto Elo Amigo.

O trabalho voluntário é bem visto pelos jovens entrevistados, porém, alguns se queixam da falta de apoio de familiares e amigos.

Quanto ao trabalho voluntário eu não tenho nenhuma queixa a fazer, acho que eu não preocupo muito com o financeiro, me preocupo com o que eu vou aprender. Já os meus familiares pensam diferente, eles preferem que eu esteja em sala de aula ganhando aquele dinheiro todo mês. (Daniela Souza, 17 anos, CR Adolescentes Solidários, Acopiara)

Eu acho que a gente tem que ver também pela realização pessoal. Já me pararam muito no meio da rua, como você trabalha que você tem que cobrar pelo o que você faz... Particularmente, eu faço porque eu gosto e também para ocupar meu tempo para ocupar meu tempo com coisas que eu gosto e para ocupar meu tempo com coisas novas. Eu me realizo com o trabalho voluntário. (Mayana Araújo, 18 anos, CR Adolescentes Solidários, Iguatu).

Os relatos dos jovens nos trazem questionamentos acerca do nível de conhecimento da família, sobre os objetivos da pedagogia do Projeto Aliança, fundamentada na educação pelo trabalho solidário (Oliveira, Paula e Siqueira, 2004). A dúvida é se as comunidades reconhecem a importância do trabalho voluntário como instrumento de desenvolvimento humano fortalecedor de capital social. Isso é reforçado quando percebemos a aprovação dos pais quando os jovens produzem bens que retornem em benefícios materiais, como mostram os depoimentos de mãe e filha:

Quando eu entrei no projeto meu pai disse que não ia ganhar, só ia dar dinheiro aos outros, a questão do conhecimento ele não dava tão importância. Mas hoje, ele vê como uma coisa bem diferente, agora quando eu falto uma reunião ele até briga e pergunta por que eu faltei. (Margleuda Barbosa, 18 anos, CR Agroecologia Familiar, Orós)

Acho muito importante, primeiro lugar qual é o jovem que não quer conseguir um trabalho que possa lhe trazer algum dinheiro, porque a gente sem dinheiro não fazemos nada, e eles têm muito interesse nesse projeto. Nem todos os pais acreditam porque quando eles chegam aqui, o pai dela disse: Não está vendo que isso aqui não vai dar certo. E ela disse que queria vê-lo ajudando-a, e ele disse: Eu ajudo mas isso não vai dar certo. E quando foi sexta-feira, ele ficou alegre porque viu o resultado e eu acho que vai dar certo porque eles têm muita vontade mesmo de aumentar muito mais esse projeto, porque eles vêem que vai

ter resultado com certeza (Maria Barbosa. Mãe de Margleuda, distrito de Pereiro dos Barbosa, Orós, CE).

As entrevistadas acima se referem aos primeiros resultados do grupo Impacto de piscicultura, formado por jovens de Pereiro dos Barbosa, distrito de Orós, um dos municípios da Microrregião do Médio Jaguaribe. O nome do grupo, Impacto - Integrando Produção e Cidadania com o Trabalho de Jovens, foi escolhido pelos jovens integrantes e pode demonstrar o significado que atribuem ao trabalho que desenvolvem: a integração da produção com a cidadania através do trabalho dos jovens.

A criação de peixes é uma das ações do CR Agroecologia Familiar, um Programa de Formação em Agricultura Ecológica e Aqüicultura que busca o fortalecimento das unidades-família e a implantação de elos das cadeias produtivas selecionadas. Na Microrregião do Médio Jaguaribe estão instaladas cerca de 75 unidades demonstrativas de produtos orgânicos e pescados, as chamadas unidades pedagógicas de produção (Relatório anual, 2005). Nelas, produtos com valor agregado, como mel e peixes são comercializados, gerando renda para as famílias dos adolescentes envolvidos.

Atualmente, o CR expandiu sua atuação e passou a promover a formação para os pais dos adolescentes. Esse trabalho conta com o apoio financeiro da Federação dos Trabalhadores da Agricultura do Ceará - Fetraece. Outro projeto desenvolvido pelo CR é o de educação ambiental, em parceria com o Ministério da Justiça, que destina recursos para trabalhos dessa natureza. Esses são exemplos de que o PAA no Ceará, após sua fase piloto, procura dar continuidade às suas ações, por meio de alianças articuladas pelo Instituto Elo Amigo. Na área da comunicação, adolescentes envolvidos nesse CR publicam um informativo mensal, o “Eco Notícias”, que divulga o que se realizou pelo Centro de Resultado e sua relação com a comunidade local. Este periódico será analisado no próximo capítulo.



O único CR que não desenvolve ações de comunicação através de formatos jornalísticos (rádio ou jornal), trabalhando apenas o viés publicitário (Anexo 05) é o Central Referência em Serviços, um programa que forma adolescentes na gestão empresarial com vistas a desenvolver no jovem sua competência profissional como prestador de serviço autônomo ou como empreendedor de seu próprio negócio. Até 2004, 40 planos de negócios foram elaborados pelos adolescentes formados no CR Central de Serviços (Relatório anual, 2005). O CR implantou a Rede de Intermediação de Produtos e Serviços (RIPS), um espaço no qual os adolescentes têm a possibilidade de contato com o mercado consumidor, possibilitando o que o Projeto chama de educação pelo trabalho. Produtos e serviços são intermediados pela RIPS, entre eles artesanato, alimentação, limpeza, informática, arte e cultura. Na RIPS estão sendo incubadas<sup>21</sup> 17 empresas, envolvendo a participação de 31 jovens. No tocante à comunicação, o CR elabora material de divulgação com linguagem publicitária, com vistas a promover os produtos e serviços intermediados pela RIPS.

Em conversa com jovens que participam da RIPS, percebemos, novamente, a valorização dada ao trabalho. O aspecto da formação humana e participação na comunidade foi identificado como importante, porém, só era destacado quando nós perguntávamos a respeito. O foco no desenvolvimento de negócios pode refletir a força da formação específica no CR.

Meu crescimento foi em tudo. Eu cresci pessoalmente de forma diferente, foram dois anos de formação empresarial, conheci pessoas novas, tudo isso me incentivou a seguir no que eu queria porque, na verdade, era um sonho levar a frente o projeto de bijuterias e cheguei a concluir ele, passei mais ou menos um ano. (Lucelândia da Silva, 19 anos, CR Central de Serviços, Iguatu)

---

<sup>21</sup> As empresas incubadas utilizam a infra-estrutura e logística da RIPS, até se firmarem no mercado. Quando ganham autonomia, saem da RIPS para dar lugar ao desenvolvimento de outros planos de negócios.

O trabalho de Lucelândia com produção e comercialização da bijuterias através da RIPS foi assunto de reportagem na imprensa estadual (jornal Diário do Nordeste, Anexo 06). A jovem mora na periferia de Iguatu e é motivo de orgulho para os amigos:

Eu sou amiga dela há muito tempo já conheço e já faço parte da vida dela e então acho que para ela foi uma elevação total. Ela mudou como pessoa, ela tem um trabalho agora. Isso é muito importante porque onde a gente mora somos bens discriminados e esse projeto Aliança financiou ela cem por cento. Aí ela correu atrás do que ela quer. E ela trabalha com tanto amor que dar gosto a gente ver, belíssimo as coisas que ela faz e para ela foi cem por cento, foi total, foi ótimo na vida dela (...) ela ia embora para Fortaleza com a irmã, morar no apartamento da irmã dela, só que como apareceu esse projeto na vida dela ela está realizando um sonho e já pode se dizer que ela é uma empresaria (Keliâne Cabral de Sousa, 19 anos, amiga de Lucelândia).

Novamente, vemos destacado positivamente o aspecto de ter um trabalho. Para ser respeitado pela família e pela comunidade o jovem precisa ser “produtivo”. Conforme a afirmação da amiga da jovem que produz bijuterias para a RIPS, possuir uma fonte de renda é também um fator decisivo para permanecer na cidade natal. A maioria dos jovens do interior do Ceará pensa assim, principalmente os que moram na zona rural, como atesta Matos (2003, p. 19): “de fato, muitos trabalhadores (as) e principalmente a juventude rural, tem optado por migrar para centros urbanos, expondo-se à miséria, a violência, a mendicância e a ‘concorrência desleal’ em um mercado exigente”.

Nesse contexto, os CRs que preparam para alguma atividade rentável – CR Agroecologia Familiar e Central de Serviços - acabam sendo melhor vistos pelos familiares dos jovens. Essa realidade foi abordada no IV Encontro Adolescentes Solidários, realizado em 27 de novembro de 2004, quando na programação do encontro foi incluída uma simulação de tribunal, onde o “réu” seria o trabalho voluntário. Os advogados de defesa eram educadores do PAA e a acusação ficou por conta de um ator e comerciante local, conhecido dos jovens do projeto. O voluntariado era acusado de promover assistencialismo, de frear o crescimento econômico, de diminuir as vagas de

trabalho e interferir nas atribuições do poder público (Anexo 07) . Percebemos que o ator que interpretou a acusação era mais fluente que os advogados de defesa e, por vezes, chegou a ganhar o apoio da platéia – formada por integrantes do próprio CR Adolescentes Solidários. Por fim, o voluntariado foi absolvido, mas, ficou em nós a impressão de que este é um tema ainda a ser melhor trabalhado com a comunidade.

Além dos CRs, o PAA desenvolve programas de apoio à formação dos jovens, que são o Programa Direito e Cidadania e o Programa de Comunicação e Mobilização Social do PAA no Ceará- ODCOM. O programa de cidadania atua junto a Grêmios da região e realiza encontros de jovens envolvidos no PAA e de fora do projeto, com o objetivo de criar e capacitar comissões Pró-Cidania. Foram promovidas formações em 18 grêmios e capacitação de jovens lideranças aos adolescentes envolvidos nos três CRs (Relatório anual, 2005).

O programa de cidadania firmou parceria com o Programa de Comunicação e Mobilização Social do PAA no Ceará- ODCOM, para formar 20 lideranças comunitárias. A formação durou nove meses e incluiu oficinas de capacitação e trabalho de campo, o qual consistiu em elaborar projetos de pequena abrangência, com intervenção dentro da comunidade, articulando outras instituições locais. Foi nesse ponto, na necessidade de articular parcerias, que entrou a formação em comunicação no projeto de formação de lideranças. A oficina de comunicação foi realizada pelo líder do ODCOM e objetivou capacitar os jovens a utilizar diversos meios para tornar pública uma idéia, através de visitas às rádios, elaboração de panfletos ou realização de eventos.

Nesse sentido, a comunicação buscou apoiar a formação líderes, atendendo a um dos objetivos do Programa de Comunicação e Mobilização Social. O ODCOM é conduzido por profissionais da área de Comunicação Social – o líder e o editor dos boletins são graduados em Jornalismo e contam com o apoio de jovens envolvidos no PAA, chamados de “jovens comunicadores populares” ou “jovens correspondentes”.

Ambos foram formados pelo PAA para lidar com as técnicas de comunicação, a diferença é que os correspondentes colaboram com os produtos de comunicação do Projeto Aliança. Eles realizam atividades de reportagem e edição de informativos online (Boletim Elo Amigo na Rede) e impresso (“Elo Amigo Notícias” e Eco-Notícias). Este trabalho é voluntário. Além dos correspondentes, o ODCOM contou com o trabalho de bolsistas – jovens comunicadores “...cujas atribuições são de repórteres qualificados, bem como participantes da formulação e avaliação de estratégias de comunicação e mobilização do Instituto Elo Amigo” (ODCOM, 2003, p.3).

O objetivo do Programa de Comunicação e Mobilização Social seria traçar e executar as políticas e estratégias de comunicação e mobilização social do Instituto Elo Amigo, na perspectiva do relacionamento da instituição com os seus públicos e do favorecimento da educação e atuação dos jovens comunicadores populares no Médio Jaguaribe (ODCOM, 2003). Para isso, promoveram formação básica em comunicação para jovens de diferentes CR's que demonstram interesse e aptidão para a comunicação jornalística. Foram selecionados 25 jovens para a formação. Destes, 14 concluíram a capacitação e, atualmente, cinco ainda estão envolvidos com a comunicação em formato jornalístico, outros dois se engajaram posteriormente ao programa de comunicação, não tendo passado pela formação.

Os caminhos destes jovens se cruzaram, no Projeto Aliança, por motivos diferenciados. Curiosidade, vontade de conhecer outras cidades da região, convite de parentes e amigos, avisos na escola, desejo de aprofundar conhecimentos em áreas novas, como a informática. Se foram diversos os motivos de ingresso, o de permanência no projeto foram semelhantes. Todos alegam que a vontade de obter desenvolvimento humano e profissional, além do desejo de ajudar no crescimento do lugar onde moram, são as principais motivações para continuarem no projeto. Eles entraram no PAA por meio de seleção e estavam na faixa etária entre 13 a 18 anos. Fazem parte da primeira

turma de jovens formados no Projeto Aliança, tendo, portanto, cerca de quatro anos de convivência.

Estes jovens passaram toda a adolescência envolvidos nas atividades do PAA, o que leva a acreditar que eles tiveram oportunidade de conhecer bem o ideário do mesmo, o qual é baseado na ação da juventude para ajudar a construir o desenvolvimento local. Investigar se pretendem utilizar a comunicação para divulgar este ideário, é nosso próximo passo. Para isso, comecemos por analisar a comunicação no PAA, como ela se dá e quais atores participam deste processo.

## CAPÍTULO IV

### A COMUNICAÇÃO NO PROJETO ALIANÇA

*A construção de um novo imaginário sobre o semi-árido exige uma comunicação para além de uma comunicação unidirecional, porque tem o dever de promover a articulação social enquanto comunica.*  
**Edgard Patrício**

Trabalharemos neste capítulo a comunicação do PAA e sua relação com o jovem formado nesta área. Este é o foco de nossa investigação. O que nos interessa é perceber se a formação em comunicação influenciou na capacidade de reedição desses jovens. Para isso, vamos discorrer sobre sua participação em dois tipos de comunicação praticadas no âmbito do projeto: a diretamente ligada à imagem do PAA (comunicação institucional) e a produzida de maneira independente pelos jovens, a qual pertence a uma vertente mais mobilizadora.

O Projeto Aliança, através do Instituto Elo Amigo, em 2002, promoveu capacitação básica em comunicação e, depois, capacitações específicas. Ao todo, foram promovidas 4 oficinas de comunicação, com duração de 8h cada. As capacitações incluíam atividades práticas em jornal impresso e rádio. Nesta última, participamos como monitores, quando de nosso primeiro contato com o PAA. Os 14 jovens formados, chamados “jovens comunicadores populares ou “correspondentes da Aliança”, planejaram e facilitaram uma oficina de 16h, denominada “Comunicação, Mídia e Mobilização” para educadores do Projeto. Essa foi a primeira atividade de repasse dos conhecimentos adquiridos na formação em comunicação. Para a coordenação do PAA, “a inversão dos papéis, educador-educando, possibilitou dar um passo significativo no trabalho de formação para o protagonismo juvenil (Síntese de Resultados, 2002).

Dos 14 adolescentes que concluíram a formação, cinco deles ainda atuam como jovens comunicadores – colaborando com os produtos de comunicação do PAA ou atuando em projetos mais voltados à mobilização. Os demais seguiram outros rumos. Alguns foram para a região Sudeste, em busca de emprego, outros mudaram de cidade, também para trabalhar ou estudar. Perguntados sobre o porquê de ainda permanecerem atuando na comunicação, mesmo após o término da primeira fase do Projeto Aliança e da escassez de recursos para essa área, os jovens atribuíram sua permanência ao gosto pelo que fazem e também às possibilidades futuras de trabalho. A desistência de mais da metade dos adolescentes capacitados foi citada por eles devido à falta de apoio financeiro:

Como o Elo Amigo nunca investiu muito na comunicação, nunca investiu muito nisso, os outros foram saindo. Tinham outras coisas específicas pra fazer, outras prioridades e alguns foram ficando mesmo. Talvez se tivesse tido mesmo aquela força de financiamento, talvez muitos ainda estivessem aqui, mas como não aconteceu... (...) Por que o programa de rádio terminou um tempo? Porque os jovens tinham outra prioridade! Estavam cansados: Não entrava sangue novo, não entravam idéias novas, era o mesmo grupo sempre. (...) Então, o reinvestimento em pessoas vai ter sempre que acontecer. Porque essas pessoas que estão aqui querem partir pra novos rumos. E isso é um processo natural das coisas. As pessoas entram, as pessoas saem, mudam de prioridades sempre. (Jenair Alves, 20 anos, CR Central de Serviços).

De fato, quando o PAA foi criado, nenhuma microrregião formou um CR de comunicação e mobilização (Estratégia de Educação para o Desenvolvimento, 2001). No caso do Ceará, a necessidade de investir nesta área foi sendo detectada, na medida em que era necessário divulgar as ações do Projeto.

A comunicação institucional do Projeto Aliança com o Adolescente no Ceará começou em 2001, com a contratação de estagiário de jornalismo pela Fundação Odebrecht, um dos instituidores do projeto, que ficou como entidade executora nas três microrregiões – na Bahia, Pernambuco e Ceará. Na época, foi criado o Aliança Fax, primeiro meio de comunicação oficial do PAA na Microrregião do Médio Jaguaribe,

que era enviado a potenciais parceiros. O fato pode sinalizar que o objetivo da Odebrecht, ainda no início do projeto, era dar destaque à comunicação (Sousa, 2003, p.29):

À medida que os centros de resultado deveriam se consolidar na formação e capacitação de suas equipes e na execução de suas atividades, os resultados deveriam ser visíveis à comunidade por meio de um sistema eficiente de comunicação. Daí a motivação para o surgimento de um Programa de Comunicação.

Inicialmente, o objetivo era dar visibilidade ao projeto nas regiões, no entanto, para ser coerente com a proposta de protagonismo juvenil, do jovem que tem iniciativa, que é “sujeito” de sua história, seria necessário envolver os adolescentes nesse processo. Por isso, em 2002, começou o trabalho de formação de jovens, preparando um grupo de adolescentes dos vários Centros de Resultado como “jovens correspondentes populares” ou “jovens comunicadores populares”, conforme denominou o Instituto Elo Amigo – na época, já empresário-parceiro do projeto no Ceará.

