



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Expressões de Comunicação e Trabalho em ONGs: As Influências Neoliberais nas Questões Sociais

Camila Acosta Camargo¹

Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo

Resumo

Buscaremos apresentar no presente artigo parte da discussão proposta na pesquisa de mestrado “Comunicação como causa social em organizações da sociedade civil: uma investigação sob a ótica dos sentidos do trabalho” em andamento no Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP, e correlacionar a discussão acerca do “terceiro setor” e os discursos do empreendedorismo social em ONGs, tendo como premissa a abordagem teórico-metodológica do binômio comunicação e trabalho. Para isso, realizamos uma pesquisa empírica com três instituições no município de São Paulo que atuam com a comunicação como causa social.

Palavras-chave: comunicação e trabalho; terceiro setor; sociedade civil organizada; ONGs; empreendedorismo.

Introdução

A realidade contemporânea e as transformações vivenciadas pela sociedade a datar da expansão do modelo econômico capitalista e do rápido avanço tecnodigital acarretaram uma série de alterações nos modos de vida, de trabalho e de atuação social e política da população de forma ampla e global. Vivemos o final da segunda década deste novo século e, sem dúvida, alguns aspectos marcam profundamente este período: a expansão do acesso às tecnologias da informação, o estabelecimento de novas possibilidades de atuação e protagonismo dos sujeitos frente às mídias, a propagação de diversos discursos político-ideológicos viabilizados pelas ferramentas digitais e a consequente expansão da visibilidade de iniciativas de reivindicação em todo o mundo.

Neste tema, nos parece que duas noções emergem como importantíssimas para a compreensão do cenário social atual, sendo elas a comunicação e a cidadania – tanto em sua individualidade quanto

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP, pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA/USP) e profissional especializada em comunicação de projetos sociais em organizações sem fins lucrativos e empresas. E-mail: rp.camila@yahoo.com.br.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

em sua correlação. Na pesquisa de mestrado em andamento “Comunicação como causa social em organizações da sociedade civil: uma investigação sob a ótica dos sentidos do trabalho” mergulhamos em uma pequena parte deste universo que engloba em si diversas possibilidades. Elencamos como espaço de pesquisa o segmento das instituições sem fins lucrativos, popularmente conhecidas como ONGs, e escolhemos dentre elas àquelas que atuam fortemente no campo da comunicação, utilizando-a como principal instrumento para promover sua causa e a transformação que desejam alcançar.

Tradicionalmente, o setor privado foi responsável por abarcar as atividades de comunicação no âmbito profissional, representadas por agências de publicidade, assessoria de imprensa, veículos de comunicação, entre diversos outros. No entanto, as novas configurações da sociedade abriram caminho para o surgimento de distintas possibilidades de atuação profissional associadas à comunicação, em especial vinculadas à urgência de atender carências sociais. Dentre os exemplos, surgiram organizações voltadas ao trabalho com educomunicação, investigação jornalística, desenvolvimento tecnológico vinculado ao social, alfabetização digital, militância em defesa do direito de informar e comunicar, e ainda diversos outros.

Tais demandas não encontraram na dinâmica clássica do setor privado um espaço pertinente para coexistirem, nos parecendo genuíno que, para se estruturarem, tenham recorrido a outras formas organizativas mais associadas a concepção de “social” que, na contemporaneidade, se expressam em movimentos sociais, coletivos, negócios sociais e ONGs. Por outro lado, estes são universos que abarcam distintos sentidos histórico e discursivos, ora convergentes e ora divergentes, que determinam diretamente suas formas de atuação. Assim, buscamos entender em que medida tais sentidos aparecem nos discursos das três entidades selecionadas e como se expressam em suas relações de comunicação e trabalho.

A investigação integra no Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo um conjunto amplo de pesquisas dedicadas a compreender o mundo do trabalho a partir da comunicação e da linguagem em diferentes espaços e instituições da sociedade. Em nosso caso, elencamos a chamada “sociedade civil organizada” ou “terceiro setor” como ambiente de análise, e trazemos a perspectiva teórico-metodológica do binômio comunicação e trabalho para realizar esta observação, no qual entende-se que “estudar a comunicação no mundo do trabalho possibilita problematizar a relação do sujeito com sua atividade e com o microcosmo social que é o lugar de trabalho.” (FIGARO, 2008, P.116).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Selecionamos instituições no município de São Paulo – local, no Brasil, com a maior expressão destas organizações – e buscamos entender mais sobre suas estruturas e formas de atuação. Para nós, é interessante observar como se dão as relações de comunicação nestes espaços; também buscamos entender mais sobre os vínculos entre público e privado que se atravessam e se confundem; como essa realidade específica do setor sem fins lucrativos afeta as rotinas e dinâmicas dos trabalhadores e em que medida estas organizações oferecem alternativas às propostas de organização do trabalho vigentes no modelo hegemônico.