O termo correspondentes populares remete ao conceito de Peruzzo (1998), afirmando que a criação de uma “rede de correspondentes populares” é uma forma de contribuir na implementação e ampliação de canais de participação no processo de comunicação popular (Sousa, 2003). Notamos que começa, nesse momento, a tentativa de simbiose entre comunicação institucional e comunicação mobilizadora, pois o PAA prepara jovens para atuar em comunicação através de veículos específicos – rádio, jornal e Internet – e utiliza o trabalho desses adolescentes em seus produtos de comunicação institucional.

O resultado é um híbrido de produtos com viés publicitário e propósitos educativos, pois estes jovens estão seguindo a metodologia do “aprender fazendo”, base pedagógica do Projeto Aliança, a qual é baseada na educação pelo trabalho (Oliveira, Paula e Siqueira, 2004). No entanto, entendemos que essa prática, embora se enquadre nos princípios do protagonismo juvenil e atenda aos objetivos de formação por meio da



educação não-formal, ainda não constitui comunicação popular, pois não envolve a comunidade na produção nem é dirigida aos seus anseios.

A própria pesquisadora utilizada pelo Programa de Comunicação e Mobilização do PAA no Ceará - ODCOM como base para o uso do termo “correspondentes populares” enfatiza que a rede de correspondentes precisa permitir ampla participação para ser considerada um canal de comunicação popular (Peruzzo, 1998, p. 291):

Arrolamos uma séria de canais que podem ser usados para a implementação e a ampliação da participação no processo de comunicação popular : (...) criar um rede de correspondentes populares distribuída por ruas, bairros, setores, movimentos, associações, escolas e igrejas, que enviem regularmente informações gravadas ou escritas sobre problemas e acontecimentos da região.

Apesar dos adolescentes que receberam formação básica em comunicação pertencerem a diferentes comunidades da microrregião, entendemos que a “rede” não se formou, pois, na análise dos produtos – jornais impressos elaborados pelo PAA com a participação dos jovens - não constatamos troca de informações entre as comunidades dos jovens correspondentes. Para que exista comunicação em rede, é necessário intercâmbio, uma vez que a eficiência de um rede está ligada à sua capacidade de gerar fluxos no tempo e no espaço. É por isso que a comunicação é primordial e deve ser realizada em dois sentidos, emissor e receptor das mensagens: a comunicação-transmissão e a comunicação-comunhão (Fachinelli, 2001).

Analisando os produtos de comunicação de natureza jornalística do Projeto Aliança elaborados pelo Instituto Elo Amigo - Boletim “Elo Amigo Notícias” e Eco-Notícias (Anexo 08), notamos que a comunicação-comunhão, no sentido de troca entre os receptores, ainda não se efetivou. A comunicação transmissão existe. Os correspondentes apenas “falam”, eles não “conversam entre si”, estabelecendo a rede de comunicações. Além disso, o conteúdo das mensagens não traz problemas da comunidade nem acontecimentos da região, mas se concentra em eventos ligados ao

projeto ou, em menor amplitude, ao ideário do mesmo, não constituindo representatividade suficiente para que denominemos esses comunicadores como populares, em nossa avaliação. Mais adiante apresentaremos uma análise mais detalhada dos jornais.

O fato da natureza da atividade comunicacional dos jovens formados pelo PAA não refletir a essência da comunicação popular, ao nosso ver, não significa que ela não leve benefícios ao público. Os adolescentes envolvidos na comunicação do Projeto reconhecem a importância dos produtos institucionais do PAA no Ceará.

(...) outro benefício é o da comunicação institucional, de estar levando as notícias do que acontece no Elo Amigo para outros jovens e pessoas de outras gerações, como o prefeito, por exemplo. Pelo menos ele recebe o jornal, né? (risos). Jovens que se interessam em saber quando vai acontecer encontros de juventude e trabalho. Então, os benefícios concretos são os conhecimentos e o envolvimento que a comunicação gera, também. (Jenair Alves, 20 anos, do CR Central de Serviços).

Esta idéia ganha coro entre os jovens entrevistados. Eles afirmam que, apesar de nunca ter sido feita uma pesquisa sobre o efeito dos jornais publicados pelo Instituto Elo Amigo, há relatos de pessoas das comunidades que buscam informações sobre agroecologia, empreendedorismo e protagonismo juvenil: “Se o Instituto não tivesse conseguido divulgar as tecnologias que vem desenvolvendo a gente não tinha se consolidado como referência” (*Marcos Alves, 20 anos, CR Agroecologia Familiar*). Nesse aspecto, a comunicação pode estar funcionando como um vitrine do Projeto, atraindo pessoas para conhecerem melhor os seus propósitos de ajudar na implantação do desenvolvimento local.

Nos relatos dos jovens, percebemos que eles conseguem identificar o propósito da comunicação institucional do PAA, que como já foi indicado, é puramente informativa. Sem desmerecer o valor deste viés, os jovens acham que falta mais criticidade na comunicação institucional, uma vez que o Projeto busca “formar uma

massa crítica de adolescentes” (Estratégia de Educação para o Desenvolvimento, 2001, p.21). Nesse ponto, os jovens são enfáticos:

É que as pessoas vêem a comunicação só como fonte de informação e não de formação. Algumas pessoas podem achar diferente, mas para mim não está legal, tem muita coisa a se fazer ainda. (Daniela Sousa, 17 anos, CR Adolescentes Solidários)

(...) a comunicação no Elo Amigo tá legal, no que ela se propõe, fazendo articulação institucional. Agora, essa comunicação como meio de educação ainda precisa *avançar bastante, e temos bastante espaço para isso* (Jenair Alves, 20 anos, do CR Central de Serviços).

Sinalizando uma tentativa de aproximação com os anseios das comunidades nas quais se insere o projeto, o boletim “Elo Amigo Notícias”, jornal impresso do Instituto Elo Amigo passou a inserir artigos e notícias de outras entidades, em 2004, segundo ano de publicação. A inclusão era seletiva, conforme relatam jovens diretamente envolvidos com a produção do jornal:

No Instituto é uma comunicação institucional, tem uma questão empresarial muito forte, e você não pode lançar qualquer coisa, tem um pouco de “censura”, como é uma comunicação institucional, é para instituições lerem e que falam dos institutos. Agora abrimos uma coluna para que uma pessoa que trabalha com a juventude aqui na região ou fora, uma coluna todo mês para que as pessoas possam colocar idéias sobre o projeto (Francisco Lima, 19 anos, do ODCOM)

Sobre a limitação no tocante à abertura de espaço para as comunidades e outras instituições, uma adolescente faz um questionamento que talvez aponte uma das causas desse fato: “Acho que poderia ter mais divulgação e ser aberta para a comunidade, mas como pode abrir à comunidade se não tem condições de manter?” ( Mayana Araújo, 18 anos, CR Adolescentes Solidários, Iguatu). A queixa da jovem reflete um problema admitido pela superintendência do Instituto Elo Amigo:

... devido a problemas orçamentários, não daria por um determinado período pra continuar a formação de jovens comunicadores em virtude de que haver outras ações tão importantes quanto... Não é uma questão de importância ou menor importância, mas estavam mais necessitadas de outro processo de consolidação.(Eleudson Queiroz, superintende do Instituto Elo Amigo).

Consideramos que este foi um dos pontos críticos do Programa de Comunicação e Mobilização do PAA no Ceará – ODCOM: a descontinuidade, tanto dos produtos como da formação de outras turmas de jovens comunicadores. Peruzzo (1998, p. 289) ressalta que é preciso “abrir e manter canais” de participação para que a comunicação popular se efetive:

Muitas vezes se fazem convites para que as pessoas participem com notícias para o jornal ou a rádio, mas raramente se obtém resultados. Pedidos de músicas, no entanto, chegam em grande quantidade aos serviços de alto-falantes e às emissoras. Não seria porque, nesse caso, o canal está mais aberto graças a uma divulgação maior e à operacionalização efetiva? Os canais abertos devem permanecer desobstruídos e acessíveis.

Não parece ter sido o que aconteceu, no tocante aos produtos de comunicação jornalística do PAA. A primeira edição do “Elo Amigo Notícias”, em fevereiro de 2003, abriu um anúncio na contra-capas do informativo – lugar de destaque – chamando à participação. O texto dizia: “este espaço foi reservado para você e sua localidade. Nas próximas edições, mande-nos suas perguntas, sugestões, textos, notícias, ilustrações, enfim... tudo o que você quiser”. Nas edições seguintes, não havia mais chamada à participação do leitor e nem espaços preenchidos por ele. Este tipo de atitude pode revelar falha na estratégia de comunicação, pois sinalizaram a abertura de uma sessão no jornal que não foi efetivada.

Segundo a liderança do ODCOM, o convite à participação foi retirado porque não houve qualquer retorno do público e a equipe responsável pelo boletim considerou que o periódico ainda não havia adquirido credibilidade suficiente perante os leitores para conquistar a participação. Além disso, o espaço no jornal, dedicado ao convite, ocupava o lugar que poderia ser preenchido por notícias sobre os resultados do Projeto. Por isso, a equipe decidiu retirar a chamada e estimular a participação através de comunicação interpessoal, quando da distribuição do boletim - parte da tiragem do “Elo Amigo Notícias” (em média 1,5 mil exemplares) era distribuída diretamente pelos

adolescentes e educadores e outra parte, cerca de 100 exemplares, era enviada por via postal a parlamentares, diretores de escola, membros de conselhos municipais, secretários e prefeitos da região.

A estratégia de deixar a cargo dos distribuidores do boletim a sensibilização para a participação não funcionou, pois até a última edição isso não aconteceu, o que nos leva a pensar que talvez a manutenção da chamada no periódico pudesse reforçar o apelo à participação. Consideramos que não houve tempo suficiente para avaliar se o leitor gostaria ou não de enviar contribuições - um convite em uma edição, apenas, não é suficiente para conquistar a participação de um público sem o hábito de atuar na outra ponta do processo da comunicação – o da emissão de mensagens. Além disso, manter o espaço seria uma estratégia para firmar perante a opinião pública a identidade pretendida pelo jornal: um produto que abre espaço para a participação popular. O canal foi aberto mas, em seguida, obstruído, podendo causar danos à credibilidade do periódico e, por conseqüência, do projeto que ele divulga.

Talvez as deficiências no tocante à abertura de canais de participação – condição primordial para a comunicação dita popular – sejam decorrentes dos objetivos dos produtos de comunicação dos quais os correspondentes participam. Os principais produtos - boletim impresso “Elo Amigo Notícias” e o informativo eletrônico Elo Amigo na Rede - têm objetivos claramente informativos e dão conta de atividades ligadas direta ou indiretamente ao projeto, não formativos no sentido de proporcionar conhecimentos outros ao receptor da mensagem. A vertente da formação, nesse caso, não está na emissão, no resultado final, mas, talvez, no processo de produção no qual se inserem os jovens.

Com essa alusão à natureza do veículo – jornais impresso e eletrônico - não queremos afirmar que o caráter popular está no tipo de transmissão da informação – se via produtos tradicionais ou alternativos - pois consideramos que o viés popular está no

conteúdo da mensagem, podendo ser transmitida por quaisquer meios, sejam eles de comunicação institucional, alternativo<sup>22</sup> ou de massa<sup>23</sup>. Tal conteúdo não necessita ser estritamente político ou apregoar o engajamento do público nos movimentos sociais, mas deve estabelecer identificação com os valores culturais e atender as demandas daquele público, possibilitando, inclusive, o acesso deste aos meios de produção da mensagem veiculada, conforme afirma Oliveira (1994, p.38):

É verdade que a comunicação popular apresenta conteúdos críticos emancipatórios e pode estar ligada a uma proposta mais ampla de transformação social. No entanto, o que torna essa comunicação popular é tudo aquilo que pode ser resgatado na contextualização da sua história, ligada à organização e mobilização das lutas e vidas das classes populares, o modo e a capacidade que as pessoas têm de usar e produzir mensagens para as comunidades.

O fato, é que um produto institucional não pode fugir de seu propósito: o de dar visibilidade à instituição que o publica. Esse é o “problema” dos veículos de comunicação do Instituto Elo Amigo. Em se tratando de sua aspiração à canal de participação popular, a presença de jovens na elaboração dos jornais aponta para a possibilidade de uma comunicação participativa, mas, no momento em que se direciona a pauta<sup>24</sup> para assuntos de interesse da instituição, elimina-se a vertente comunitária que possa ter existido.

No entanto, apesar das limitações intrínsecas ao formato dos produtos institucionais, percebemos esforço do Instituto Elo Amigo em ampliar o enfoque do boletim “Elo Amigo Notícias”, um jornal impresso bimensal que teve 12 edições, sendo seis em 2003 e seis em 2004. Analisamos seis boletins – três de cada ano, buscando identificar as notícias sobre o Projeto Aliança com o Adolescente; sobre eventos ou atividades realizadas em parceria com outra instituição. Notícias que além de informar

---

<sup>22</sup> Veículos de comunicação com pouca capilaridade e conteúdo diferenciado dos veículos de grande circulação. Geralmente pertencem a instituições ligadas aos movimentos sociais ou são produções independentes.

<sup>23</sup> Veículos de comunicação de grande abrangência e conteúdo homogeneizante da opinião pública. Geralmente pertencem a conglomerados empresariais.

<sup>24</sup> Roteiro que indica os assuntos a serem abordados na edição, apontando possíveis entrevistados e enfoque das reportagens.

sobre um fato ocorrido aprofundassem seus objetivos no tocante aos conceitos pertencentes ao ideário do PAA (desenvolvimento local e protagonismo juvenil); informações sobre atividades realizadas pelo Instituto Elo Amigo, extra Projeto Aliança; sobre eventos ou realizações de outras instituições da sociedade civil e participação de jovens comunicadores no jornal.

Elegemos estes critérios de análise porque o objetivo era identificar o nível de participação de outras instituições e/ou assuntos que não o Instituto Elo Amigo e Projeto Aliança. Acreditamos que uma pauta mais diversificada e participativa sinaliza uma tendência à comunicação mais mobilizadora e “formativa”. Por comunicação formativa, entendemos aquela que traz elementos que extrapolam a simples informação acerca do fato noticiado, que aprofunda a discussão, no sentido de fornecer ao público condições de adquirirem uma visão mais crítica da realidade e conhecimentos que podem servir para o seu desenvolvimento como indivíduo.

A análise identificou que a quantidade de notícias estritamente ligadas ao Projeto Aliança com o Adolescente (PAA) foi diminuindo ao longo dos dois anos de publicação. Em contrapartida, notícias que abordavam princípios do projeto e também do Instituto Elo Amigo começaram a surgir no ano II de publicação e foram tomando mais espaço. Informações sobre realizações do Instituto Elo Amigo que não têm ligação direta com o Projeto Aliança também aumentaram, o que pode indicar maior grau de articulação e versatilidade da entidade. Notamos a inserção de informações e textos (artigos) referentes a outras instituições da microrregião, o que pode sinalizar abertura à participação do público. Dentro do objetivo do jornal, que, segundo o editorial<sup>25</sup> da primeira edição do ano II é “... divulgar as ações do Instituto para a comunidade e ser um espaço onde jovens comunicadores possam praticar e contribuir com seus

---

<sup>25</sup> Seção do jornal que apresenta a opinião dos editores do veículo ou da instituição que o publica.

conhecimentos na construção do informativo” (Boletim “Elo Amigo Notícias”, ano II, edição I, p. 1, abril 2004), consideramos que o periódico cumpriu seu papel.

Sobre a participação de jovens correspondentes, ela teve seu pico na primeira edição do ano II de publicação, que registrou a presença de sete adolescentes. Esse primeiro número do ano II inaugurou mudanças no projeto gráfico e no formato do jornal, aumentando o número de notícias. Talvez essas novidades tenham atraído mais colaboradores. Nas demais edições, a participação não ultrapassou o número de quatro pessoas. Considerando que foram formados 14 comunicadores, tem-se uma participação efetiva no principal produto jornalístico do Projeto de 28,5% dos jovens correspondentes. Este percentual é considerado bom pela coordenação do Instituto Elo Amigo:

Se fosse pra avaliar assim, só pelo número de jovens que foram formados e os que se inseriram no trabalho na área de comunicação já é um percentual interessante, já é uma quantidade interessante, porque isso não foi a visão inicial, digamos assim, era um processo mais interno (*Eleudson Queiroz, superintendente do Instituto Elo Amigo*).

O “processo mais interno” a que a superintendência do IEA se refere é o fato do investimento na formação em comunicação ter sido algo não previsto, quando da criação do Projeto Aliança, conforme já explanado anteriormente. Vejamos a tabela 3, que sintetiza a análise do jornal “Elo Amigo Notícias”:



Tabela 3 : Análise do Boletim Elo Amigo Notícias

<b>BOLETIM “ELO AMIGO NOTÍCIAS”</b>						
<b>EDIÇÃO</b>	<b>PAA<sup>1</sup></b>	<b>PAA e outros<sup>2</sup></b>	<b>Ideário do PAA<sup>3</sup></b>	<b>IEA<sup>4</sup></b>	<b>Outros<sup>5</sup></b>	<b>Nº de jovens Correspondentes<sup>6</sup></b>
<b>Ed.1-anoI</b>	60%	20%	---	20%	---	não citado
<b>Ed.3-anoI</b>	85%	---	---	15%	---	03
<b>Ed.5-anoI</b>	66%	17%	---	17%	---	05
<b>Ed.1-anoII</b>	50%	---	30%	20%	10%	07
<b>Ed.3-anoII</b>	45%	---	10%	18%	27%	04
<b>Ed.5-anoII</b>	27%	---	36%	27%	10%	04

Fonte Boletim Elo AmigoNotícias

1. **PAA:** notícias sobre o Projeto Aliança com o Adolescente
2. **PAA e outros:** notícias sobre eventos ou atividades realizadas pelo projeto em parceria com outra instituição.
3. **Ideário do PAA:** notícias que além de informar sobre um fato ocorrido, aprofundem seus objetivos no tocante aos conceitos pertencentes ao ideário do PAA como desenvolvimento local e protagonismo juvenil, por exemplo.
4. **IEA:** notícias sobre atividades realizadas pelo Instituto Elo Amigo, extra Projeto Aliança.
5. **Outros:** notícias sobre eventos ou realizações de outras instituições da sociedade civil.
6. **Nº de jovens correspondentes:** participação de jovens comunicadores no jornal.