Realizamos um levantamento bibliográfico, com o intuito de abordar as principais referências teóricas, autores e conteúdo dos campos temáticos que sustentam a argumentação da pesquisa. Nosso objetivo nesta fase é apresentar e correlacionar autores e teorias que discutem prioritariamente comunicação; relações e sentidos do trabalho; e os discursos em torno do ideário do “terceiro setor”. A etapa empírica contou com levantamento de dados referentes à comunicação institucional das organizações e entrevistas em profundidade a partir de um questionário semiestruturado com gestores e funcionários. Com o objetivo de trabalhar com maior autonomia e de preservar a identidade dos entrevistados, acordamos que os nomes das instituições não serão revelados – tratamos assim, anonimamente, como Organização A, B e C.

Comunicação e Trabalho

A contemporaneidade carrega como principal símbolo a inovação técnica, considerada a marca da nova era, dos modos de viver e de se relacionar. Tais transformações tornam-se tangíveis no contato com a mercadoria, mas é no âmbito da produção que elas acontecem, ou seja – no mundo do trabalho. Tanto os discursos hegemônicos do mercado, quanto algumas das maiores correntes das teorias da comunicação têm desconsiderado este aspecto e focado o entendimento dos processos comunicacionais apenas na relação de consumo tecnológico, o que convenientemente invisibiliza os processos produtivos e, em consequência, a própria classe trabalhadora.

Logo, o campo científico da comunicação é constituído por uma vasta gama de abordagens teóricas e metodológicas, que refletem a amplitude de temas e a complexidade de olhares possíveis para analisá-los. As teorias da comunicação emergiram em consonância com a criação de ferramentas de informação resultantes diretamente da industrialização, urbanização e acumulação do capital - devido a esta magnitude, os estudos ora convergiam ora divergiam, estabelecendo-se deste modo grandes correntes teóricas que apontam para caminhos diferentes no trato da comunicação.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Partimos da acepção simples e direta do entendimento que “língua, pensamento e trabalho: esta a trilogia que se manifesta na origem da sociedade humana” (BACCEGA, 1998, p.16) o qual, a partir da elaboração desta ideia, vamos da tríade ao binômio, dando destaque a comunicação – que engloba em si as noções de língua e pensamento – e falamos, por fim, em Comunicação e Trabalho.

Adotamos como ponto de partida às noções introduzidas por Marx e Engels em seu clássico, onde associam a construção do homem em sociedade à sua capacidade de exercer uma ação consciente no mundo – consciência essa que só pode vir acompanhada da língua, que “é a consciência real, prática” (2007, p.34), ou seja, a materialização da consciência enquanto produto social, resultado da interação entre os homens. Ao exercer esta ação consciente, o homem modifica e é modificado pelo meio, o que promove uma relação dialética que resulta na *construção* do sujeito e, conseqüentemente, da sociedade. É apenas na relação ativa com o entorno, com seus pares e consigo mesmo que ocorre o processo de humanização, no qual o indivíduo se desloca do animal ao racional, em um movimento circular de aquisição de raciocínio que constrói o *ser* e o *social*. Vygotsky (2001) complementa: este aprendizado não é menos individual do que é sócio histórico, sendo o próprio sujeito, seu pensamento e aquilo que verbaliza resultados deste processo. Por esse motivo a língua aqui não é tida como neutra, ela “é uma instituição social, o veículo das ideologias, o instrumento de mediação entre os homens e a natureza, os homens e os outros homens” (FIORIN, 2004, p. 6).

Ao assumirmos este princípio teórico, nos afastamos dos estudos da área de comunicação em organizações que a entendem como parte das estratégias da gestão e do marketing, e partimos para a observação da forma como se instituem as relações entre sujeitos e como estas moldam e são moldadas pelo *meio* – este sendo composto pelas relações de e no trabalho e pelas influências macrosociais, históricas e econômicas. Aqui, a língua é processo constitutivo do trabalho e o trabalho é processo constitutivo da formação humana: “o que interessa à abordagem de comunicação e trabalho é a compreensão de que a realidade está na língua por meio do percurso sócio-histórico e cultural da experiência humana” (2008, P.113) o que torna este binômio indissociável.

O entendimento de como a língua se manifesta em diferentes situações de trabalho pode ser múltiplo: nos discursos institucionais, no domínio das tecnologias, nas relações entre colegas – todas estas formas são distintas entre si, mas intrínsecas à atividade de trabalho.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A situação de trabalho integra o ambiente da atividade, as condições objetivas nas quais ela se exerce, as coerções de toda ordem que pesam sobre os atores; trata-se de uma rede complexa sobre a qual se constitui a ação, um plano secundário ao qual estão dirigidas as crenças, os raciocínios, as falas, as emoções. (LACOSTE, 1995, p.42 apud NOUROUDINE, 2002, p.23)

O ambiente de trabalho é composto, portanto, deste misto de expressões – as atividades laborais, as relações de poder, as conexões entre sujeitos e a própria subjetividade do indivíduo – tratando-se todas elas também de expressões de linguagem. O essencial é assumir esta vasta complexidade, não ignorando-a, mas criando dispositivos para entendê-la como estrutura basilar da atividade de trabalho, pois “conduzir a análise das práticas de linguagem tendo em mente, ao mesmo tempo, suas distinções e suas imbricações revela-se adequada a uma melhor disponibilização do conhecimento a serviço da ação sobre o trabalho” (NOUROUDINE, 2002, p.26).

O “Terceiro Setor” entre aspas

Para entender melhor as condições e relações de comunicação e trabalho nas organizações selecionadas, consideramos essencial localizá-las dentro de um processo histórico, social e discursivo que não apenas as constituem individualmente, mas às inserem em um projeto estrutural maior. Assim, buscamos compreender a razão de ser e existir de uma ONG a partir da trajetória de seu campo de inserção, entendido como o “terceiro setor” / “sociedade civil organizada”.

Partimos do entendimento de que o “terceiro setor” se trata de um fenômeno complexo e contraditório em sua própria constituição. Este universo abrange tanto organizações vinculadas a ideais progressistas e libertários quanto conservadores e neoliberais, e segundo Gohn (2000), se estrutura em torno de um objetivo comum: a defesa da cidadania. Tal noção engloba uma série de sentidos que permitem que os discursos da cidadania tenham incorporação tanto em iniciativas que visam a emancipação de setores populares quanto aquelas meramente assistenciais e estruturadas sob lógicas estratégicas de mercado.

A utilização das aspas para nos referirmos ao “terceiro setor” e termos subjacentes é uma escolha teórica e, por que não dizer, uma escolha ideológica. As aspas carregam um questionamento às explicações vigentes do conceito, que por vezes são as explicações hegemônicas no campo. Assumir o “terceiro setor” como terminologia implica em enfatizar uma série de sentidos e valores que, na verdade, estamos buscando desconstruir e questionar.

Afirmar a existência do terceiro setor é considerar que antes forma-se um primeiro setor (Estado) e um segundo setor (mercado), e que estes teriam funcionamentos e diretrizes completamente



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

distintos. Assim, as correntes as quais o conceito em questão deriva entendem a sociedade de forma fragmentada e setorializada, como é o caso das abordagens positivista, estruturalista, funcionalista, entre outras. Nós não assumimos esta realidade porque entendemos que, ao contrário, estas instituições todas estão vinculadas e mais do que isso, submetidas às lógicas do capital, sendo impossível sua completa separação autônoma e independente.

Tanto para estudiosos quanto para profissionais do ramo, o “terceiro setor” é formado por organizações privadas de interesse público, ou seja, que atuam socialmente em defesa de benfeitorias coletivas e sociais. As abordagens teóricas advindas das ciências sociais aplicadas e da administração defendem que:

O conceito Terceiro Setor descreve um espaço de participação e experimentação de novos modos de pensar e agir sobre a realidade social. Sua afirmação tem o grande mérito de romper com a dicotomia entre público e privado, na qual o público era sinônimo de estatal e privado de empresarial. Estamos vendo o surgimento de uma esfera pública não-estatal e de iniciativas privadas com sentido público. Isso enriquece e complexifica a dinâmica social. (CARDOSO, 2005, s/p.)