A partir da primeira edição do 2º. ano de publicação, a participação dos adolescentes passou a ser classificada por função: existiam os “jovens correspondentes” e “jovens editores”, que recebiam as matérias e diagramavam<sup>26</sup> no jornal . Essa divisão pode sinalizar a tentativa de dar um caráter mais profissionalizante do trabalho dos jovens, podendo servir, inclusive, como peça de currículo dos adolescentes que desejem atuar nessa área. Segundo o superintendente do Instituto Elo Amigo, o administrador de empresas Eleudson de Queiroz, os adolescentes, cerca de quatro jovens, “passaram por

<sup>26</sup> Dispor textos no jornal através de ferramentas da computação gráfica.

esse processo através de bolsa”. O critério para a concessão das bolsas teria seguido a observação do envolvimento espontâneo desses jovens correspondentes ao longo dos dois anos de publicação. Esse incentivo financeiro não estava previsto, pois não havia recursos específicos para a investir na formação dos jovens:

a gente conseguia cavar do centro de resultado ou do mero recurso que a gente tinha para a comunicação da coordenação, que também era uma coisa mais na linha da divulgação, publicidade, mas não tanto de capacitar jovens para exercer a comunicação (Gilvan David, coordenador do Programa de Comunicação e Mobilização do PAA – ODCOM).

Os bolsistas colaboravam, além do jornal, com o informativo eletrônico Elo Amigo na Rede (Anexo 09). Na verdade, a participação neste jornal limitava-se a resumir os textos publicados na versão impressa, pois o Elo Amigo na Rede foi um produto mais restrito à informação acerca das ações e resultados do Projeto Aliança e Instituto Elo Amigo. Trazia notícias com linguagem objetiva e sintetizada, obedecendo às normas técnicas do texto para Internet. A análise do boletim eletrônico não se faz necessária, pois seu conteúdo é o mesmo do “Elo Amigo Notícias”.

Além dos jornais impresso e eletrônico do Instituto Elo Amigo, circulou, durante 4 anos, o “Eco-Notícias”, informativo impresso produzido pelo Centro de Resultados Agroecologia Familiar do Projeto Aliança. Foi lançado em julho de 2000, não tinha periodicidade definida e era distribuído pelos integrantes do CR nas localidades onde atuavam. Em algumas épocas, sua circulação era trimestral, em outras, bimestral e em 2004 chegou a ser mensal. Dada a escassez de material arquivado no período de 2000 a 2003, analisamos somente o ano de 2004, período em que o jornal ganhou novo projeto gráfico, “estrutura mais jornalística e estratégia mais participativa e aberta ao público leitor” (“Eco Notícias”, ed. 26, p. 1, jan. 2004). Esse jornal publicou sete edições, em 2004, sendo cinco mensais e duas bimensais. Analisamos quatro delas, para atingir uma amostragem de cerca de 50%, próxima a aplicada na análise do boletim “Elo Amigo

Notícias”. Os critérios de análise também são os mesmos, uma vez que o “Eco Notícias” é uma produção de um CR do Projeto Aliança.

A análise identificou que o “Eco Notícias” possui um caráter mais formativo do que o boletim “Elo Amigo Notícias”, pois os textos que abordavam idéias do PAA ou formação específica na área de agroecologia ocupavam mais espaço do que os estritamente informativos sobre realizações do projeto. A única exceção foi a última edição, que veio com encarte especial sobre como funciona o CR Agroecologia Familiar, além da divulgação de reportagem televisiva acerca do CR. No geral, percebemos uma maior preocupação em fornecer elementos mais formativos ao público, tais como preservação ambiental e papel do jovem na sociedade. A decisão de comunicação na vertente da formação foi uma escolha do CR:

A gente trabalhou a questão do informativo não para estar só relatando, por exemplo: ouve uma despesca de peixe na unidade produtiva, mas relatamos como é um pouco desse sistema de produção para que a pessoa possa perceber que existe diferença do sistema produtivo atual, e ela possa tá não só se informando, mas que possa estar aprendendo. (Marcos Alves, 20 anos, CR Agroecologia Familiar, coordenador do Eco-Notícias)

No que se refere à participação de adolescentes na elaboração dos jornais, vale ressaltar a presença de um jovem formado pelo Projeto aliança na coordenação dos trabalhos. A quantidade de pessoas envolvidas na produção varia, não seguindo uma tendência de crescimento nem decréscimo evidentes. Vale salientar também a composição heterogênea da equipe, formada não apenas por jovens do Projeto, mas também por educadores.

Tabela 4 : Análise do Boletim Eco Notícias

<b>BOLETIM “ECO NOTÍCIAS”</b>						
<b>EDIÇÃO</b>	<b>PAA<sup>1</sup></b>	<b>PAA e outros<sup>2</sup></b>	<b>Ideário do PAA<sup>3</sup></b>	<b>IEA<sup>4</sup></b>	<b>Outros<sup>5</sup></b>	<b>Nº de jovens Correspondentes<sup>6</sup></b>
<b>Ed.26-ano IV</b>	25%	12,5%	62,5%	---	---	03
<b>Ed.28-ano IV</b>	28%	14%	58%	---	---	06
<b>Ed.30-anoIV</b>	40%	---	60%	---	---	02
<b>Ed.32-anoIV</b>	62,5%	---	37%	---	---	06

*Fonte: Boletim Eco-Notícias*

**1. PAA:** notícias sobre o Projeto Aliança com o Adolescente

**2. PAA e outros:** notícias sobre eventos ou atividades realizadas pelo projeto em parceria com outra instituição.

**3. Ideário do PAA:** notícias que além de informar sobre um fato ocorrido, aprofundem seus objetivos no tocante aos conceitos pertencentes ao ideário do PAA como desenvolvimento local e protagonismo juvenil, por exemplo.

**4. IEA:** notícias sobre atividades realizadas pelo Instituto Elo Amigo, extra Projeto Aliança.

**5. Outros:** notícias sobre eventos ou realizações de outras instituições da sociedade civil.

**6. Nº de jovens correspondentes:** participação de jovens comunicadores no jornal.

O envolvimento de jovens do Projeto Aliança com relação aos produtos de comunicação institucional surgiu a partir da formação básica desses adolescentes em comunicação, voltada para o jornalismo. Essa capacitação deflagrou um movimento maior, composto por programas independentes de rádio, seminários e outras realizações, inclusive a criação do Programa de Comunicação e Mobilização do PAA – ODCOM. Todas essas iniciativas buscavam envolver os jovens e o seu entorno em ações que pudessem colaborar com o desenvolvimento local, através da divulgação de

novos conceitos como agroecologia, cidadania, participação, valorização do jovem. Por meio de veículos de comunicação ou de sua própria atitude de comunicar-se, os jovens poderiam difundir o ideário do projeto, o que os coordenadores do PAA denominaram de reedição.

#### **4.1. A comunicação para a reedição: em busca da consolidação de um ideário**

O Conselho Político Estratégico do Instituto Aliança com o Adolescente definiu a Mobilização Social como “... uma das quatro estratégias prioritárias para o desenvolvimento das pessoas e das circunstâncias, juntamente com o protagonismo juvenil, a endogenia microrregional e o espírito empresarial” (Estratégia de Educação para o Desenvolvimento, 2001, p.9). O foco na mobilização, segundo os organizadores, deu-se pela necessidade de dar continuidade ao processo de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS) que o PAA ajuda a implantar, preservando as diversidades de cada microrregião e, ao mesmo tempo, caminhando para mudanças.

A coordenação do Instituto Aliança quer garantir que os resultados da fase piloto do PAA não se percam com o tempo – na medida em que as atividades diminuam com a retirada dos investimentos dos apoiadores - e pensa que “multiplicidade de resultados por si só não garante o desenvolvimento. Sem sinergia e integração os resultados são apenas conseqüências positivas: um período de “vacas gordas” que não garante a continuidade e irreversibilidade do processo de DLIS nas microrregiões” (Projeto de Mobilização Social, 2002, p.9). Visando a essa irreversibilidade, foi criado o Projeto de Mobilização Social do Instituto Aliança com o Adolescente (2002), no qual o PAA adotou como referência para o processo de Mobilização Social o Modelo Macro intencional de Comunicação, cuja definição os instituidores da Aliança apontam (Projeto de Mobilização, 2002,p.15):

... é uma convocatória feita por um produtor social, dirigida a reeditores determinados, através de redes de comunicação direta, apoiada pelos meios de comunicação de massa e orientada para gerar modificações nos campos de atuação dos reeditores, em função de um propósito coletivo”.

Os conceitos de *produtor social* e *reeditores* são utilizados por Bernardo Toro (1995, p.19), consultor do UNICEF para o Brasil em Mobilização e Comunicação Social e base teórica do Projeto Aliança no tocante à mobilização. Para ele, produtor social é “a pessoa ou instituição que tem capacidade de criar condições econômicas, institucionais, técnicas e profissionais para que um processo de mobilização ocorra”. Nesse caso, o produtor social seria o Instituto Aliança. Já o termo reeditor social designa “...a pessoa que, por seu papel social, ocupação ou trabalho tem a capacidade de readequar mensagens, segundo circunstâncias e propósitos, com credibilidade e legitimidade” (Toro, 1995, p.21).

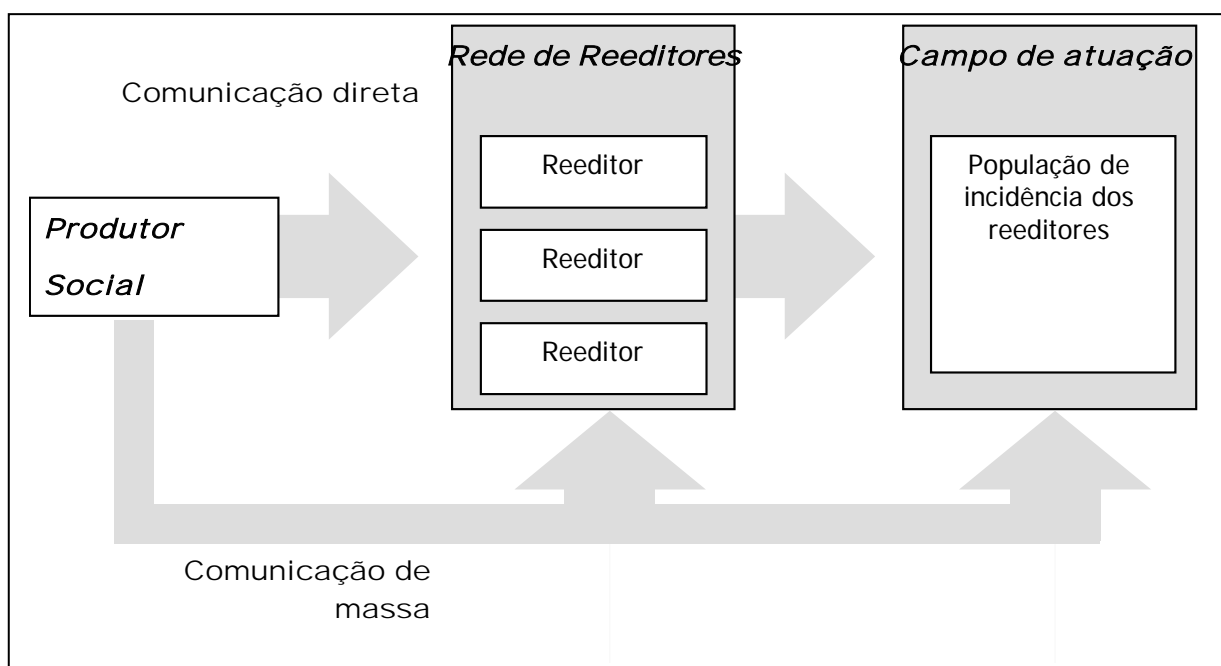
O Projeto de Mobilização do Instituto Aliança considera reeditores as organizações coordenadoras do PAA nas microrregiões, denominadas de “empresários parceiros” e segmentos de toda a sociedade civil organizada, do líder comunitário ao prefeito, do educador ao parlamentar, do aluno ao comerciante local. Quando os produtores sociais se unem aos reeditores através de uma rede de comunicação direta (comunicação dirigida, interpessoal ou intergrupar) e indireta (meios de comunicação de massa - rádio, TV, jornal e Internet), constrói-se a possibilidade de mudança, a partir da participação. Para os idealizadores do projeto, “... a participação num processo de Mobilização é, ao mesmo tempo, meta e meio. E como meta, ela se justifica por si mesma, e não só por seus resultados. Neste sentido a Mobilização Social pode ser considerada uma tecnologia educativa”. (Projeto de Mobilização, 2002, p. 16).

A comunicação é apresentada como estratégia fundamental para garantir a reedição, na medida em que se estabelece um fluxo de comunicação unidirecional em que o produtor social comunica-se diretamente com os reeditores e indiretamente com

estes e a população, disseminando, assim, o ideário do PAA. Este fluxo não indica a possibilidade de retorno da mensagem, ou seja, o esquema de reedição do Projeto não prevê que as idéias difundidas por ele podem sofrer nova “reedição”, mas, apresenta um esquema semelhante aos dos veículos de comunicação de massa, nos quais a participação popular é esquecida. Há que se destacar que, embora só esteja prevista a assimilação das mensagens, certamente, elas serão readequadas pela população, com base em seus próprios valores. Consideramos fundamental que se atente para esta possibilidade, antes de afirmar que a rede de reeditores é capaz de difundir o ideário do PAA.

A figura 4 apresenta diagrama da comunicação que gera mobilização, criado pelo Instituto Aliança e adotado pelo Instituto Elo Amigo no PAA do Médio Jaguaribe:

**Figura 4.** Rede de Reeditores idealizada por Bernardo Toro



Fonte: Instituto Aliança

Partindo do conceito adotado pelo Instituto Aliança de mobilização, segundo o qual “mobilizar é identificar objetivos estratégicos relativos à promoção do bem comum, formar consenso em torno de tais objetivos e sustentar ações que assegurem a

sua consecução no longo prazo” (Projeto de Mobilização Social, 2002, p.13), cada microrregião elegeu um propósito pelo que mobilizar, chamado de *idéia-força*, que seria um problema social relevante para a comunidade que necessita de solução a partir de uma ação coletiva e de médio ou longo prazo. Na Bahia, a idéia-força escolhida foi “... desenvolver uma política sustentável de trabalho e renda para os adolescentes do Baixo-Sul”; Pernambuco objetiva “construir e viabilizar uma visão de futuro coletiva da Bacia do Goitá” e no Ceará, o Instituto Elo Amigo escolheu como prioridade “... promover oportunidades de realização pelo trabalho para os adolescentes do Médio Jaguaribe. (Projeto de Mobilização Social, 2002, p.14). As idéias-força foram definidas com base na convivência com os problemas locais percebidos durante a realização das atividades do Projeto, portanto, são fruto da percepção dos integrantes do Projeto.

Cada *idéia-força* visa a concretizar o que o PAA chama de *Imaginário Convocante*, o qual significa uma espécie de horizonte que todos vislumbram. O Instituto Aliança definiu como imaginário convocante “... promover o desenvolvimento local, integrado e sustentável com a viabilização de uma nova geração de adolescentes protagonistas” (Projeto de Mobilização Social, 2002, p.14). Em síntese, a rede de reeditores deve difundir este imaginário, através da realização das idéias-força.

A Microrregião do Médio Jaguaribe elegeu a realização pelo trabalho como seu principal objetivo de mobilização social e é nesse sentido que se deve trabalhar a comunicação: a partir do estabelecimento de um maior diálogo com as comunidades envolvidas se poderá “convocar para que o objetivo nobre, comum e superior da Aliança seja perseguido, conquistado e superado por outros atores da comunidade, além daqueles já envolvidos e beneficiados pelos demais projetos em andamento” (Programa de Comunicação e Mobilização, 2003, p.3). Vale ressaltar que o Instituto Elo Amigo considera trabalho não somente a atividade remunerada, mas toda atividade produtiva que seja “fonte permanente de realização pessoal e social” (Instituto Aliança, 2002,



p.35), portanto, o foco não é a geração de emprego, mas a formação humana para o trabalho como oportunidade de inserção e realização no mercado e na comunidade. Sobre a realização pelo trabalho, uma das jovens do PAA, capacitadas em comunicação, ressalta que é mais do que fazer algo que gosta, mas algo em que acredita, independente do que espera dela a sociedade:

Chega os outros que dizem: “mulher sai de lá procura uma prefeitura”. Eu não deixo, eu até costumo falar: “Enquanto eu puder estar no Instituto eu vou estar no Instituto. Porque eu gosto do trabalho que eu faço, me identifico e me realizo independente da área, ambiental, comunicação ou social. Devido as formações que já tive, já passei por todas as áreas, então eu me identifico e me realizo com o trabalho. Procuro dar o melhor de mim no que eu estou fazendo, quando estou com uma causa tento fazer mudanças mesmo, então eu não vou trocar um trabalho que eu me realizo por um trabalho financeiro (Adriana de Oliveira, 21 anos, CR Agroecologia Familiar, Jucás).

O relato acima, além de sintetizar o que o Projeto define como realização pelo trabalho, mostra, novamente, a dificuldade de a população compreendê-la, conforme já abordado quando falamos da valorização do trabalho remunerado, por parte de pais e amigos dos jovens do PAA. Por isso a idéia de reedição do ideário do Projeto.

De acordo com a estratégia de comunicação do PAA no Ceará, será formada uma rede composta por 6.206 reeditores, adolescentes e adultos que atuam através do PAA, do Poder Público, do Setor Privado e da Sociedade Civil (Anexo 10). Cada grupo tem um papel específico dentro da rede, mas todos voltados para a realização pelo trabalho. Aos adultos que atuam no Poder Público cabe priorizar políticas e programas que favoreçam o acesso e a permanência no mercado de trabalho; já os que atuam na sociedade civil – pais, líderes, professores, conselheiros municipais – devem cobrar decisões do poder público que favoreça a realização pelo trabalho na microrregião; as pessoas que atuam no setor privado – comerciantes, empresários, agricultores, jornalistas e radialistas – teriam como papel principal gerar oportunidades de trabalho aos jovens e os adultos que atuam no Projeto Aliança adotariam como meta desenvolver iniciativas que favoreçam o acesso, sucesso e permanência no mercado de trabalho,

além de perceber o adolescente como “ator protagonista no desenvolvimento da microrregião”. (Projeto de Mobilização Social, 2002, p. 40).

No caso dos adolescentes, o objetivo da rede é formar uma rede de 2.361 jovens, entre participantes da Aliança, líderes comunitários e membros de agremiações estudantis. Segundo a superintendência do Instituto Elo Amigo, para se chegar a esse número foram feitas projeções de quantas pessoas cada adolescente do projeto poderia influenciar. O papel dos jovens seria adotar uma “postura empreendedora diante da vida”, o que na prática significaria, no âmbito individual, buscar constante qualificação profissional e, no âmbito coletivo, mobilizar outros adolescentes da microrregião a compartilhar a idéia-força do PAA no Ceará, de realização pelo trabalho.(Projeto de Mobilização Social, 2002).

Os canais escolhidos para coletivizar as informações reeditadas são a comunicação interpessoal, os eventos, as manifestações artísticas, a comunicação dirigida a partir de materiais de divulgação e a Mídia nos formatos impresso e radiofônico (Anexo 11). Para alcançar esse objetivo, o Programa de Comunicação e Mobilização procurou desenvolver, durante a fase piloto do PAA, o potencial dos adolescentes da região no sentido de incentivar mudanças de postura da população local, no que tange a necessidade de resguardar o meio ambiente, promover a agricultura orgânica, o empreendedorismo e o fortalecimento da cidadania. Em outras palavras, o ODCOM deveria dar suporte à formação da rede de reeditores a partir da comunicação. Para tanto, realizou oficinas e eventos voltados para a área.

Neste contexto, alguns jovens desenvolveram projetos independentes de comunicação que, em nossa avaliação, mais se aproximam da comunicação mobilizadora, pois, apesar de não consideramos pertinente dar conotação popular ao trabalho de um grupo de jovens que elabora mensagens voltadas para as atividades de um único projeto social da região, vale salientar o potencial de trabalho comunitário que

esses adolescentes podem desenvolver a partir da formação em comunicação proporcionada pelo PAA e da atuação nos veículos de comunicação institucional do projeto.

O contato com as formas de produção da comunicação pode gerar trabalhos que extrapolam os propósitos de dar visibilidade ao Projeto Aliança. Foi o que aconteceu com alguns jovens que se dedicaram à uma vertente mais formativa e mobilizadora da comunicação. Entre eles, destacam-se o projeto Adolescente FM e o programa Terra Viva. O primeiro foi realizado por 12 adolescentes egressos do Programa de Formação de Adolescentes Voluntários (PFAV), que deu origem ao CR Adolescentes Solidários. O projeto consistiu em levar, para os recreios de escolas públicas da região, entretenimento e informações úteis relacionadas aos conteúdos pedagógicos vistos em sala de aula, por meio de uma radiadora cujos equipamentos eram parte cedidos pela escola e outra parte adquiridos pelos próprios adolescentes, através de apoio financeiro do comércio local. Além da viabilização do material necessário à produção dos programas, os adolescentes também eram responsáveis pela mobilização da escola-contato com diretores e professores, grêmios estudantis -, o roteiro, a técnica e locução. O programa também divulgava o Projeto Aliança e seus ideais:

... nós visitamos os colégios uma vez por semana cada colégio, manha, tarde e a noite. Ai a gente faz um roteiro de meia hora para não faltar, a gente sempre leva um tema de serviço como sexualidade, faz uma rádio drama sobre a sexualidade, perguntas. Levam brinde para sortear, também a gente fala sobre projetos de ação, os Adolescentes Solidários do projeto, o que é o projeto, o objetivo (Mayana Araújo, 16 anos, CR Adolescentes Solidários).

O programa Terra Viva era transmitido pela Rádio Comunitária Sucesso FM, no município de Jucás, distante de Iguatu cerca de 40 quilômetros. O primeiro programa foi ao ar no dia 22 de abril de 2001, tendo como produtores e locutores alguns

adolescentes que participavam do então Centro de Resultados Agricultura Ecológica Familiar<sup>27</sup>. A educação ambiental era o foco principal do programa (Sousa, 2003,p.69):

Ele [o programa] surgiu da idéia de um grupo de adolescentes de se fazer uma campanha sobre os impactos ambientais causados pela própria comunidade jucaense. Uma das tarefas dessa campanha era a divulgação na rádio comunitária, coordenada por uma associação de bairro. Uma das participantes do nosso grupo era integrante da associação. E a partir daí, os adolescentes, empolgados, tiveram a idéia de fazer um programa voltado à preservação do meio ambiente..

Os programas Terra Viva e Adolescente FM saíram do ar, em 2003. No caso da rádio itinerante Adolescente FM, existem planos de que ela seja retomada, mas de maneira diferenciada: a idéia é que os estudantes sejam capacitados a operar a rádio, através da formação oferecida pelo grupo de adolescentes que fundaram o projeto. Já o programa Terra Viva pode ganhar nova versão, a partir do apoio de um programa de educação ambiental financiado pelo Ministério da Justiça. No entanto, não é certo o retorno destes programas.

Consideramos uma perda para o trabalho de mobilização social a suspensão de produtos como esses, capazes de envolver o público, de levar e trazer informações úteis à comunidade. Assuntos de interesse como a sexualidade para os estudantes que escutam a rádio itinerante e cuidados com o meio ambiente para os ouvintes da zona rural, podem abrir espaços valiosos na formação de uma sociedade mais atenta às questões que as afetam diretamente, mas que nunca lhes são colocadas como problemáticas com solução ao seu alcance. Entendemos que essas atividades são as mais capazes de alcançar a mobilização social e gerar a reedição dos valores defendidos pelo Projeto. Neste contexto, alguns jovens desenvolveram projetos independentes de comunicação que, em nossa avaliação, mais se aproximam da comunicação mobilizadora, pois, apesar de não consideramos pertinente dar conotação popular ao trabalho de um grupo de jovens que elabora mensagens voltadas para as atividades de

---

<sup>27</sup> Atual Centro de Resultados Agroecologia Familiar que, como foi dito anteriormente, é um dos projetos implantados pelo Instituto Elo Amigo.

um único projeto social da região, vale salientar o potencial de trabalho comunitário que esses adolescentes podem desenvolver a partir da formação em comunicação proporcionada pelo PAA e da atuação nos veículos de comunicação institucional do projeto.

Os jovens mostram que se ressentem do fato de que os projetos que saíam da esfera da comunicação institucional, como os programas de rádio já citados (Terra Viva e Adolescente FM) não recebiam apoio financeiro do PAA. O motivo da falta de recursos foi a inexistência de um trabalho em comunicação com os jovens no planejamento inicial do projeto. Segundo a coordenação do PAA no Ceará, todas as atividades referentes à comunicação foram feitas mediante remanejamento de recursos. A coordenação do programa de comunicação reconhece que a falta de apoio frustrou expectativas:

A gente não tinha os recursos específicos para trabalhar essa infraestrutura [da comunicação] como uma rádio laboratório ou equipamentos específicos para trabalhar a questão da fotografia ou mesmo a questão do impresso. É aquela história “comunicação é sempre fundamental”, mas na hora de alocação de recursos é aquele que não tem .... Então, por não ter sido melhor explorada [a comunicação na vertente de formação] criou grandes expectativas na juventude, nos próprios jovens em relação à comunicação, em relação ao potencial da comunicação, em relação ao apoio que o Instituto Elo Amigo poderia dar no desenvolvimento desse potencial da comunicação dos jovens, e eu sinto que eles não foram correspondidos por questões estruturais. (Gilvan David, Coordenador do Programa de Comunicação e Mobilização do PAA – ODCOM)

As expectativas em relação à comunicação participativa ser feita por jovens podem ter sido influenciadas também pelos eventos promovidos na região, após a sua capacitação em comunicação. Em dezembro de 2002, ano em que aconteceram as oficinas de comunicação, foi realizado o “I Seminário Jovens Comunicadores do Médio Jaguaribe”. O evento foi planejado e coordenado em conjunto com os jovens comunicadores. Também foram eles os mediadores dos debates. Ao final do encontro, publicaram um boletim impresso com os principais resultados. O objetivo era envolver

os adolescentes que passaram pela formação em toda a realização do Seminário, com vistas a efetivar o propósito do PAA de estimular o protagonismo juvenil.

Cerca de 100 pessoas participaram do evento, entre elas, adolescentes de outros projetos de comunicação na região e profissionais de rádio e jornal locais. Foram formados grupos temáticos (GTs) na área de “comunicação e mobilização”, “meios de comunicação e juventude”, “comunicação e cultura”, “rádios comunitárias”, “meios de comunicação e Estatuto da Criança e do Adolescente”, “comunicação e cultura de paz” e “mídia e educação”, todas as discussões enfocaram o papel do jovem em cada uma destas áreas.

O GT “comunicação e mobilização” apontou questões quanto à atuação do Instituto Elo Amigo e Projeto Aliança, “... chegando a conclusão de que é preciso melhorar a comunicação” (Relatório I Seminário Jovens Comunicadores, 2002). Como sugestão para esta melhoria, os jovens propuseram maior intercâmbio entre os Centros de Resultado e microrregiões da Aliança, com a criação do jornal da Aliança. Um maior aproveitamento da mídia também foi sugerido. De certa forma, as sugestões foram acatadas, uma vez que no ano seguinte, foi criado o “Elo Amigo Notícias”, podendo ser considerado o jornal da Aliança, proposto pelo GT. Uma maior aproximação da mídia também foi buscada pelo Instituto Elo Amigo, com a contratação de um jornalista para responder pela comunicação interna e externa da instituição.

A idéia de integrar mais os CRs através da comunicação – sugestão apresentada no Seminário Jovens Comunicadores - parece refletir a vontade do público interno, os jovens do projeto:

Eu acho que esse ano [2004] a comunicação ta realizando um trabalho muito melhor do que no ano passado, até porque os CRs estão se articulando melhor e isso contribui para uma comunicação melhor, uma divulgação melhor dos trabalhos do Elo Amigo. (Elisângela, 24 anos, CR Central de Serviços)

Eu acho importante [o jornal “Eco Notícias”] porque é uma boa maneira da gente estar conhecendo outros grupos lá de Jucás, lá da Acopiara e até de outras cidades que tem projetos não só de piscicultura

mas de outras áreas, para ver como é que vão se desenvolvendo as comunidades (Samuel, 16 anos, CR Agroecologia Familiar).

Análises e sugestões de jovens do Projeto Aliança para a comunicação também foram apresentadas em outro evento importante para a comunicação do PAA, só que estas em caráter mais amplo e mobilizador. Em julho de 2003, foi realizado o “Seminário de Políticas Públicas e Juventudes”, que teve como objetivo promover a discussão de idéias que pudessem colaborar na construção de políticas de juventudes, pensando o jovem como co-autor e ator privilegiado.

No evento também foram realizados Grupos Temáticos (GTs), sendo um deles na área de comunicação, coordenado por nós e mediado pela Profa. Dra. Catarina Farias de Oliveira. Participaram do GT da Comunicação adolescentes das três microrregiões onde atuou o Projeto Aliança. Percebemos no grupo uma clareza quanto à importância de uma comunicação mais participativa e à necessidade de inserção do jovem nos meios de comunicação. Como resultado do GT foi elaborado um quadro contendo o que os jovens querem com relação à comunicação, como fazer para obter o desejado e qual o papel deles neste processo (Anexo 12). Em síntese, os participantes do GT querem uma programação mais educativa nos meios de comunicação, jornais microrregionais que abordem temáticas ligadas ao social, ambiental e cultural, jovens e comunidade mais participativos. Para alcançar esse cenário idealizado, eles apontam a necessidade de criar uma rede de jovens comunicadores, incentivar a criação de rádios conduzidas por jovens e envolver a comunidade neste processo. O papel dos jovens do PAA seria, então, assumir a liderança do trabalho de sensibilização das comunidades para a participação na comunicação produzida pelos veículos através da mobilização social e pressionar os órgãos públicos através dos processos comunicacionais (Relatório Seminário Políticas Públicas e Juventudes, 2003).

Diante das considerações apresentadas pelos jovens participantes do GT de Comunicação, entre os quais estavam presentes jovens comunicadores do PAA no

Ceará, percebemos que eles tomam para si o papel da mobilização social, na medida em que consideram necessário sensibilizam outras pessoas a participar dos processos de comunicação e pressionar os órgãos públicos, através da mídia. Ou seja: através da comunicação querem ser não apenas reeditores de um ideário, mas permitir que a comunidade participe do processo, formando uma rede “... capaz de criar um processo de empoderamento” (Holanda, 2003). Uma rede que permita a geração de capital social.

Trata-se de um ação de liderança que está estreitamente ligada à idéia de protagonismo juvenil, na medida em que estes jovens se assumem como agentes de capital social. É necessário, agora, avaliar se os jovens que passaram pela formação em comunicação no PAA do Ceará de fato desejam assumir esse papel de protagonistas da comunicação para a mobilização com vistas ao desenvolvimento de suas comunidades, em outras palavras, se eles se consideram reeditores – ou agentes de capital social - a partir do uso dos conhecimentos adquiridos em comunicação.

#### **4.2. Os Jovens Comunicadores do Projeto Aliança: agentes de capital social?**

*Em comunicação, a sua missão é multiplicar. Não adianta nada você ter aprendido um batalhão de coisas e não repassar para ninguém. Você vai acabar esquecendo! Acontece isto: aquilo que você transmite, você recorda, você aprimora mais.*  
*(Daniela Souza, 17 anos, jovem comunicadora)*

Começamos este tópico com a fala de um dos jovens que passou pela formação em comunicação do PAA no Ceará porque este é o momento de ouvi-los (com o cuidado de evitar valorar suas falas a partir do viés do moderador do grupo focal), analisando as opiniões de cada um considerando o contexto, do momento da discussão, e da realidade de cada um deles.

São eles os sujeitos da pesquisa, por isso, apresentamos agora um perfil destes jovens, segundo eles mesmos: como vêem sua condição social, sua participação na



família, seu grau de estudo, suas atividades profissionais, seu estar no mundo – foram questionamentos lançados, primeiramente. Em seguida, na medida em que o debate fluía, novas perguntas foram surgindo: porque ainda dedicam tempo à comunicação do PAA, quais as expectativas em relação ao trabalho na área, o que pensam de capital social e DLIS, se eles se consideram capazes de reeditar estes conceitos na comunidade. Com a palavra, os jovens comunicadores do Projeto Aliança com o Adolescente na Microrregião do Médio Jaguaribe, Ceará.

#### **4.2.1. Como se vêem os jovens comunicadores**

O perfil do adolescente que participa do PAA, segundo pesquisa do Fundação Odebrecht, um dos financiadores do Projeto é de jovens com 16 anos, em média; que moram com a família; seus pais não terminaram o primeiro grau; demonstram pouca habilidade com Português e Matemática; valorizam a escola e o trabalho e gostam de estar em grupo (Revista Sebrae,out-2002). Veremos agora como alguns deles se auto-definem, pois “... discutir identidade nos remete, assim, a um projeto político, onde se entreabre uma fresta de luz na possibilidade de re-criação do homem e da humanidade” (Matos,2003, p.19). Desta forma, a partir da visão dos jovens entrevistados, podemos obter elementos que ajudem a melhorar a comunicação no Projeto Aliança.

A tônica comum ao discurso de todos foi a percepção de si mesmos como “jovens protagonistas”, cuja definição adotada nesse estudo é a ocupação pelos jovens de um papel central nos esforços por mudança social (Costa,2000). Um dos aspectos destacados por eles para compor essa imagem de protagonismo foi a busca de autonomia perante a família. A adoção de uma postura autônoma, porém , solidária, é uma das condições para formar um jovem protagonista, ou seja, pensar no auto-desenvolvimento sem esquecer o entorno.

A busca pela autonomia começou cedo, antes de participarem do PAA, ainda no início da vida escolar. Um ponto bastante explorado foi o estudo em escola pública e o baixo poder aquisitivo dos pais, destacando que, apesar das circunstâncias, eles tinham conseguido conquistas na área educacional, uma vez que dos sete participantes, quatro ingressaram na faculdade e os demais estão se preparando para isso.

Todos os jovens relataram seu trajeto na escola e demonstram certa satisfação, pois, além de alcançar um nível mais adiantado que os pais e os irmãos mais velhos, influenciam os mais novos a prosseguirem nos estudos: “Eu já vejo essa diferença dessa valorização do conhecimento. Acho que isso acabou influenciando também no modo como meu irmão se direcionou nos estudos dele” (Marcos Alves, 20 anos, CR Agroecologia Familiar). O estímulo aos irmãos pela busca do conhecimento é uma atitude protagonista, na medida em que recorre ao exemplo concreto de busca por melhoria para si e para os outros. Assim, através da prática, do exemplo real, os jovens vão construindo sua autonomia (Costa,2000).

Em geral, os entrevistados demonstram gosto pela busca do conhecimento, não só na escola como também em outros âmbitos: “Eu sempre procurei me desenvolver, fazer cursos, me envolver em grupos da comunidade, para adquirir conhecimento em outras áreas”(Adriana Oliveira, 21 anos, CR Agroecologia Familiar). Percebemos uma consciência por parte dos entrevistados de que existem vários tipos de saberes, não só os adquiridos na educação formal. Sobre isso, Matos (1998) nos lembra que a produção científica constitui apenas um dos aspectos no campo do saber, co-existem ao lado desta, outras formas de conhecimento, como o saber coletivo, adquirido através de vivências em grupo.

Ainda no tocante á autonomia, a conquista da independência financeira também marcou as falas quanto ao perfil dos jovens. A necessidade de trabalhar foi ressaltada por todos, pois a maioria destacou que desde muito cedo desempenha alguma atividade

remunerada. A maioria custeia suas despesas pessoais, sendo que alguns declararam-se responsáveis pelas suas próprias despesas e as dos irmãos. Uma jovem, do município de Jucás, relatou que perdeu o pai e custeia as despesas de toda a casa. Atualmente, trabalha em um projeto de Educação Ambiental desenvolvido pelo Instituto Elo Amigo em parceria com o Ministério da Justiça. Outra jovem, da zona rural, ressalta que a experiência com o PAA lhe proporcionou ser educadora Junior, função remunerada com bolsa pelo PAA.

A maioria dos jovens passou por alguma função remunerada no PAA, como educadores Jr. ou desenvolvendo algum serviço advindo com a experiência no projeto. Essas atividades fazem parte do projeto pedagógico do PAA, cujo processo de capacitação é baseado na “educação pelo trabalho”. Este também pode ser considerado um caminho para a efetivação de uma postura protagonista do jovem (Costa, 2000, p.251).

No campo da capacitação para o trabalho (aprender a fazer), o protagonismo propicia ao jovem, através de práticas e vivências estruturantes, o desenvolvimento de habilidades como a auto-gestão, a heterogestão e a co-gestão, ou seja, ele aprende a lidar melhor com suas potencialidades e limitações (gerir a si mesmo) e coordenar o trabalho de outras pessoas (atuar sobre a atuação dos outros) e a agir conjuntamente com outros adolescentes e adultos na consecução de objetivos comuns.