Partimos da concepção de Montaño que contrapõe este olhar e aponta que não existe um “terceiro setor”, mas sim um sistema de valores sob os quais este conceito está sustentado:

Entendemos por Ideologia do “Terceiro Setor” o conjunto de termos e linguagens, de conceitos teóricos e de valores éticos e políticos, que sustentam a autorresponsabilização dos sujeitos por suas próprias condições de vida, e pela solução de seus problemas e satisfação de suas necessidades, des-responsabilizando o Estado da ação social e desonerando o capital nessa tarefa. (2014, p.41)

Para o autor, a concepção de um “terceiro setor” como uma alternativa ao mercado e ao Estado “engloba uma ideologia, que apresenta conceitos, valores, interesses, de forma mistificada e mistificadora, para se constituir como ideologia hegemônica, aceita como algo natural e/ou desejável por todos” (idem, p.38), ou seja, a aceitação do termo parte da concepção de certa cidadania que se dá no âmbito de uma “sociedade civil organizada” que se estabelece descolada do conflito de classes.

Desde período da redemocratização no Brasil, época de rápida ascensão das instituições sociais, tem-se estimulado uma noção coletiva de que estas entidades, estabelecidas judicialmente com o status de *associação*, são a representação institucionalizada dos interesses da sociedade. Elas supostamente seriam a voz do cidadão em determinados nichos de atuação – as *causas* – mesmo não tendo sido elegidas para tal e tendo uma constituição privada. Isto se dá de tal forma no Brasil que alguns órgãos



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

públicos como os Conselhos Nacionais² são compostos por representantes de diversos segmentos e, habitualmente, as ONGs são incluídas como representantes da sociedade civil.

A aceitação do “terceiro setor” como uma via autônoma de intervenção social não é uma eventualidade, e sim resultado de um processo histórico de constituição destas organizações no Brasil e na América Latina que remete ao início da segunda metade do século passado, resultado direto do processo intervencionista dos países desenvolvidos nos locais entendidos como periféricos durante a Guerra Fria, com 1) o objetivo econômico de expandir a acumulação de capital 2) o objetivo social de promoção de “bem-estar social” e 3) o objetivo político de impedir o avanço do socialismo (ibidem).

Atréada às investidas do capital internacional, a emergência destas instituições nos remete também a um período de crise de representatividade do Estado, no qual o setor público e as instituições democráticas liberais começam a perder legitimidade perante a população, fortalecendo assim o sentido de um bem-estar social que só pode ser conquistado pela sociedade civil e favorecendo, conseqüentemente, os interesses do mercado que passa a interferir nas questões sociais em âmbito local por intermédio das organizações.

Apesar desta forte relação estrutural entre seu surgimento e os interesses dominantes do período, a origem das ONGs na América Latina remonta ao período em que elas equivaliam ao canal de articulação entre o poder hegemônico e as lutas populares defendidas pelos movimentos sociais. Apesar deste claro contrassenso, o trabalho realizado no período por estas entidades é representativo de um avanço nas questões sociais em diversas medidas, já que ofereceu subsídios para a luta no que tange aos direitos civis, humanos, trabalhistas e também acesso das camadas mais pobres a bens e recursos públicos.

Os sentidos de um capitalismo social para o neoliberalismo

Como bem apontado por Dardot e Laval (2016), a ideologia neoliberal passou por uma reformulação intimamente ligada a instituição de uma nova ordem capitalista, que fortaleceu em meados do século passado o discurso de crítica ao estado de bem-estar social, substituindo-o pelo ideário da valorização das liberdades individuais, que incentiva a formação de um exército de sujeitos

² “Os Conselhos têm se constituído como espaços próprios para incorporar pautas e interesses dos setores sociais que buscam a melhoria da qualidade e a universalização da prestação de serviços, destacando-se como instâncias de construção de direitos ainda não reconhecidos pelo Estado” (SECRETARIA DE GOVERNO)
Disponível em: <<http://www.secretariadegoverno.gov.br/participacao-social/conselhos-nacionais>>



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

deslumbrados pelo discurso do homem empreendedor, isolados entre si e ultra dependentes do mercado, estratégia esta que se vale necessariamente da desarticulação da classe trabalhadora, proferindo inclusive o próprio fim das classes.

Um dos aspectos que torna o capitalismo um sistema dominante por excelência é sua capacidade de operar tanto em nível macrossocial quanto nas relações interpessoais e destacamos aqui especialmente, na relação do sujeito consigo. Tal constatação já observada por Marx e aprofundada em diversos campos da ciência até mesmo na literatura clínica, revela que as lógicas hegemônicas não se reproduzem apenas na ação direta de opressão, mas se multiplicam graças ao seu potencial de fixar-se no *modo de pensar* da sociedade.

Dardot e Laval relatam que cada fase do processo de expansão do capital é demarcada por uma certa configuração produtiva que engendra a formação das subjetividades de maneira ampla e coletiva naquele determinado período, ou seja, são as práticas macroestruturais influenciando diretamente na postura e nos comportamentos dos indivíduos. Na sociedade atual o sentido regente funda um “sujeito ativo que deve participar inteiramente, engajar-se plenamente, entregar-se por completo a sua atividade profissional” (2016, p.327), a isto os autores nomeiam o “sujeito neoliberal” / “sujeito empresarial”, que molda genericamente o homem contemporâneo alicerçado nas práticas do capitalismo global.

No contexto de ascensão da política do estado de bem-estar social ou *Welfare State* na Europa dos anos 1960, as questões de cunho social passaram a ser materializadas como políticas públicas, sendo assim incorporadas na estrutura econômica. A queda deste modelo fortemente associada à crise estrutural do capital, propeliu este debate para a margem do sistema, mais especificamente retirando essa responsabilidade da esfera pública e transferindo para o indivíduo. Fortalece-se nesse momento o imaginário social do *mérito orientado pelo esforço individual*, que se ajusta perfeitamente aos sentidos históricos do “terceiro setor”, negócios sociais, economia solidária e os valores do empreendedorismo.

Henrique Wellen faz reflexões semelhantes no campo da economia solidária, apontando que os argumentos deste projeto muito se enquadram na perspectiva neoliberal, pois “esse recurso serve ideologicamente para justificar que o capital não representaria uma força ativa na totalidade social, mas que seria induzido de acordo com a subjetividade de cada um dos seus portadores.” (2008, p.106), assim “os representantes desse projeto apelam para a boa vontade das pessoas, para que essas façam um uso solidário do seu capital particular e ampliem, dessa forma, a 'economia solidária'.” (ibidem).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A literatura sobre o tema não trata em sua maioria de organizações não-governamentais, mas sim de cooperativas de trabalhadores – inclusive porque o surgimento das cooperativas é anterior e remete fortemente ao período da industrialização e de estabelecimento das teorias sobre classe e modos de produção. No entanto, fazemos aqui essa ponte e defendemos a existência clara de uma partilha de sentidos entre os discursos circulantes do “terceiro setor” e da economia solidária, sendo este parte constituinte do primeiro. No Brasil, inclusive, o estabelecimento do Marco Regulatório do Terceiro Setor³ incluiu as sociedades cooperativas junto às associações sem fins lucrativos naquilo que considera como sendo “organizações da sociedade civil”. Para Claus Germer (2006), há indícios de que a formação destas cooperativas implicou no desvio da luta de classes, ao desarticular grupos de trabalhadores no século passado, que deixaram a arena política e a militância para atuar em menor escala em seus ambientes de trabalho, uma arena econômica de viés reformista.

Assim como no caso das ONGs, o sentido que rege a defesa das cooperativas solidárias é de que elas adquirem uma vantagem competitiva perante as empresas tradicionais, pois estariam muito mais próximas à comunidade e seus interesses finais estariam vinculados ao bem-estar coletivo e não (unicamente) ao lucro. Nesta visão, a comunidade aparece como um forte espaço de emancipação “fazendo com que a relação dialética entre indivíduo e sociedade torne-se fraturada na medida em que se exponencia a importância da autonomia subjetiva na organização social” (WELLEN, 2008, p.109). Novamente, esta noção que impõe às diferentes individualidades a potência de transformação, retira a responsabilidade do sistema como um todo e enfraquece o sentido de classe, acabando por favorecer o *status quo*. Antunes também concorda: “se dentro do “terceiro setor” as atividades que vêm caracterizando a economia solidária têm a positividade de frequentemente atuar à margem da lógica mercantil, parece-me entretanto um equívoco grande concebê-la como uma real alternativa transformadora da lógica do capital” (2009, p.113).

Profundamente alinhado a esta concepção, Casaqui discorre acerca dos discursos em torno do ideário do empreendedor social, entendendo-os como sendo discursos sociais (ANGENOT, 2010 apud CASAQUI, 2015) pautados sob a lógica do novo espírito do capitalismo (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009 apud CASAQUI, 2015).