Além do trabalho remunerado – advindos direta ou indiretamente ao fato de integrarem o PAA -, destacaram como positivo o trabalho voluntário desenvolvido no Projeto, pois consideram que este tipo de atividade gera crescimento pessoal e social. Atribuem ao voluntariado uma melhor percepção da realidade, contribuindo para formação da personalidade.

Compartilhamos com eles a idéia de que o trabalho espontâneo em benefício de uma causa comum constitui um poderoso instrumento de autonomia e de maturidade, uma vez que parte de uma decisão pessoal em prol da coletividade. Entre os trabalhos

voluntários, os entrevistados destacaram o da comunicação, que foi apresentado como fator de desenvolvimento humano e formação de identidade.

Contribui muito para a formação pessoal, especial para o adolescente. Eu, por exemplo, quando comecei era muito tímida mas com o projeto de rádio me soltei. Contribui muito para a pessoa amadurecer e por trabalhar em varias área como cidadania, principalmente, ajuda você a formar sua identidade. (Mayana Araújo, 18 anos, CR Adolescentes Solidários).

A relação com a família foi descrita como boa, tendo como destaque o fato de que os pais confiam bastante neles. A partir dos relatos, podemos concluir que as relações dos jovens com os pais caracterizam um “sociedade de confiança” e, considerando que a confiança entre as pessoas é uma das condições para a geração de capital social, existe a possibilidade da vivência familiar dos jovens comunicadores favorecer a geração de capital social na comunidade na qual a família se insere, podendo ser esta família também um agente de capital social. Abu-El-Haj (1999, p.89) enfatiza que “a capacidade de ação é ampliada em situações onde a confiança permeia a coletividade, facilitando a otimização de recursos sócio-econômicos e humanos disponíveis”, referindo-se ao capital social mobilizador.

Meus pais confiam muito em mim... E eu acho que lá em casa tem a sociedade da confiança. Eu não pergunto o que eu posso, eu aviso o que eu vou fazer: ‘pai eu vou ali; mãe eu vou acolá; eu vou fazer isso...’. Eles confiam muito em mim. Eu acho que esse o maior e melhor valor que tem na minha família. (Jenair Alves, 20 anos, CR Central de Serviços).

A postura responsável dos adolescentes entrevistados pode ter colaborado com esse clima de confiança. Nesse caso, a sociedade de confiança foi fortalecida a partir de uma ação do jovem – a iniciativa de entrar no projeto. Vê-se, nesse momento, o peso das instituições na formação das condições necessárias ao capital social. Abu-El-Haj (1999), lembra que em situações onde predominam instituições frágeis, o capital social se esfacela, impedindo um desempenho positivo. Portanto, além da instituição “família”, a participação no Projeto Aliança, executado pelo Instituto Elo Amigo, foi

apresentada pelos jovens como um fator positivo, que lhes conferiu mais respeito e confiança por parte dos familiares.

Através do Projeto [Aliança] eu também pude conseguir uma grande autonomia na minha casa. Meu pai, principalmente, sempre confiou muito em mim, mas também através do projeto eu consegui fortalecer essa confiança que ele tem (Ana Nere, 18 anos, CR Agroecologia Familiar).

Vale ressaltar que essas reflexões acerca da educação, da família, do trabalho e da comunicação foram feitas baseadas nos dados para composição do perfil, o que pode indicar que esses jovens vêem essas atividades como inerentes à sua formação como indivíduos. Chamou a atenção como a maioria dos entrevistados, espontaneamente, vinculou o perfil à sua entrada no Projeto Aliança, demonstrando que, para eles, a participação no PAA influenciou na formação de sua personalidade, ao entrarem em contato com novos conhecimentos e grupos de jovens.

Influenciou, porém, não determinou. Os jovens comunicadores mostraram que desejam se afirmar como sendo alguém mais do que “um adolescente do Projeto”. São pessoas com identidade e vontades próprias. Mais ainda, às vezes preferem não ser identificados desta maneira, para evitar cobranças, conforme veremos adiante. Quando durante a reunião foi perguntado “o que é ser jovem”, demonstraram recusar rótulos. Lembram que existem diversos tipos de juventude (Matos, 2003), mas conseguem se achar no meio desta diversidade, afirmando-se como juventude protagonista:

...a gente tem um ponto de vista da juventude porque a gente é uma juventude. A gente é a juventude organizada, a juventude protagonista. Mas existem outras muitas juventudes no nosso próprio município” (Jenair Alves, 20 anos, CR Central de Serviços).

A noção de que a juventude é composta por “várias tribos” coaduna com o pensamento de diversos estudiosos do assunto (Abramo, 2000; Matos, 2003; Levi e Schmitt, 2000). Essa diversidade é definida por variáveis como renda familiar, local onde moram, grau escolar, raça.

Estes indicadores não são suficientes para compreender as juventudes. Devido às diferenças de contexto sócio-econômico, social, histórico e cultural, uma pesquisa que tem os jovens como sujeitos deve situar as juventudes no espaço e no tempo, para que fique claro de que momento e circunstância se está falando. Em nosso caso, estamos lidando com jovens do interior do Ceará - estado situado numa região empobrecida, o Nordeste. São egressos de escola pública, filhos de agricultores. Diante destas circunstâncias, os jovens comunicadores relatam que o caminho natural seria a apatia.

a cultura do comodismo, a cultura do clientelismo que a gente sabe que vem de várias gerações: eram os coronéis que mandavam e as pessoas tinham que obedecer. Então, muitos desses valores acabaram ficando nos dias de hoje mesmo a gente estando numa ambiência diferente dos tempos antigos (Marcos Alves, 20 anos, CR Agroecologia Familiar).

Esta cultura do clientelismo a que se refere esse jovem remonta aos resquícios de um contexto político que começou a mudar no Ceará a partir das eleições de 1986, quando um grupo de jovens empresários derrotou uma das mais tradicionais oligarquias do Estado e implementou mudanças na condução das instituições públicas através do corte de cargos estritamente políticos, da contratação de tecnocratas, do ajuste fiscal e de uma nova política econômica baseada na atração de indústrias para o interior do Estado, desafiando os chamados “coronéis” locais (Abu-El-Haj,1999). Tais iniciativas contribuem com o pensamento de que o capital social se alcança não apenas desenvolvendo a cultura da confiança nas comunidades, mas através das mudanças institucionais, uma vez que “a sociedade com toda a sua diversidade não consegue tomar iniciativas autônomas sem um ambiente político propício à multiplicação de iniciativas sociais”, como assinala Abu-El-Haj (1999, p.17).

Os jovens comunicadores também atribuem à influência da família ao comodismo que percebem na juventude da região onde vivem. Na medida em que pressionam os filhos a ingressarem em atividades que gerem renda imediata, os pais afastam-nos dos movimentos organizados. A dependência dos pais e o apego ao lugar

onde vivem também foram indicados como um obstáculo a ser vencido para o jovem tornar-se protagonista. Na opinião da maioria dos jovens, a conquista da autonomia inclui não apenas desapego ao ambiente familiar e ao lugar, mas também exige independência frente ao Projeto Aliança, no sentido de saber qual a hora de se afastar e trilhar novos caminhos:

No Instituto [Elo Amigo] a gente tem um tempo pra entrar e tem o tempo de sair né? (risos) é uma coisa engraçada! Mas eu vejo assim: que é ótima a formação do Instituto; é um ponto de crescimento muito grande se estar dentro do Instituto, mas ... a gente... de certa forma a gente não pode tá direto no Instituto não. A gente tem que sair, tem que levar o que aprendeu aqui, tem que conhecer coisas novas. (...) Então eu vejo de certa forma que o Instituto ajuda, mas também tem um tempo em que a gente tem que se desligar. É igual uma mãe né? tem um certo tempo que tem que dar uma afastadinha também (Ana Nere, 18 anos, CR Agroecologia Familiar)

Ficou clara a relação que os jovens estabelecem entre o tipo de juventude da qual fazem parte – a de iniciativa própria, da organização, da reflexão crítica e da participação social - e a formação adquirida no Projeto Aliança, pois todos os entrevistados citaram a contribuição efetiva dada pelo PAA ao desenvolvimento humano adquirido ao longo dos anos que passaram no projeto. No entanto, participar do Projeto PAA possui reveses, como as cobranças na escola e na comunidade. Esse assunto foi apresentado espontaneamente pelos participantes, na medida em que se identificavam com as situações narradas pelos colegas.

Pressões de professores para serem os alunos mais participativos e com as melhores notas foi uma das principais reclamações dos jovens comunicadores, no momento em que traçavam seu próprio perfil. Parecia que, no ambiente escolar, eles preferiam ser anônimos. Alguns relataram que existe entre alguns jovens do projeto a posição de evitar informar para os professores que participam da formação do Projeto Aliança, como artifício para evitar cobranças.

Nós temos lá cinco técnicos [na Escola Agrotécnica de Iguatu] Desses, dois entraram no ano passado e os outros três entraram esse ano. E os dois estavam conversando com esses três que estavam

entrando, que quando eles chegassem lá, eles não fossem dizendo muito ‘Ah, eu sou do Elo Amigo, eu sou técnico não sei o que...’ porque eles, os dois que entraram antes, tiveram algumas experiências não muito legais nessa questão, por ter dito que já participava de uma Instituição e tudo, existia por parte do quadro de professores uma visão totalmente diferente; sempre querendo que eles tivessem boas notas, sempre exigindo um pouco mais deles. E eles querem se sentir como os outros jovens, realmente tem momentos em que cada um quer chegar na sala e não quer ter muita atenção na aula, não quer que o professor fique pegando no pé só porque eu sou de um Projeto. (Francisco Lima, 20 anos, ODCOM).

A preocupação dos jovens em não revelar na escola que participam do Projeto foi reforçada com a narração de um caso típico de autoritarismo.

O programa da gente [Rádio Adolescente FM, programa itinerante] vai voltar agora com a participação dos alunos das escolas. (...) Nós pedimos para a direção apontar 20 adolescentes que acham que eles se dariam bem no Projeto. Aí, dois dos adolescentes lá do Rui Barbosa, eles fazem parte da Aliança, que é a Simone e o João Paulo. E por fazerem parte da Aliança né, Dr. Edson logo disse: “Oh, vocês vão participar”, nem perguntaram se eles tinham interesse de participar né? e é tanto que nas oficinas os únicos que faltam são eles. E é porque fazem parte da Aliança. Mas como eu conversei com a Simone ela disse que gosta da Aliança, só que a área da Comunicação não é a área dela. E ele [o diretor da escola] não perguntou se ela queria, só que foi logo apresentando o nome. E sem contar também que agora eles [a escola] estão muito rigorosos, disse que quem faltar o treinamento vai perder ponto. Vai contar ponto na escola, aí a Simone tá doidinha sem saber o que fazer, Simone e João Paulo (risos). Acabou com o voluntariado! (Mayana Araújo, 18 anos, CR Adolescentes Solidários)

O relato pode sinalizar o desrespeito à individualidade do jovem. Por fazerem parte do PAA, o diretor da escola tratou logo de inseri-los em uma atividade que, para ele, era condizente com o trabalho que desenvolvem no projeto. Porém, para os jovens, aquele programa de rádio não lhes interessava. Em nenhum momento foi questionado a eles qual sua vontade, apesar de, aparentemente, estar sendo dado a eles oportunidade de ação social. Sobre isso, Abramo (2000, p.173) comenta:

[os jovens] são vistos como a encarnação de todos os dilemas e dificuldades que a sociedade tem enfrentado. E nessa formulação, como encarnação de impossibilidades, eles nunca podem ser vistos, ouvidos e entendidos como sujeitos que apresentam suas questões, para além dos medos e esperanças dos outros. Permanecem, assim, semi-invisíveis,



apesar da crescente visibilidade que a juventude tem alcançado na nossa sociedade.

Em meio às declarações acerca da cobrança da escola, percebemos uma contradição: os jovens elogiam o fato de os pais confiarem neles por conta de estarem engajados nas atividades do PAA. No entanto, se queixam quando essa participação repercute em cobrança por parte dos professores. Parece que os direitos adquiridos com a participação em um projeto social são bem-vindos, já os deveres que isso pode trazer... Pensamos que essa situação paradoxal deve-se à natureza do ser jovem. A juventude é um período carregado de dubiedade decorrente do processo de transição entre o ser criança e o ser adulto. Isso "... possibilita uma irresponsabilidade provisória, fazendo com que muitos queiram prolongar essa fase indeterminadamente (...) isso reflete a contradição de que muita coisa está mudando e às vezes é melhor voltar a ser criança ou permanecer adolescente, fugindo da maturidade e das obrigações" (Matos, 2003, p.34).

As queixas apresentadas no grupo focal não se referem somente à escola. Os jovens dizem existir pressão da comunidade, tanto dos mais velhos como dos próprios jovens que não participam do Projeto.

A gente vê que essa questão dos professores está pegando no pé não acontece só nas escolas. Se você participa de um grupo na comunidade 'ah, você que...', já tive muitas experiências disso. Participava de um grupo lá na minha comunidade, em Jucás... 'Vai, já que tu é da Aliança, faz aí dinâmicas, lidera, inicia, encerra'... fica sempre assim, cobrando mais da gente. Então a gente vê que isso acontece não só na escola, acontece no nosso dia a dia; em casa, na família, acontece na rua, acontece... se você tá na rua, digamos, que ta com uma turminha de amigos, aí às vezes bebe, às vezes ta dançando com os amigos... "Avemaria, tu trabalha na Aliança e faz tudo isso!", como se fosse uma coisa do outro mundo. Fulana não é da Aliança, pode fazer, eu sou, eu não posso. Sabe, assim... Isso não acontece só na escola, acontece também no nosso dia a dia. (Adriana Oliveira, 21 anos, Cr Agroecologia Familiar)

Apesar dos jovens relatarem gostar de participar do PAA, eles demonstram querer menos exposição nessa fase da vida, o que levaria a assumir menos responsabilidades. Até que ponto essa necessidade atrapalha a sua atuação como

reeditor, como agente de capital social é um questionamento pertinente. Alguns jovens, indiretamente, fizeram um alerta sobre isso, lembrando que se há cobrança é porque eles são vistos como referência e que isso implica responsabilidade com a escolha que fizeram – de participarem de um projeto que estimula uma postura mais crítica e atenta à realidade social:

É preciso ter cuidado com o que a gente está tentando mostrar para as pessoas. A gente está tentando mostrar o que realmente é ou que pretende ser? Se a gente quer ser o modelinho perfeito de juventude, mostra então. Mas, se a gente não é perfeito, então a gente tem que mostrar o que a gente realmente é (Daniela Sousa, 17 anos, CR Adolescentes Solidários)

Nas entrelinhas deste questionamento – “Você é o que transparece ou assume uma determinada postura porque ‘está’ adolescente do Aliança?”, percebemos certa preocupação com a reedição, pois a decodificação e transmissão de valores passa pelo comportamento do emissor, do interlocutor, não apenas do conteúdo das mensagens, das suas palavras. Ou seja, para ter credibilidade na comunicação é preciso ter coerência entre atos e palavras. Notamos no grupo um receio de assumir a responsabilidade de ser um modelo de jovem protagonista e engajado, dada a cobrança por uma atitude diante da vida que talvez não seja a que eles queiram adotar no momento, pois “... a proximidade coma vida adulta, o início das responsabilidades, é um fantasma que os espreita [os jovens] e assombra de forma constante” (Matos, 2003, p.33).

O direito de errar, de experimentar, de descobrir, de não assumir atitudes inerentes ao adulto foi colocado por todos os participantes como uma necessidade um tanto difícil de ser satisfeita quando se está engajado no PAA. No entanto, o grupo considera positivo o fato de serem vistos como modelo na comunidade onde vivem, destacando que a cobrança é positiva na medida em que indica bons resultados da formação no Projeto. Nesse momento, voltam a gostar da exposição vivenciada com o ingresso no PAA, estabelecendo um constante conflito, inerente à identidade em

construção do jovem, pois este “... é um tempo em que trazem consigo a potencialidade da transformação” (Matos, 2003, p. 33)

Apesar de às vezes ser chato, porque às vezes é, às vezes incomoda um pouco[a pressão social], mas por outro lado vejo assim como um fator muito positivo. Que é sinal que a gente tá promovendo mudanças, é sinal que teve um resultado toda essa formação que a gente teve. Se a gente está sendo diferente, parabéns pra gente né! Porque um dos objetivos da Aliança é fazer com que o jovem... Não é que seja “o melhor” [gesticula sinal de aspas], mas é que promova iniciativa... Que tenha iniciativa própria. Então eu vejo isso como um fator também bastante positivo. (Ana Nere, 18 anos, CR Agroecologia Familiar)

A maioria dos participantes do grupo diz que se percebe como privilegiada por ter tido a oportunidade de formação e de trabalho no PAA, mas isso – destacam - porque se identificaram com a proposta do Projeto: “Alguns entraram [no projeto] e não participam. Nem sai nem participa, e fica sendo investido um recurso que não tem retorno. A gente não vê retorno na formação desses jovens” (Daniela Sousa, 17 anos, CR Adolescentes Solidários). Várias falas, ao longo do debate, confirmaram que os jovens comunicadores se consideram diferenciados de outros que não “abraçaram a causa”. Novamente, ressurge a percepção de si como jovem protagonista, daquele que está à frente, que toma atitudes pelo bem de si mesmo e do seu entorno.

Esse sentimento revelado pelos jovens, de estar sendo pressionado, nos levou à refletir sobre a responsabilidade do Instituto Elo Amigo, entidade executora do PAA na região, sobre o que acontece “extra-muros” do projeto, apesar da função do educador do Projeto ser também a de acompanhar a família, a escola e a comunidade em que se inserem os jovens, nos parece que é necessário um olhar mais atento ao que se refere às cobranças, uma atitude comum nos adultos, conforme atesta Matos (2003, p. 34);

A ambigüidade se faz presente também na forma como os adultos os tratam: ora como crianças, ora cobrando responsabilidades de adulto. Isso demonstra que a imprecisão não está apenas em quem vive, mas também nos que olham e percebem um ser em plena transformação.

Na opinião dos jovens entrevistados, o fato de pertencerem à primeira turma – e no início o Projeto ainda não tinha muito contato com as famílias, só com os jovens -

gerou um choque maior perante a comunidade, que ainda não estava acostumada com a iniciativa juvenil: “A gente sentiu muito esse choque da comunidade de nos ver tão diferentes”(Jenair Alves, 20 anos, CR Central de Serviços). Esse desconhecimento, na opinião deles, foi amenizado quando começou a se fazer comunicação institucional informando sobre os propósitos, ações e resultados do Projeto.