Primeiramente é importante entender os sentidos atribuídos a ideia do sujeito empreendedor, que carrega socialmente os valores de *conquista individual*, *mérito*, *inovação*, entre outros, em um

³ Lei Nº 13.019, de 31 de Julho de 2014.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

entrelaçamento de enunciados que, juntos, associam-se fortemente à ideia de heroísmo e às narrativas de trajetória do herói. Assim, o empreendedor social carrega todos esses sentidos e adiciona a eles as noções de *social, coletivo, bem-estar, cidadania*, sempre vistos como parte de um processo harmônico de melhoria social. A diferença, portanto, entre o empreendedor e o empreendedor social é o objetivo-fim: enquanto o primeiro constrói esta trajetória com foco no ganho lucrativo, o segundo prioriza a resolução de problema sociais – podendo também estar associado à atividade financeira, claro. O empreendedor social surge então como a união da “figura histórica do empreendedor, o condutor das inovações do capitalismo [...] com a vertente assistencialista, a face “humanista” do sistema” (CASAQUI, 2014, p.21).

Para o autor, “forjado nos quadros do capitalismo neoliberal, ou formado tecnicamente para atuar em seus processos, o empreendedor social seria um subversor do capitalismo, um revolucionário que, no entanto, não abala os princípios do sistema que o concebe.” (CASAQUI, 2015, p. 47-480), justamente ao contrário, ele funciona inclusive como ferramenta de legitimação do capital ao atrelar-se à noção de um *capitalismo consciente*.

No campo de estudos do “terceiro setor” no Brasil, se estabeleceu fortemente nos anos 1990 e 2000 as teorias que construíram a noção de cidadania participativa como o principal instrumento de mudança social. Novamente, estas redirecionam do Estado em direção ao sujeito a responsabilidade de promover melhorias locais - “Só o cidadão sabe o que quer para si, para sua família e para sua comunidade. É ele que deve decidir sobre suas prioridades e, portanto, sobre a maneira como devem ser conduzidos os negócios da nação para permitir que elas se realizem” enfatiza Andrade (2005. p.77) ao defender a necessidade de estabelecimento de um igual equilíbrio na divisão de funções do mercado, Estado e cidadãos na execução de políticas sociais.

Nesse sentido, nos parece que a “ideologia do terceiro setor”, da economia solidária e a cena do empreendedorismo social estão pautadas sob as mesmas lógicas discursivas, compartilhando inclusive as mesmas trajetórias sociais e históricas. Estas utilizam-se de valores e sentidos sociais que nascem na luta das classes populares e são cooptados pelo capital, retornando em seguida para a sociedade de forma reelaborada e até mesmo fetichizada. Aqui claramente é possível resgatar o conceito de ideologia como aparece em Marx e Engels (op. cit), que entendem-na como sendo o conjunto de valores de interesse da classe dominante que são disseminados para a classe popular, provocando a falsa impressão de que estes são valores de interesses dela própria.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Pesquisa empírica

Inegavelmente, o fortalecimento das ONGs coloca-as como um dos atores envolvidos na mudança das estruturas produtivas da sociedade desde o fim do século passado. Dado que os avanços nas tecnologias da informação e da comunicação se colocaram como grandes motivadores desta mudança, assumimos que é extremamente relevante unir os dois temas e entender como se coloca a relação entre este “terceiro setor” e sua ponte com um trabalho com foco em comunicação dentro do discurso ideológico da solidariedade e cidadania.

Buscamos compreender o universo das associações que assumiram a comunicação como a principal “ferramenta” de transformação em defesa de uma causa social. Empiricamente, nosso recorte abrange instituições localizadas no município de São Paulo e que se encontram ativas e atuantes durante o período de estudo (2016-2018).

Como estratégia inicial idealizada para o campo, buscamos adotar alguns métodos de pesquisa para todas as instituições: avaliação da comunicação institucional digital (*website* e redes sociais) e levantamento de notícias e reportagens sobre as instituições e seus membros – em especial os fundadores/presidentes; a realização de entrevistas qualitativas (DUARTE, 2008) por meio de um questionário semiestruturado; e a observação *in loco*. Durante a observação empírica, a proposta idealizada foi de acompanharmos o cotidiano de trabalho nas organizações, no entanto a realização prática desta etapa foi grandemente impossibilitada devida a falta de autorização. Já para as entrevistas qualitativas tivemos aprovação oficial para realizá-las em duas instituições – selecionamos dentro do corpo de funcionários prioritariamente os gestores e coordenadores, em seguida incluindo conversas e entrevistas com demais trabalhadores. Na terceira instituição, onde não tivemos aprovação oficial, optamos por incluir na análise a entrevista de funcionários que concordaram em conversar externamente.

Apresentamos através do quadro abaixo a compilação dos resultados iniciais revelados a partir da análise de conteúdo e da análise do discurso:



Figura 1 - Resultados parciais da pesquisa empírica

	ORGANIZAÇÃO A	ORGANIZAÇÃO B	ORGANIZAÇÃO C
COMUNICAÇÃO	Educomunicação	Jornalismo investigativo	Formação audiovisual
VINCULAÇÃO / ORIGEM	Comunitária	Acadêmica	Corporativa
DISCURSO POLÍTICO	Empoderamento do cidadão	Parceria com Estado	Sociedade + Setor Privado
DISCURSO ECONÔMICO	Negócio social + Empreendedor	Financiamento da causa	Jovem empregado + Empresa feliz
FUNÇÃO DA COMUNICAÇÃO	Comunicação para empoderar	Comunicação para informar	Comunicação para empregar

Fonte: Elaboração própria

A Organização A atua com a formação em educomunicação de jovens da periferia da capital, e carrega um forte discurso institucional de transformação social a partir da formação cidadã do sujeito. Em entrevista, a presidência afirma que a instituição é um “empreendimento social” e não se identifica como uma ONG, pois buscam desvincular-se do sentido assistencialista associado a este nicho. Quando se trata da causa, surgem os termos *talento*, *protagonismo* e *empoderamento*. O poder público e o poder privado desaparecem deste discurso, dando destaque ao poder do cidadão. A organização tem um conselho diretor formado por ex-educandos beneficiários, enfatizando a concepção de “protagonismo” do sujeito atendido. A comunicação aqui é vista como instrumento de empoderamento.

A Organização B se caracteriza fortemente por um discurso e uma prática contra hegemônicos, tendo como foco de atuação o trabalho de jornalismo investigativo visando denunciar casos de abuso aos direitos humanos. Seu discurso se assimila àquele encontrado tradicionalmente nos movimentos populares com a recorrência de termos como “violação de direitos”, “classe trabalhadora” entre outros. Enxergamos um distanciamento entre este discurso e àquele pregado pelo neoliberalismo, ao contrário, a Organização B se posiciona como uma força contrária a estes valores. A comunicação aqui é vista como instrumento de divulgação de informações para revelar e escancarar problemas sociais.

A Organização C, fundada por grandes empresários e presidida por uma figura pública do ramo do entretenimento atua com a capacitação profissional de jovens para o mercado de trabalho por meio da formação em audiovisual. A presença do “privado” é forte em seu discurso institucional, que dá



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

forte destaque as parcerias firmadas com empresas. O “público” é praticamente inexistente, dando lugar a concepção de transformação social que ocorre no vínculo do sujeito com o “privado”. A comunicação aqui é vista como uma habilidade profissional e técnica adquirida para empregar o beneficiário.

Demais resultados serão publicados em artigos futuros.

Considerações parciais

Aplicada uma análise de nossa temática sob a perspectiva crítica apresentada, observamos que surge uma contradição inerente ao estabelecimento deste modelo organizacional do “terceiro setor”: estando inseridas no modo capitalista de produção, estas instituições não estão isentas de reproduzirem sentidos endêmicos do sistema – mesmo buscando uma atuação social e cidadã. Do ponto de vista legal, entidades filantrópicas são impossibilitadas de acumularem lucro, no entanto é natural afirmar que elas se encontram vinculadas a toda uma estrutura de acumulação de capital que as retira a autonomia – em menor ou maior grau – de desenvolvimento de modos de produção diferentes do já existente.

Resultante de sua formação histórica, constatamos que as ONGs utilizam enunciados discursivos originados nos movimentos progressistas populares, no entanto, tais discursos convertidos em visões de mundo são reconceituados a serviço dos interesses hegemônicos do capital para que suas posições conservadoras possam ser melhor aceitas socialmente (PETRAS 1999). Este poder dominante se utiliza de uma reformulação enunciativa a partir da ressignificação de conceitos historicamente vinculados aos movimentos progressistas, com o intuito de despolitizar o debate social. Assim, os termos *economia solidária*, *empoderamento*, *empreendedorismo social*, *responsabilidade social*, *negócio social*, *sustentabilidade*, entre dezenas de outros, são representativos das questões sociais na atualidade, e são verbalizados por diversas camadas sociais que vão desde os neoliberais corporativos até os militantes destas novas organizações sociais.