Vê-se, nesse momento, uma visão diferente dos jovens sobre a comunicação institucional, que na maioria das vezes, serve mais para fins de marketing<sup>28</sup> do que de informação. Nesse caso, existe a percepção nos jovens de que a comunicação ajudou a desmistificar o Projeto, aproximando-o do público. Talvez isso tenha ocorrido devido à decisão do Instituto Elo Amigo de comunicar o PAA através de jornais e da imprensa a partir de 2003, quando já se viam resultados concretos, gerando uma proximidade entre a imagem projetada nos produtos de comunicação e a efetivamente percebida na comunidade. A distância entre os efeitos da comunicação institucional e os da comunicação participativa - no sentido da comunicação mais horizontalizada - pode ser minimizada, dependendo dos objetivos do emissor. Abu-El-Haj (1999, p.88) afirma que há estudos no Ceará indicando que existem casos em que “... a publicidade dirigida à mobilização das comunidades em prol dos seus direitos deslanchou um capital social existente mas reprimido durante décadas de clientelismo”.

Mantendo o foco nos jovens formados em comunicação pelo projeto, estes prosseguiram com o perfil do grupo, quando foi lançado o questionamento sobre o que esperam de si mesmos, independente das expectativas do PAA, da escola, da família ou da comunidade. Observamos a importância que colocam na profissionalização, fato comum à maioria dos adolescentes, conforme atesta Matos (2003, p.39): “... o futuro traduz, entre outras coisas, a associação escola e trabalho, mesmo que seja apenas nas

---

<sup>28</sup> O termo um marketing advém da palavra inglesa market, que significa mercado. Normalmente, o marketing é visto como conjunto de estratégias de venda de um determinado produto, ou como um plano de divulgação de bem, serviço ou idéia. (Nunes, 2002)

suas percepções e sonhos, reforçados pela escola que, ao conferir títulos, também confere expectativas”. Considerando que o PAA confere certificados aos jovens formados nos CRs, existe aí a alimentação de um sonho, também. Resta saber se o sonho do jovem coincide com as metas do Projeto, que é estimular estes adolescentes e ficarem na região e contribuírem com o seu desenvolvimento.

A maioria dos entrevistados quer concluir um curso superior e três deles, apesar de já estarem estudando em faculdades da região, afirmaram querer cursar Comunicação Social. O curso só é ofertado na cidade de Fortaleza, capital do Ceará, alguns ressaltaram a dificuldade em sair de suas cidades, mas afirmaram o desejo de tomar essa atitude.

... quando se diz ‘eu não quero sair daqui pra fazer a faculdade que eu quero porque não quero deixar minha cidade. Isso eu acho que é a pior coisa de um jovem daqui. Ele não quer deixar sua cidade, não quer deixar sua família, portanto ele não vai fazer nada (Daniela Sousa, 17 anos, CR Adolescentes Solidários)

Percebe-se certa confronta com os propósitos do PAA, que é manter o jovem em sua terra, apresentando-lhe alternativas de vida com qualidade. Na medida em que o projeto educa pelo trabalho, estimula o espírito empreendedor nesse jovem e incentiva-o buscar a implementação de políticas públicas voltadas para a juventude local. No entanto, quase a metade dos jovens entrevistados manifestaram vontade de estudar na capital do Estado, e destes, somente um enfatizou objetivo de retornar à sua cidade e inserir-se no mercado de comunicação local, especificamente o jornal impresso. Mesmo assim, nada garante que ele o faça. Desta forma, a relação propósitos do Projeto Aliança – desejos dos jovens - condições da região, não é perfeitamente equilibrada. Certamente, os motivos deste desequilíbrio extrapolam o alcance das ações do Projeto, dizem respeito, tanto a questões externas ao contexto sócio-econômico da Microrregião do Médio Jaguaribe, como a questões de foro íntimo: o que os jovens querem para o seu futuro.

Surge então um questionamento: se o PAA é voltado para a realização do jovem pelo trabalho e se o mercado de comunicação local não é propício para esses profissionais – segundo relato dos próprios jovens - onde se enquadra a formação em comunicação? A resposta é encontrada na política de formação em comunicação do Projeto, que é centrada na mobilização social. Logo, esse é o principal propósito da formação em comunicação do PAA. A conclusão leva a outro questionamento: se a formação em comunicação tinha esse objetivo como prioritário, porque os produtos elaborados pelos adolescentes – e portanto pertinentes aos ideais da comunicação participativa, comunitária e mobilizadora - não se sustentaram? A resposta a essa pergunta – pela ótica dos jovens protagonistas - pode ser encontrada nos relatos que serão comentados a seguir.

#### **4.2.2. A comunicação na vida dos jovens e a possibilidade de reedição**

O lugar era familiar: uma sala na sede do Instituto Elo Amigo, em Iguatu, Ceará (Anexo 13). Era uma manhã de terça-feira, com a vida “lá fora” acontecendo, e aqueles jovens ali, a debater seus anseios e sua visão de mundo. Poderiam estar assistindo a aula na faculdade, preparando-se para o vestibular, trabalhando, namorando. No entanto, pediram dispensa de todas os compromissos – alguns saíram de suas cidades em direção a Iguatu, no primeiro transporte do dia - para colaborar com uma pesquisa sobre o papel da comunicação no Projeto Aliança. A fase inicial do PAA já era finda, não havia garantia de recursos para dar continuidade a todas as atividades do Projeto. O futuro era incerto, mas eles estavam ali. E nos veio a pergunta: por quê? O que movia aqueles jovens a debater sobre a comunicação no PAA? Uma única pergunta, que gerou respostas diversas e complementares.

Em síntese, estavam ali porque amam comunicação. Se encantaram com as técnicas de gerar e trocar informações através de veículos específicos, como o rádio, o

jornal e a Internet. Alguns querem fazer deste ofício uma profissão, nestes, era perceptível um certo brilho na voz, ao falar de seus planos como futuros jornalistas e do espaço que poderia ser conquistado no mercado local, na medida em que surgirem profissionais. Esse desejo de tornar-se adultos comunicadores, eles relatam, foi provocado pela formação em comunicação promovida pelo PAA e pelos eventos promovidos – principalmente o I Seminário Jovens Comunicadores do Médio Jaguaribe, em dezembro de 2002. E depois, o que aconteceu? O entusiasmo ao falar sobre o futuro, agora ganha tons de desânimo. A palavra “frustração” pesou no olhar.

essa questão das expectativas frustradas, praticamente todo mundo que se envolveu com comunicação passou por esse período porque a gente que passou pelas capacitações em rádio, a gente teve essa experiência frustrada com os programas de rádio, porque a gente fez todo planejamento, a gente saiu com a idéia do programa do rádio toda estruturada que não aconteceu, a gente fez tudo e acabou não acontecendo. A gente teve expectativa frustrada na questão dos correspondentes, na questão da atuação com relação ao boletim do Elo Amigo que começou, mas foi desacelerando, foi se desestruturando, e em todas outras áreas: Terra Viva, Eco Noticias, ou seja, eu me arrisco a dizer que todos os processos de comunicação que foram implantados aqui no Instituto geraram expectativas frustradas com relação aos adolescentes. (Marcos Alves, 20 anos, Cr Agroecologia Familiar).

A participação dos jovens nos produtos de comunicação do PAA foi diminuindo -conforme relato do jovem comprovada pela análise dos jornais feitas em capítulo anterior - mas não deixou de existir. Em contrapartida, programas mais identificados com a mobilização social, desapareceram. É o caso do Terra Viva, veiculado por adolescentes em rádio comunitária do município de Jucás.

Eu tinha toda uma expectativa, adorava, quer dizer, gosto muito da comunicação, mas adorava aquele programa que a gente fazia toda estratégia, planejava com carinho, enquanto a Instituição não via isso... Isso era o Programa Terra Viva. Enquanto nós não tínhamos tanto apoio. Então depois que parou, é como se desse uma martelada na sua cabeça e você caísse, e precisa de alguém pra levantar... Eu não sei se ainda eu tenho tanta emoção assim pra continuar esse programa, por enquanto é uma coisa que ainda ta fria. É assim... Até eu comentava com a Ana: depois de tanto tempo parado ... dia 20, fez um ano que nós fizemos o último programa... Domingo, fez um ano que nós fizemos o último programa Terra Viva. (Adriana Oliveira, 21 anos, CR Agroecologia Familiar)

Ficou na memória o último dia de veiculação do programa. Ficaram marcadas as expectativas não alcançadas. Eles começam a experimentar o amargo sabor da desilusão, companheira de muitos adultos. Antes de atribuir ao Instituto Elo Amigo, responsável pelo PAA na região, o suposto insucesso na área da comunicação com vistas à participação do jovem, convém destacar a falta de recursos para a continuidade da formação em comunicação, justificativa apresentada pela coordenação local do Projeto e confirmada pelos jovens, os quais também reconhecem que a falta de investimentos foi a principal razão da desmotivação. Todos afirmam que não fazem comunicação visando geração de renda, ao contrário, este sempre foi um trabalho voluntário. Talvez por isso mesmo seja necessário uma contínua formação de novos comunicadores, pois os interesses dos jovens podem mudar.

Os correspondentes, eles começaram com mais de 30, mais de 40, eles terminaram com 14, que as dificuldades foram muitas no decorrer do processo. E quantos dos correspondentes estão aqui hoje? Nem dos jovens comunicadores não ficaram 14. Então, assim... Eu concordo que sempre vai existir evasão em qualquer grupo né, e talvez pela questão da comunicação nunca ter sido mesmo forte com jovem. Claro que no começo tinha tudo aquilo, a gente ainda conseguiu colocar o Elo Notícias pra funcionar, logo depois que a gente fez a formação, a gente conseguiu fazer o seminário dos jovens comunicadores trazendo outros comunicadores aqui, mas aí depois que o apoio financeiro terminou, naquele ano de 2002, não ficou muita gente não. E como o Elo Amigo nunca investiu muito na comunicação, nunca investiu muito nisso, os outros foram saindo. Tinham outras coisas específicas pra fazer, outras prioridades. (Jenair Alves, 20 anos, Cr Central de Serviços).

Ao mesmo tempo em que os adolescentes reivindicam espaço para trabalhar a comunicação na vertente da mobilização social e da formação pessoal e não se queixam do trabalho voluntário em comunicação – todos defendem o voluntariado. Também querem que a área seja vista pelo Instituto Elo Amigo como uma maneira de inserção do jovem no mercado de trabalho local. Parece que querem tudo ao mesmo tempo? Foi o que pensamos, num primeiro momento. À medida que as discussões avançavam, ficou claro que eles sabiam diferenciar o papel de cada atividade comunicativa e interligá-las:



consideram que a comunicação pode ser uma realização pelo trabalho a partir do momento em que fazem o que gostam, ganham por isso (do ponto de vista da formação humana e, se possível, financeiramente) e beneficiam o outro, comunicando com responsabilidade. Essa “fórmula” nos lembrou o princípio do desenvolvimento sustentável, baseado no tripé “ambientalmente equilibrado – economicamente viável – socialmente justo” (Nunes, 2003). Uma prática sustentável de comunicação, eis o desejo destes novos comunicadores.

A realização pelo trabalho é uma idéia-força do PAA no Ceará, um canal para alcançar o desenvolvimento local. Os jovens entrevistados consideram que a comunicação pode ser uma forma de educação pelo trabalho (formativa) e de realização pelo trabalho (fazer o que gosta). Talvez seja este o motivo de continuarem buscando se afirmar como jovens comunicadores ou correspondentes da Aliança, apesar das dificuldades relatadas. “Eu acho que isso aqui [o trabalho com comunicação] é um exemplo claro de realização pelo trabalho” (Francisco Lima, 20 anos, ODCOM).

Se a comunicação realiza pessoalmente, o que dizer de sua contribuição para que o jovem saia de si mesmo e dirija-se ao outro, a sua comunidade? O objetivo agora é se aproximar do foco principal da dissertação, saber como a formação em comunicação pode ajudar os jovens a serem agentes de capital social<sup>29</sup>. Uma primeira pista foi apresentada: deixar de ver o produto de comunicação como seu e encará-lo como um veículo de comunicação social. “Acontecem aquelas questões, do ‘meu jornal’, do ‘meu programa’, porque são dois ou três que acreditam que aquilo pode promover alguma mudança no espaço, e outros estão ali mesmo para serem estrelas” (Daniela Sousa, 17 anos, CR Adolescentes Solidários). Os jovens, apesar de ainda não serem profissionais, identificaram um problema antigo na prática jornalística, a qual, “...sem dúvida, trata-se

---

<sup>29</sup> O conceito de capital social adotado neste trabalho é de um instrumento capaz de criar um processo de empoderamento à medida que fortalece laços de coesão, cria espaços de socialização de conhecimentos e informações, fortalece a auto-estima dos indivíduos credibilizando-os para a construção do auto-desenvolvimento. (Holanda, 2003). Ver capítulo I desta dissertação.

de uma profissão que mexe com o ego do indivíduo, suscetível de tornar-se um ‘deslumbrado’ (...) Estão [os jornalistas] num meio onde circulam pessoas vaidosas” (Travancas, 1992,p.56).

Desvencilhar-se do “estrelismo” e colocar-se no mesmo horizonte do outro é um importante passo rumo à prática comunicativa formadora e mobilizadora, capaz de contribuir com a geração de capital social. Os jovens comunicadores do PAA demonstram concordar com essa idéia. Preocupar-se com um conteúdo da mensagem – mais educativo e voltado para a participação social -, além da sua forma, também foi apontado pelos jovens como atitude necessária para uma comunicação transformadora. Demonstraram estar em sintonia com Peruzzo (1998), que defende conteúdos essencialmente críticos na comunicação popular, que apontem para a necessidade de mudanças e, “neste sentido, ela não é conservadora, mexe com a cultura, mesmo que não de forma predominante, havendo a incorporação de novos valores, ao mesmo tempo em que se reproduzem outros” (1998, p. 156). Pensamos que a juventude seria o ator mais indicado neste processo de propor novos valores, respeitando os já consolidados. Quanto à contribuição da comunicação para a geração de capital social, os jovens retomaram o discurso sobre a necessidade de mais investimento na formação de novos comunicadores, relacionando estrutura da comunicação com capilaridade da ação social.

Se a comunicação fosse mais trabalhada, ela tivesse além de recurso que é uma coisa assim que é muito importante pra gente ta trabalhando, mas assim uma... Se tivessem pessoas né, unidas... Pessoas com objetivo de colocar mais pra frente a comunicação, eu vejo que ela poderia ta influenciando muito dentro das comunidades. Porque a comunicação tem o poder muito grande dentro das comunidades, além dos próprios meios de comunicação as pessoas mesmos como fonte de comunicação. Eu acho que isso poderia ajudar bastante. (Adriana Oliveira, 21 anos, CR Agroecologia Familiar).

O investimento em comunicação interna, dentro do Projeto Aliança, também foi apresentado como condição para contribuir com o capital social, na medida em que integra os adolescentes do projeto. Percebemos que os jovens comunicadores vêm

capital social como o resultado da ação que pode iniciar no Projeto mas que vai às ruas e é nelas que ele se estabelece. A maioria dos jovens afirmou não atribuir somente à participação no PAA o fato de estarem atentos às questões da comunidade, entendem que o Projeto ajuda, mas não gera capital social, pois, para os entrevistados, ele está nos espaços não institucionalizados de vivência e convivência entre as pessoas. A partir do fortalecimento das relações de confiança entre esses indivíduos é que se inicia a organização do espaço e conseqüente relação destas pessoas com as instituições, no sentido de alcançar o desenvolvimento. Holanda (2003, 232) enfatiza que “... a materialização do capital social no processo sustentável só pode ser analisado a partir de multireferências nas quais se localizam as diversas interações sociais, políticas, culturais e econômicas de um grupo ou comunidade”.

Os adolescentes acreditam que nas comunidades onde vivem já possuem capital social e que a diferença entre as ações de entidades populares, como uma associação comunitária e uma ONG, por exemplo, está no fato de que esta possui “um capital social mais qualificado”, devido à formação dos técnicos que fazem este tipo de instituição. No entanto, ambas as atuações são importantes para o desenvolvimento.

eu acho até errado uma ONG dizer que chegou numa comunidade e gerou um capital social, porque a própria comunidade já é um capital social que existe dentro dela... As pessoas que existem dentro dela já têm aquele capital social. Ela pode talvez aprimorar ou transformá-lo, melhorá-lo. Transformá-lo em algo melhor. Então, o meu capital social existe? Existe sim. Todas as pessoas que estão dentro do Elo Amigo tiveram uma formação diferente, talvez alguns só tenham a formação de adolescentes, outros de educadores, outros de apoio. Existe capital social dentro de mim né? que foi formado nos vários espaços onde eu já tive, e as várias formações que eu já tive também. E eu atribuo isso a comunidade. A comunidade que me formou.(Ana Nere, 18 anos, CR Agroecologia Familiar).

Apesar de enfatizarem o papel da comunidade na formação de capital social, os jovens reconhecem que a formação adquirida no Projeto Aliança os capacitou a sensibilizar outras pessoas a buscarem melhorias para si e para a sua região. Diferenças

conceituais entre conscientização e sensibilização da comunidade foram alvo de debate entre os jovens, demonstrando bom nível de criticidade dos mesmos. Após réplicas e tréplicas, parece ter havido consenso quanto ao fato de que a atuação dos jovens através do Projeto Aliança não pode conscientizar, no sentido de mudar mentalidades, mas pode sensibilizar, despertar outras pessoas para a importância da participação com vistas ao desenvolvimento local. Aliás, este termo – desenvolvimento local - também foi debatido.

A maioria dos participantes conhece o significado de Desenvolvimento Local Integrado Sustentável - DLIS, cuja promoção na região é o principal objetivo do Projeto Aliança. Os jovens comunicadores ressaltam que para promover o DLIS é necessário: aproveitamento de potencialidades locais (capital humano, social e físico) em benefício do crescimento da comunidade; buscar o desenvolvimento em diversos âmbitos (cultural, social e econômico) e organização comunitária para articular melhorias com os poderes públicos. Os entrevistados conhecem o termo, mas consideram-se aptos a difundí-lo? Prosseguimos com nosso objetivo de checar a possibilidade de reedição do ideário do PAA. As respostas foram variadas, como não poderia deixar de ser, em se tratando de um assunto que envolve não apenas o esforço pessoal, mas abertura de outros canais, tanto pelo poder público como pela própria comunidade. Em resumo, todos concordam que ainda é cedo para afirmar que, através do PAA, estão promovendo o DLIS:

Olha, em Iguatu, esta acontecendo bastante isso e a gente esta conseguindo promover muito o DLIS, mas em outros municípios já não vejo tão presente quanto à comunicação. (Daniele Sousa, 17 anos, CR Adolescentes Solidários)

Enraizada mesmo acho que ela ainda não ta [a idéia do DLIS]... (Mayana Araújo, 18 anos, CR Adolescentes Solidários).

Eu vejo que não é uma coisa nada fácil de fazer, a gente já ta com quatro anos tentando né (risos), tentando promover. Fazer com que as pessoas juntamente com a gente, possam ta promovendo. A gente já

conseguiu alguns avanços, a gente já conseguiu sensibilizar algumas pessoas, já conseguiu realizar algumas ações, mas promover o desenvolvimento tem chão! Muito chão pra percorrer (risos). (Ana Nere, 18 anos, CR Agroecologia Familiar)

Quais caminhos percorrer? Aqui, tocamos no ponto da reedição, da capacidade de readequar mensagens para difundir uma idéia, no caso, a idéia do DLIS. Já vimos em capítulo anterior que a rede de reeditores almejada pelo PAA é formada por duas rotas: a da comunicação direta – interpessoal ou intergrupar - e da comunicação de massa – rádio, TV, jornal e Internet (Instituto Aliança, 2002). Nossa meta é avaliar se os jovens comunicadores se consideram reeditores no uso das duas rotas.

Quanto a capacidade de serem reeditores a partir da comunicação interpessoal e intergrupar, ou seja, a partir de uma ação que dependa unicamente deles, e não do uso de técnicas e veículo de comunicação, todos os jovens afirmaram que sim, são capazes de fazê-lo. Consideram-se que são, eles mesmos, “instrumentos de comunicação”, por meio das palavras e atitudes. Estar ali, naquele grupo focal, inclusive, era uma prova disso:

Eu me vejo como reeditor, é claro, e cada um daqui de nós se vê! Se ainda ta aqui os remanescentes... A sociedade dos poetas mortos (risos) ainda tão aqui se reunindo, os últimos dos últimos é porque se vê como reeditor dessa idéia, dessa missão, porque ainda está comprometido com a missão, mas que vê que houve falhas e que tem que ser consertadas pra que a gente tenha um maior êxito.(Francisco Lima, 20 anos, ODCOM).

Parece não haver dúvidas quanto ao fato de se perceberem capazes de readequar o ideário do PAA e repassá-los a outras pessoas. A questão é: repassar para quem? Espontaneamente, foi surgindo o dilema dos que trabalham numa comunidade longínqua mas não mobilizam a comunidade onde vivem. Os jovens comunicadores levantaram outra questão polêmica, quanto ao local onde cada um atua. Todos concordaram que é fundamental atuar em sua própria comunidade, mas nem todos sabem como fazer isso. A maioria, é vista como referência em outros locais que não o

de seu convívio. Este é um problema comum no ambiente das instituições sociais, em que cabe antigo ditos populares como “Casa de ferreiro, espeto de pau” ou “Santo de casa não obra milagre”.

Um dos problemas apontados foi a dificuldade de mudar uma imagem e uma postura já construídas antes do ingresso no PAA. Uma questão de projeção de imagem perante os outros, a qual está ligada à comunicação pessoal. A dificuldade em atuar na própria comunidade poderia ser amenizada com o trabalho em comunicação. Exemplos concretos disso foram dados, com os relatos da repercussão dos programas de rádio Adolescente FM - feitos nas escolas de Iguatu – e Terra Viva, feito em rádio comunitária de Jucás:

Em um determinado tempo, quando nós estávamos com o grupo [do programa Terra Viva], nós nos tornamos referência. A gente se via tanto no programa de rádio e acabamos desenvolvendo ações ali, todo dia. Foi um ano de muita referência mesmo, dentro do município. Porque a partir do momento que você tá ali, envolvida em grupos, você tá promovendo o desenvolvimento local (Adriana Oliveira, 21 anos, CR Agroecologia Familiar).

Agora, o assunto é reedição pela rota dos meios de comunicação. Nesse aspecto, a opinião foi unânime: não se consideram reeditores. O motivo apontado pelos jovens é que comunicação pontual não surte o efeito desejado, seria preciso iniciar um processo contínuo, tanto de formação de novos comunicadores, como de acompanhamento destes. A coordenação do PAA no Ceará apontou as capacitações em comunicação promovidas pelos jovens comunicadores para outros adolescentes como uma forma de reedição. Já os jovens sujeitos deste processo entendem que um curso rápido não é suficiente para se efetivar valores como DLIS através do protagonismo juvenil:

O que eu entendo como reedição é mais do que uma simples ação pontual. Claro que é um processo finito, mas que dure mais do que oito horas de oficina. Quando faço isso, qual foi a minha responsabilidade com a reedição? A gente foi reeditor? A gente foi aplicadores!(Jenair Alves, 20 anos, CR Central de Serviços).

Os jovens comunicadores alertam para a necessidade de acompanhar o trabalho dos adolescentes capacitados em comunicação, atribuindo a este acompanhamento grande parte do sucesso de uma oficina. Além disso, oferecer estrutura para realizar a comunicação ou buscar parcerias para isso – como espaço em rádios comunitárias, por exemplo – também seria necessário. Desta forma, se criaria uma ambiência favorável para reedição de valores inerentes ao DLIS, ajudando a concretizar a idéia-força do Projeto, que é “promover o desenvolvimento local, integrado e sustentável com a viabilização de uma nova geração de adolescentes protagonistas” (Instituto Aliança, 2002,14).

Acredito que a criação de um CR de Comunicação pode contribuir para o DLIS. Eu vejo muito assim, que questões estratégicas têm que ser encaradas com a responsabilidade que é necessária, não dá para você fazer, por exemplo, um desenvolvimento local, pegando apenas uma pessoa e destinando para ela estar fazendo essas atividades, porque tem que se ter uma equipe, um sistema de assessoria, tem que ter toda uma estrutura para estar desenvolvendo um processo desse, dentro do que a gente trabalha na tecnologia empresarial e social da ALIANÇA, no Instituto, que a gente vê é isso: que os centros de resultados são uma estrutura não só em termos de equipe, mas em termos de recursos e outras coisas mais para ta desenvolvendo este processo. (Marcos Alves, 20 anos, CR Agroecologia Familiar).

Reeditores no dia-a-dia das relações interpessoais e intergrupais, sim. Os jovens comunicadores percebem-se como capazes de assumir postura de agentes de capital social, na medida em que empregam a formação adquirida no PAA no *locus* da comunidade. Também reconhecem que os conhecimentos de técnicas de comunicação, descobertos no Projeto, podem ajudá-los na comunicação direta, uma das rotas na rede de reeditores (Toro, 1995) adotada pelos instituidores da Projeto Aliança. Porém, os jovens comunicadores não se reconhecem como reeditores através dos veículos de comunicação - seja atuando neles ou preparando outros adolescentes a atuar. No entanto, consideram-se capazes de fazê-lo. Para isso, são taxativos: é preciso investimento, equipe, estabelecimento de metas que ultrapassem o curto prazo.

Apontam para a necessidade de planejamento, premissa de todo processo eficaz de comunicação (Pinho, 1990, p.50).

A prática do planejamento permite que esforços derivados de iniciativa isolada sejam coordenadas. Acarreta uma maximização dos recursos naturalmente escassos e uma minimização dos custos pela previsão mais apurada dos gastos. O planejamento tem condições de detectar os possíveis desvios dos cursos de ação e acionar a tempo os mecanismos de correção.

Corrigir possíveis falhas antes que elas sejam irreversíveis é um princípio de toda ação estratégica (Kotler,1992). Para isso, faz-se necessário conhecer a nós mesmos e ao contexto que nos cerca. Os jovens comunicadores do PAA demonstram ter consciência dos erros e acertos no percurso percorrido no Projeto Aliança, no tocante à comunicação. Seguindo o princípio pedagógico do PAA, do “aprender fazendo”, a educação pelo trabalho foi se construindo, à medida que organizavam programas independentes de rádio ou colaboravam com a comunicação institucional do Projeto.

Porém, numa postura de criticidade, eles apontam para o futuro e indicam que novas atitudes devem ser tomadas para que o processo de reedição pela comunicação, através dos veículos, seja efetivado. Atitudes que ponham, de fato, a comunicação entre as prioridades do Instituto Elo Amigo, que abraçou o legado de levar à frente os trabalhos iniciados com o Projeto Aliança na Microrregião do Médio Jaguaribe.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo do princípio de que gerar capital social implica na formação de uma ambiência favorável ao desenvolvimento individual e coletivo, por meio da criação de espaços de socialização de conhecimentos e informações (Holanda, 2003), identificamos a importância fundamental do estabelecimento de canais de comunicação - seja interpessoal, intergrupal ou através de veículos - para alcançar o capital social.

Entendemos que a existência de uma sociedade informada é um caminho para evitar a manipulação política-ideológica. Sendo assim, criar mecanismos de comunicação participativa pode contribuir para a efetivação de um clima de cooperação e confiança capaz de mobilizar as populações no sentido da busca de bens coletivos.

No caso do Projeto Aliança com o Adolescente pelo Desenvolvimento Sustentável - PAA, na Microrregião do Médio Jaguaribe, seriam os jovens capacitados em comunicação pelo Projeto aptos a atuar como interlocutores, no sistema midiático, das informações e conhecimentos necessários para contribuir com a geração de capital social. Percebemos que se os jovens comunicadores do PAA assumissem a posição de intermediadores e facilitadores do processo comunicativo na vertente popular - que pressupõe uma comunicação participativa mais horizontalizada e passível de retroalimentação - estaríamos facilitando o acesso e a troca de informações acerca de assuntos relevantes às comunidades, uma vez que o objetivo central do PAA seria contribuir para o desenvolvimento local através da ação de jovens. Nesse contexto, a criação de condições favoráveis à comunicação com os jovens incentivando a participação, seria um modelo adequado de harmonia entre capital social e comunicação.

Este modelo representaria a importância da organização popular na construção do desenvolvimento, a qual vem caminhando por uma via de articulação e parceria com

as esferas governamental e privada. O Instituto Elo Amigo - IEA, Organização Social de Interesse Público criada a partir do Projeto Aliança, surge neste novo momento da organização social. O IEA traz em sua história fortes vínculos com instituições de relevo no cenário econômico nacional e internacional.

Pensamos que esta relação com os grandes conglomerados empresariais repercute na forma de agir da instituição, haja vista que o PAA objetiva validar uma tecnologia social que foi criada tendo como base uma tecnologia empresarial. A repercussão da influência da mentalidade empresarial foi verificada nas entrevistas e conversas informais. Trabalho organizado, sucesso, metas, resultados, indicadores, são alguns dos termos observados na fala dos adolescentes entrevistados por nós, ao longo da pesquisa.

A afinidade ideológica entre as entidades locais responsáveis pelo Projeto nas microrregiões e as empresas que o financiam também pode ser verificada no tocante a estabelecimentos de metas e prazos, os quais não são adequados à construção de um processo participativo de comunicação, que exige um tempo de maturação e conquista do público. Percebemos esta dissonância quando da análise dos produtos de comunicação do PAA: a equipe responsável pelo boletim Elo Amigo Notícias retirou o convite à participação do leitor de seu jornal, por não ter encontrado retorno no prazo de uma edição para outra (dois meses), tempo insuficiente para motivar a participação do leitor.

Consideramos que a descontinuidade foi um dos pontos críticos do programa de comunicação do Projeto Aliança no Ceará. Portanto, sugerimos que as próximas ações do IEA, no sentido de dar continuidade às ações iniciadas no Projeto Aliança - no âmbito da comunicação com viés jornalístico - sejam estabelecidas a partir de prazos maiores e acompanhadas da participação mais efetiva de jovens comunicadores, tanto na elaboração de produtos de comunicação como na formação de novos

correspondentes. Desta forma, pensamos que existe maior possibilidade de os jovens comunicadores exercerem o papel de reeditores, termo utilizado pelo PAA - ou agentes de capital social, termo utilizado por nós neste trabalho. À medida que os jovens atuarem, o ideário do Projeto estará não apenas sendo divulgado, mas demonstrado na prática, conforme ressalta Costa (2000, p.165):

A proposta de protagonismo juvenil pressupõe a não imposição *a priori* aos jovens de um ideário. Ao contrário, a partir das regras básicas de convívio democrático, o jovem vai atuar, para, em algum momento de seu futuro, posicionar-se de forma mais amadurecida e lúcida, com base não só em idéias, mas principalmente em suas experiências concretas.

Centrar o foco na atuação dos jovens reflete a proposta do PAA, a qual é baseada na educação pelo trabalho solidário, em outras palavras: no aprender fazendo, de maneira a aplicar os resultados do aprendizado em benefícios para si e para os outros. No entanto, notamos que esta pedagogia pode não ter sido implementada plenamente quando da formação em comunicação dos jovens, pois os produtos de comunicação institucional do PAA não absorveram todos os jovens formados e as poucas experiências independentes não perduraram.

Lembremos que o modelo de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável defendido pelo Projeto Aliança e Instituto Elo Amigo requer “a população despertada para as possibilidades e para as vantagens de um processo mais solidário de desenvolvimento, o que coloca a necessidade de desenvolver estratégias de comunicação social” (AED,2004). Logo, apoiar a comunicação feita por jovens do Projeto é condição para que se efetive a reedição das idéias do DLIS.

É certo que manter os projetos de comunicação dos jovens pode resultar na dependência destes em relação ao PAA e o conseqüente insucesso do objetivo de alcançar o protagonismo juvenil. Porém, o apoio pode se dar na destinação de recursos financeiros para a formação de novos comunicadores. Assim, uma vez ampliado o número de correspondentes, maior poder e credibilidade eles teriam para articular

parcerias com vistas a viabilizar outros projetos em comunicação. Oferecer apoio estrutural, como o acesso a estúdio de rádio, por exemplo - já que surgiram projetos independentes nesta área -, também seria uma maneira concreta de incentivar a reedição, permitindo que os jovens comunicadores sejam agentes de desenvolvimento local.

Tais iniciativas não garantiriam a permanência de jovens formados na comunicação, pois devido às condições sócio-econômicas da região, a migração para os centros urbanos em busca de emprego é uma constante. Foi o que aconteceu com alguns dos jovens comunicadores. Isto, porém, não significa que o contato com as técnicas de comunicação e da prática no lidar com os veículos (rádio, jornal e internet) não tenha contribuído com o desenvolvimento humano e melhorado a capacidade de comunicação interpessoal, que também é uma maneira de reedição. Os jovens comunicadores apontaram a melhoria na escrita e na retórica, após a formação em comunicação. Além disso, o diálogo é a base do processo de comunicação participativo e, desta forma, pode fomentar mais confiança entre os interlocutores e a conseqüente cooperação no sentido do desenvolvimento coletivo, propiciando, assim, condições para a geração de capital social.

Conhecendo as técnicas de comunicação, os jovens poderão contribuir para sensibilizar a população em relação a valores cultuados no PAA que ainda são de difícil aceitação na região. Um deles é idéia de voluntariado. Notamos que os pais e amigos dos jovens entrevistados aprovam quando o envolvimento no Projeto repercute em geração de renda ou capacitação para ocupar um lugar no mundo do trabalho remunerado. Porém, a mesma aceitação não ocorre quando o jovem se engaja em projetos voluntários. Apesar dos esforços do PAA em difundir seu ideário, ainda existe dificuldade em perceber o trabalho voluntário como um instrumento de desenvolvimento humano e de protagonismo juvenil – uma vez que este consiste na

participação em atividades que extrapolam o âmbito de seus interesses individuais e familiares e que podem ter como espaço a escola, a vida comunitária ou a sociedade em sentido mais amplo, através de campanhas, movimentos e outras formas de mobilização (Costa, 2000).

Compreendemos que a resistência ao voluntariado reflete a necessidade de subsistência da população, dada ao baixo crescimento econômico da região. O próprio Instituto Elo Amigo elegeu como idéia-força do PAA a “realização pelo trabalho” e, embora ressalte que este trabalho inclui o voluntariado, notamos que o foco é, de fato, na atividade remunerada, haja vista que uma das funções mais destacadas da rede de reeditores idealizada pelo Instituto é buscar “o acesso, o sucesso e a permanência dos adolescentes no mercado de trabalho” (Projeto de Mobilização Social, 2002). O termo “mercado” não deixa dúvidas: trata-se da troca de força de trabalho por uma determinada quantia.

O desejo de inserção no mercado de trabalho da comunicação também foi percebido na maioria dos jovens comunicadores. Gostam de trabalhar com as técnicas jornalísticas e almejam poder viver deste ofício. Querem que a área seja vista pelo Instituto Elo Amigo como uma maneira de inserção do jovem no mercado de trabalho local. Consideram que a comunicação pode ser uma realização pelo trabalho a partir do momento em que fazem o que gostam, ganham por isso e beneficiam o outro, comunicando com responsabilidade. Uma prática sustentável de comunicação.

Novamente, acreditamos que um maior investimento do IEA na formação dos jovens comunicadores poderá ajudá-los a conquistar o sonho de se realizarem pessoalmente e materialmente através da comunicação. Fazendo isso, o Instituto estará também contribuindo para a divulgação do ideário do PAA, pois os jovens estão em sintonia com Peruzzo (1998), que defende conteúdos essencialmente críticos na

comunicação popular. Notamos que eles também querem conteúdos mais mobilizadores e educativos nos meios de comunicação.

Ajudando a inserir estes jovens no mercado, estaríamos tomando atitudes concretas e de longo prazo rumo ao desenvolvimento local, pois a influência dos comunicadores nas cidades de interior costuma ser decisiva na formação de opinião pública. O Projeto contaria com fortes reeditores, dada a credibilidade que teriam quando se tornassem profissionais da comunicação em seus municípios. Quase a metade dos jovens entrevistados revelaram o desejo de se formar em Comunicação Social.

A atuação dos jovens nos meios de comunicação poderia também efetivar a rede de comunicadores idealizada no Seminário Políticas Públicas Juventudes, realizado em 2003. Em nossa análise, o envolvimento dos jovens nos produtos de comunicação do PAA não formou uma rede de “comunicadores populares” por dois motivos: para existir rede é necessário troca de informações entre as comunidades envolvidas, o que não aconteceu, uma vez que os jovens apenas comunicavam, unilateralmente, resultados do Projeto; além disso, não identificamos o caráter “popular” na comunicação, pois eles não representavam os anseios da população, e sim, as idéias do PAA.