Isso acontece pois o sistema tem a necessidade de perpetuar sua hegemonia com ferramentas que vão para além da coerção e que buscam, acima de tudo, apoio e legitimidade social. Em um momento de crise de direitos adquiridos e de um claro retrocesso de avanços sociais conquistados, o projeto hegemônico precisa maquiagem sua proposta para auferir aceitação através da “expansão de uma racionalidade hiper-desarticuladora e fragmentadora da totalidade social” (MONTAÑO, 2014, p.23), que tenta cada vez mais esvaziar discursos historicamente transformadores e retirar deles o sentido de



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

classe onde palavras de ordem como *democracia, justiça social, popular, participativo*, etc., são apropriadas pela classe dominante e passam a circular trivialmente em seus discursos.

Sem dúvida, é possível afirmar que as organizações da sociedade civil surgem justamente para atuarem com problemas sociais resultantes da própria desigualdade, característica do modelo exploratório capitalista. Neste contexto, onde a sociedade civil se reafirma como protagonista em defesa das políticas sociais, os capitalistas buscam firmar sua posição nesta conjuntura, reforçando seus interesses econômicos, velados pelas iniciativas sociais.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, P. Considerações de fim de século. In: IOSCHPE, Evelyn Berg (Org.). **3o. Setor: desenvolvimento social no Brasil**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1997.

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. 6.ed. São Paulo: Boitempo, 2009.

BACCEGA, M. **Comunicação e linguagem: discursos e ciência**. São Paulo: Moderna, 1998.

CARDOSO, R. Fortalecimento da sociedade civil. In: IOSCHPE, Evelyn Berg (Org.). **3o. Setor: desenvolvimento social no Brasil**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1997.

CASAQUI, V. **Ideologia do empreendedorismo social: representações do trabalho em tempos de crise do Estado Social português**. Rumores, v. 8, n. 16, p. 18-36, 2014.

CASAQUI, V. **A construção do papel do empreendedor social: mundos possíveis, discurso e o espírito do capitalismo**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 29, p. 44-56, jun. 2015.

DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DARDOT, P. Laval, C. **A nova razão do mundo: ensaios sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.

FIGARO, R. Atividade de Comunicação e trabalho. Revista **Trabalho, Educação Saúde**. Fiocruz, Rio de Janeiro, v. 6 n. 1., 2008.

FIORIN, J. L. **Linguagem e Ideologia**. 8ª edição. São Paulo. Editora Ática, 2004.

GERMER, Claus. **A “economia solidária”**: uma crítica marxista. Revista Outubro, São Paulo, n 14, p. 193 – 214, 2006.

GOHN, Maria da Glória. **Mídia, terceiro setor e MST: impacto sobre o futuro das cidades e do campo**. Petrópolis, Vozes, 2000.

LEONTIEV, A. **O Desenvolvimento do Psiquismo**. São Paulo: Centauro, 2004.

MARX, K, ENGELS, F. **A ideologia alemã**. São Paulo; Boitempo, 2007.

MONTAÑO, C. **Terceiro setor e questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social**. São Paulo: Cortez, 2002.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

MONTANO, C. **O canto da sereia**: crítica à ideologia e aos projetos do “terceiro setor” (org). São Paulo: Cortez, 2014.

Nourodine, A. A linguagem: dispositivo revelador da complexidade do trabalho. In: Souza-e-Silva, Maria Cecília Pérez; Faïta, D. (orgs.). **Linguagem e trabalho**: construção de objetos de análise no Brasil e na França. São Paulo: Cortez, 2002

PETRAS, J. **Neoliberalismo**: América Latina, Estados Unidos e Europa. Blumenau, FURB. 1999.

VYGOTSKY, L. S. **A construção do pensamento e linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

WELLEN, H. **Contribuição à crítica da ‘economia solidária’**. Rev. Katál. Florianópolis v. 11 n. 1 p. 105-115 jan./jun. 2008.

WELLEN, H. Os impactos da “Economia Solidária” sobre a classe trabalhadora. In: MONTAÑO, C. **O canto da sereia**: crítica à ideologia e aos projetos do “terceiro setor” (org). São Paulo: Cortez, 2014.