Na verdade, a comunicação funcionou como “vitrine” , atraindo pessoas para conhecer melhor o Projeto. Este foi o objetivo dos jornais “Elo Amigo Notícias” e “Eco-Notícias”. Embora o primeiro tenha uma linguagem mais noticiosa que o segundo, que buscava aprofundar a informação. Percebemos que ambos tinham como objetivo divulgar os resultados do PAA e as ações do Instituto Elo Amigo. Esta estratégia atende aos propósitos da instituição, porém, não garante a reedição, pois ela deve contar com mecanismos de participação e retorno da mensagem.

O modelo de reedição adotado pelo Projeto Aliança e idealizado por Bernardo Toro (1995) não contempla a retroalimentação do sistema comunicacional. Apresenta um esquema semelhante ao dos veículos de comunicação de massa, nos quais a

participação popular é esquecida. Fica claro que o propósito dos reeditores é difundir o ideário do Projeto, no entanto, as mensagens serão readequadas pela população, com base nos seus próprios valores, fato que pode interferir na “assimilação” da idéia-força. É preciso considerar esta possibilidade.

No tocante à percepção dos jovens comunicadores sobre si mesmos, eles se auto-definem como protagonistas. Destacam que conquistaram autonomia e respeito perante a família e que o envolvimento no PAA os ajudou neste sentido. A dependência do pais e o apego ao lugar onde vivem foi colocado como obstáculo ao exercício do protagonismo. Demonstraram gostar de serem reconhecidos como protagonistas, mas rejeitam as cobranças de professores e amigos por uma postura mais responsável. Alguns preferem omitir que participam do PAA, para evitar pressões. Por isso, entendemos ser necessário atentar para o que acontece “extra-muro” do Projeto, através da ação dos educadores junto às famílias e a escola.

Os jovens comunicadores relataram viver numa “sociedade de confiança” em casa, que pode repercutir em outros contextos. O fato dá indícios de que existe capital social onde moram. Destacaram a confiança – um dos pilares deste tipo de capital -, nas comunidades onde vivem e acrescentaram que o Projeto Aliança contribuiu para o fortalecimento desta capital social. Sobre DLIS, ainda consideram cedo para afirmar que, através do PAA, estão ajudando a promove-lo, pois entendem que a adoção deste modelo exige um longo processo de mudança cultural. Esta concepção revelou o bom nível de amadurecimento e criticidade dos jovens comunicadores.

Por fim, percebem-se agentes de capital social, ou reeditores, por meio de suas ações cotidianas, inclusive comunicação interpessoal e intergrupar. No entanto, não acreditam que exerçam este papel através do emprego de técnicas e veículos de comunicação. Demonstram amor pela comunicação, mas revelam frustração com os projetos inacabados nesta área e a suspensão da formação de novos comunicadores.

Porém, o fato de ter acontecido alguns insucessos nas experiências em comunicação não retirou o entusiasmo em trabalhar na área.

A porta foi aberta com a formação dos primeiros jovens comunicadores do Projeto Aliança. Apesar dos ventos não tão favoráveis provocados pela falta de investimento, persiste neles a vontade de seguir rumo a novas vivências. No entanto, eles são claros ao afirmar que os próximos passos devem se dar no sentido de um projeto que preveja ações continuadas, pois entendem que não existe reedição apenas com a promoção de trabalhos pontuais.

Enxergar o trabalho em comunicação como um fim e não como um meio, apenas, talvez seja uma alternativa para fazer dos jovens comunicadores agentes de capital social, capazes de reeditar o ideário do Projeto através dos veículos (rádio, jornal e Internet). Entendemos que trabalhar a comunicação numa vertente participativa e educativa, buscando resultados contínuos e crescentes, é tão pertinente ao desenvolvimento local quanto a difusão da agroecologia e do empreendedorismo.

Ficam a sugestão e a esperança de que novos estudos sobre o caso possam mostrar os frutos da árvore que foi plantada, pois é bastante louvável a iniciativa de formar jovens em comunicação, quando não se previa inicialmente no Projeto tal atividade.



**BIBLIOGRAFIA CONSULTADA**

ABRAMO, Helena Wendel. *A visão da juventude no Brasil: um panorama histórico*. In: COSTA, Antônio Carlos Gomes da. *Protagonismo Juvenil: adolescência, educação e participação democrática*. Salvador: Fundação Odebrecht, 2000.

\_\_\_\_\_, Helena Wendel. *Considerações sobre a tematização da juventude no Brasil*. COSTA, Antônio Carlos Gomes da. *Protagonismo Juvenil: adolescência, educação e participação democrática*. Salvador: Fundação Odebrecht, 2000.

ABRAMOVAY, Ricardo. *A formação do capital social para o desenvolvimento sustentável*. Trabalho apresentado no II Fórum Contag de Cooperação Técnica. São Luiz, 1998.

\_\_\_\_\_, Ricardo. *O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural*. Trabalho apresentado no IV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia Política. Porto Alegre, 1999.

ABU-EL-HAJ, Jadawt. *A mobilização do capital social no Brasil: o caso da reforma sanitária no Ceará*. São Paulo: Annablume, 1999.

ANÁLISE das Potencialidades, Agropolo Centro Sul. Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE). Fortaleza, Ceará, 1999.

ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de. *Etnografia da prática escolar*. Campinas, SP: Papirus, 1995.

ARAÚJO, Maria Celina Soares. *Capital Social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003.

BELTRÁN, Luiz Ramiro. *Adeus a Aristóteles: a comunicação horizontal*. In: Revista semestral de estudos de comunicação. Ano III, nº 6, Instituto Metodista de Ensino Superior. São Paulo: Editora Cortez, 1981.

BORN, Rubens Harry. *Articulação do capital social pelo movimento ambientalista para a sustentabilidade do desenvolvimento no Brasil*. In: TRIGUEIRO, André. (org.) *Meio Ambiente no Século 21*. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

BRITO, Célia Maria Machado de. *Movimentos Sociais, ONGs e Terceiro Setor: uma nova leitura do fazer política*. In: MATOS, Kelma Socorro Lopes de (org). *Movimentos Sociais, Educação Popular e Escola*. Fortaleza: Editora UFC, 2003.

CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. *Em direção ao mundo da vida: interdisciplinaridade e educação ambiental*. Brasília: IPÊ – Instituto de Pesquisas Ecológicas, 1998.

CEARÁ em Números. Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE). Fortaleza, Ceará, 2003.

CHAUÍ, Marilena. *Conformismo e Resistência: aspectos da cultura popular no Brasil*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993.

COSTA, Antônio Carlos Gomes da. *Protagonismo Juvenil: adolescência, educação e participação democrática*. Salvador: Fundação Odebrecht, 2000.

CRIANÇAS e Adolescentes no Semi-Árido Brasileiro. Unicef, 2003.

DECLARAÇÃO do Semi-Árido. Recife: Articulação no Semi-Árido Brasileiro (ASA), 1999.

DOWBOR, Ladislau. *Capitalismo: novas dinâmicas, outros conceitos*. Disponível na Internet via [www.dowbor.org](http://www.dowbor.org). Junho, 2000.

\_\_\_\_\_, Ladislau. *O que é capital*. Disponível na Internet via [www.dowbor.org](http://www.dowbor.org). Abril, 2003.

ESTRATÉGIA de Educação para o Desenvolvimento. Projeto Aliança com o Adolescente. Salvador, Bahia. Dezembro, 2001.

FACHINELLI, Ana Cristina, MARCON, Christian, MOINET, Nicolas. *A prática da gestão de redes: uma necessidade estratégica da Sociedade da informação*. Revista Com Ciência, LACIS (Laboratório de Pesquisas em Comunicação e Informação Científica e Tecnológica da Universidade de Poitiers-França, 2001.

FERREIRA, Maria Nazareth. *Imprensa Operária no Brasil*. São Paulo: Editora Ática, 1993.

FIEGE, Hans Jürgen. *ONGs no Ceará: quem são, o que fazem, quais são os seus desafios?*. In: FIEGE, Hans-Jurgen (org). *ONGs no Brasil: perfil de um mundo em mudança*. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2003.

FRANCO, Augusto de. *Capital Social: Leituras*. Brasília: Instituto de Política, 2001.

\_\_\_\_\_, Augusto de. *A revolução do local: globalização, glocalização, localização*. São Paulo: Editora de Cultura, 2003/2004.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FURTADO, Celso. *O Mito do Desenvolvimento Econômico*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

GOHN, Maria da Glória. *Mídia, Terceiro Setor e MSTII: impactos sobre o futuro das cidades e do campo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

GRÜN, Mauro. *Ética e Educação Ambiental: a conexão necessária*. Campinas, SP: Papirus, 1996.

HOLANDA, Francisco Uribam Xavier. *O Capital Social na Agricultura Familiar: ações cívicas tecendo o desenvolvimento. O caso do Assentamento Guriú*. Fortaleza, Universidade Federal do Ceará, 2003. (tese de doutorado). 258 p.

HURTADO, Carlos Nuñez. *Educar para transformar, transformar para educar: comunicação e educação popular*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1992.

JACOB, Carlos Lima. *A Teoria do Capital Social na Análise de Políticas Públicas*. Pernambuco: Revista Política e Trabalho, Universidade Federal de Pernambuco: setembro, 2001. pp. 46-63.

JORNAL O GLOBO: LEITÃO, Miriam. *Coluna Panorama Econômico*. Jornal O Globo, publicado em 24 de novembro de 2004.

KISIL, Marcos. *Organização Social e Desenvolvimento Sustentável: projetos de base comunitária*. In: RÖHRIG, Chistine (org). 3º Setor – Desenvolvimento Social Sustentado. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

KOTLER, Philip. *Marketing Social: estratégias para alterar o comportamento do público*. Trad. José Ricardo Azevedo e Elisabeth Braga. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

KÜESTER, Angela e MATTOS, Kelma (org.). *A educação no contexto do semi-árido brasileiro*. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2004.

LANDIM, Leilah. *As ONGs são terceiro setor?* In: FIEGE, Hans-Jurgen (org). *ONGs no Brasil: perfil de um mundo em mudança*. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2003.

LAROUSSE Cultural – Grande Dicionário da Língua Portuguesa. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

LAZARRINI, Sérgio G. *O Conceito de Capital Social e Aplicações para o Desenvolvimento Sustentável e Estratégia Sustentável*. Revista Preços Agrícola, maio, 2002. pp. 10-13.

LEVI, Giovani & SCHMITT, Jean-Claude. *Conceituando Juventude*. In: COSTA, Antônio Carlos Gomes da. *Protagonismo Juvenil: adolescência, educação e participação democrática*. Salvador: Fundação Odebrecht, 2000.

MAYORGA, FERNANDO. *Capital Social, Capital Físico e a Vulnerabilidade do Homem do Campo: Um Estudo de Caso no Município de Tauá, Ceará*. Fortaleza, Universidade Federal do Ceará, 2002.

MATOS, Kelma Socorro Lopes de. *Juventudes, professores e escola: possibilidades de encontros*. Ijuí: Ed. Unijuí, 2003.

\_\_\_\_\_, Kelma Socorro Lopes de, ALENCAR, Maria Clélia de Medeiros. *Juventude Rural: trabalho, migração e escola*. In: MATOS, Kelma Socorro Lopes de. (org) *Movimentos Sociais, educação popular e escola*. Fortaleza: Editora UFC, 2003.

\_\_\_\_\_, Kelma Socorro Lopes de. *Nas Trilhas da Experiência: a memória, a crise e o saber do movimento popular*. Fortaleza: Universidade de Fortaleza, 1998.

MONASTÉRIO, Leonardo. *Putnam no Pampa: Capital Social e a Metade Sul do Rio Grande do Sul*. Disponível na Internet via [www.url](http://www.url.com.br/capitalsocial.cjb.net). <http://capitalsocial.cjb.net>. 2000.

MONASTÉRIO, Leonardo. *Capital Social e Grupos de Interesse: uma reflexão no âmbito da economia regional*. Disponível na Internet via [www.url](http://www.url.com.br/capitalsocial.cjb.net). <http://capitalsocial.cjb.net>. (XXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Economia. Belém, PA). 1999.

MORAES, Jorge Luis Amaral de. *Capital Social e Desenvolvimento Rural Local*. UFRGS/IEPE/PGDR, Porto Alegre: 2002.

NASCIMENTO, Humberto Miranda do. *Capital Social no Brasil: o caso de Valente/Bahia*. UNICAMP, São Paulo, 1999).

NOVAES, Washington. *Agenda 21*. In: TRIGUEIRO, André (org). *Meio Ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento*. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

MAQUIAVEL. *O príncipe*. Tradução de Antônio D'Élia, São Paulo: Cultrix, 1991.

NUNES, Rosane. *A Imprensa Cearense e o Desenvolvimento Sustentável: uma análise da cobertura do Jornal O Povo sobre o Projeto do Porto do Pecém*. Fortaleza, Universidade Federal do Ceará. 1997. (monografia de graduação)

\_\_\_\_\_, Rosane. *Rádio comercial e Comunicação Alternativa: Uma aliança possível?* Fortaleza, Universidade Federal do Ceará, 2002. (monografia de especialização)

\_\_\_\_\_, Rosane da Silva e FEITOSA, Valéria. *Sociedades, Natureza e Desenvolvimento*. Curso de Educação Ambiental, fasc. 2. Maranguape, CE: Fundação Terra, 2003.

ODCOM – Programa de Comunicação e Mobilização Social – programa de ação. Iguatu: Instituto Elo Amigo, 2003.

ODEBRECHT, Norberto. *Educação pelo Trabalho*. Salvador: Odebrecht, 1991.

\_\_\_\_\_, Norberto. *Sobreviver, Crescer e Perpetuar: Tecnologia Empresarial Odebrecht*. Salvador: Odebrecht, 2004.

OLIVEIRA, Catarina Tereza Farias de. *O Direito à Palavra: Comunicação, Cultura e Mediações Políticas – a experiência das rádios comunitárias*. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1994.

\_\_\_\_\_, Catarina Tereza Farias de. *Escuta Sonora: educação não-formal, recepção e cultura popular nas ondas das rádios comunitárias*. Campinas, SP: Faculdade de Educação / Universidade de Campinas, 2002.

OLIVEIRA, Ilma Maria Costa da Silva, MENEZES, Geovânia David de Souza e SIQUEIRA, Maria José. *Instituto Elo Amigo: experiência de formação de educadores sociais num processo de educação para o desenvolvimento local com adolescentes e jovens no semi-árido cearense*. In: KÜESTER, Ângela e MATTOS, Beatriz. Educação no contexto do semi-árido brasileiro. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2004.

PAIVA, Flávio. *O papel político das ONGs*. In: FIEGE, Hans-Jurgen (org). ONGs no Brasil: perfil de um mundo em mudança. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2003.

PERUZZO, Cicilia Krohling. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. 2 ed. Petrópolis,RJ: Vozes, 1998.

PINHO, José Benedito. *Propaganda Institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas*. São Paulo: Summus, 1990.

PROJETO de Mobilização Social – resumo executivo. Instituto Aliança com o Adolescente. Salvador, Bahia: 2002.

PUTNAM, Robert. *Comunidade e Democracia: a experiência da Itália Moderna*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas Ed, 2002.

RATTNER, Henrique. *Prioridade: construir o capital social*. Disponível na Internet via [www.abdl.org.br/rattner/inicio.htm](http://www.abdl.org.br/rattner/inicio.htm).

RELATÓRIO anual 2004. Iguatu, Ceará: Instituto Elo Amigo, 2005.

RELATÓRIO I Seminário Jovens Comunicadores do Médio Jaguaribe. Iguatu, Ceará: : Instituto Elo Amigo, dezembro, 2002.

RELATÓRIO Seminário Políticas Públicas e Juventudes. Iguatu, Ceará: Instituto Elo Amigo, agosto, 2003

REVISTA Comunicação e Sociedade. Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo: Cortez Ed., setembro, 1981.

REVISTA Sebrae, nº 6., outubro/2002. Edições Sebrae .

RÖHRIG, Chistine (org). 3º Setor – Desenvolvimento Social Sustentado. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

SEPLAN, Secretaria do Planejamento do Ceará. *Índice de Desenvolvimento Municipal - IDM 2000*. Fortaleza: Governo do Estado do Ceará, 2000.

SÍNTESE dos Resultados da Aliança. Salvador, Bahia: Instituto Aliança, 2002.

SOUSA, Gilvan David. *Jovens comunicadores populares do Médio Jaguaribe nos rumos do desenvolvimento sustentável e da educação ambiental*. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2003 (monografia de graduação).

SANTAELLA, Lúcia. *O que é semiótica..* São Paulo: Editora Brasiliense, 2004.

SIMSON, Olga Rodrigues de Moraes Von, PARK, Margareth Brandini e FERNANDES, Renata Sieiro (org). *Educação não-formal: cenários de criação*. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2001.

TORO, Bernardo José. *Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação*. Salvador: Odebrecht, 1995.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O Mundo dos Jornalistas*. São Paulo: SP: Summus Editorial, 1992.

TRIGUEIRO, André.(org.) *Meio Ambiente no Século 21*.Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

TRIGUEIRO, Osvaldo. *O Estudo Científico da Comunicação: Avanços teóricos e metodológicos ensejados pela Escola Latino-Americana*. Universidade Metodista. São Paulo: PCLA – vol. 2, nº 2, jan-mar/2001.

VALOR ECONÔMICO: RIBEIRO, Ivo. *Votorantim fatura R\$ 16 bi e quer mais ativos no exterior*. Valor on line ([www.valoronline.com.br](http://www.valoronline.com.br)), em 04/02/2005.

WEIDNER, Helmut. *O desenvolvimento de capacidades em política ambiental: resultados de um Estudo em 30 países*. In: KÜESTER, Ângela (org) Rio + 10 = Joanesburgo: Rumos para o Desenvolvimento Sustentável. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2002.

## ON LINE

INSTITUTO ALIANÇA COM O ADOLESCENTE: <[www.institutoaliança.org.br](http://www.institutoaliança.org.br)>

IEA: INSTITUTO ELO AMIGO: <[www.eloamigo.org.br](http://www.eloamigo.org.br)>

AED: AGÊNCIA DE EDUCAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO:  
<[www.aed.org.br](http://www.aed.org.br)>